

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

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

(м. Полтава, 10 квітня 2025 року)



ПОЛТАВА 2025

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

*До Дня науки в Україні та
Міжнародного року
кооперативів 2025*

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ
НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ
ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

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

(м. Полтава, 10 квітня 2025 року)

**Полтава
ПУЕТ
2025**

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

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

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

Організаційний комітет конференції

Голова організаційного комітету – Н. С. Педченко, д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ;

Заступник голови організаційного комітету – Н. І. Манжура, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ;

Ю. С. Матвієнко, канд. пед. наук, проректор з науково-педагогічної роботи ПУЕТ;

О. В. Гасій, канд. екон. наук, доцент, директор Навчально-наукового центру забезпечення якості вищої освіти ПУЕТ;

А. С. Ткаченко, д-р техн. наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;

Л. М. Діденко, в. о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ;

Ю. В. Перегуда, директор міжнародного науково-освітнього центру ПУЕТ;

Д. С. Семикоз, начальник відділу розвитку та інновацій ПУЕТ;

А. В. Філіпповський, голова Студентської ради університету ПУЕТ;

Д. А. Посполітак, голова Наукового товариства студентів ПУЕТ.

Редакційна колегія

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д-р іст. наук, професор, ректор ПУЕТ.

Заступник головного редактора – **Н. С. Педченко**, д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. І. Манжура**, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

Відповідальний редактор – **Л. М. Діденко**, в. о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ.

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

ISBN 978-966-184-472-7

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

УДК 001:378.014.61"20"(477.53)(082)

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

ISBN 978-966-184-472-7

© Полтавський університет
економіки і торгівлі, 2025

Наприклад, досягти високих урожаїв сільськогосподарських культур на півдні України можливо лише при умові розвинутої мережі зрошувального землеробства, запровадження високопродуктивних, стійких до посухи сортів і гібридів. Іншим прикладом сучасних інноваційних технологій, що сприяють підвищенню ефективності рослинництва, є цифрові технології. Вони дозволяють застосувати систему точного землеробства. Точне землеробство обумовлює економію матеріальних витрат при одночасному забезпеченні рослини необхідною кількістю поживних речовин.

Отже інноваційні технології агровиробництва є заходом з підвищення ефективності галузі рослинництва.

Список використаних інформаційних джерел

1. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : підручник. Київ : КНЕУ, 2013. 779 с.
2. Строченко Н. І., Ковальова О. М. Роль інновацій в підвищенні ефективності управління конкурентоспроможністю вітчизняного агробізнесу. *Інфраструктура ринку*. 2024. Вип. 80. С. 34–40. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2024/80_2024/9.pdf.
3. Inna Koblianska and Olha Kovalova (2023) Farmland Evaluation to Stimulate the Rational Land Use and Soil Quality Enhancement: the Ukrainian Case. *Land and Environmental Management through Forestry : monohrafiia*. USA. P. 355–371.
4. Mishenin Y., Koblianska I., Yarova I., Kovalova O., Bashlai S. Food security, human health, and economy: a holistic approach to sustainable regulation. *Agricultural and Resource Economics*. 2023. Vol. 9. № 4. P. 50–78. URL: <https://are-journal.com/are/article/view/752>.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ

М. В. Склема, здобувачка вищої освіти, спеціальність *Економіка, група БіЕк 6-21*;

А. І. Клиба, здобувачка вищої освіти, спеціальність *Економіка, група БіЕк 6-21*

Ж. А. Кононенко, канд. екон. наук, завідувач кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Глобалізація – це процес інтеграції економік, політик і культур на світовому рівні, що сприяє їх уніфікації. Вона охоплює перетворення окремих явищ у глобальні, що стосуються всіх країн світу. Основні наслідки глобалізації включають міжнарод-

ний поділ праці, рух капіталу, людей і виробничих ресурсів, стандартизацію законодавства, економічних та технічних процесів, а також зближення культур. Це об'єктивний процес, зумовлений розвитком транспорту та засобів зв'язку, який має системний характер, охоплюючи всі сфери життя суспільства [1]. Завдяки глобалізації світ стає більш взаємопов'язаним і залежним від кожного з його учасників. Зростає кількість спільних проблем для груп країн, а також збільшується кількість інтегрованих суб'єктів [5].

Глобалізація відбувається завдяки розвитку інфраструктури, зокрема транспорту (морського, повітряного та залізничного), що дозволяє зручніше і швидше переміщати товари, послуги, капітал та людей між країнами. Важливу роль відіграють також інформаційні технології, які дозволяють здійснювати миттєвий обмін даними. Один із ключових аспектів глобалізації – це вільний рух товарів і послуг завдяки міжнародним угодам та зниженню митних тарифів, що сприяє розвитку міжнародної торгівлі [2, 3]. Крім того, культурна глобалізація також є важливою складовою процесу: завдяки розвитку масових комунікацій культурні впливи швидко поширюються по світу. Музика, фільми, література, мода та інші культурні цінності стають доступними в глобальному масштабі, що сприяє культурній різноманітності, але також піднімає питання про захист культурної спадщини.

Глобалізація має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, вона сприяє економічному зростанню, зміцненню міжнародних відносин, підвищенню доступу до товарів і послуг, а також сприяє обміну знаннями та інноваціями. З іншого боку, вона може призводити до економічних нерівностей між країнами, втрати національної самостійності, впливу транснаціональних корпорацій на політичні рішення та погіршення умов праці.

Завдяки глобалізації багато компаній змогли розширити свої ринки. Наприклад, компанія Apple продає свою продукцію більш ніж у 100 країнах, що дозволяє їй залучати нових клієнтів і збільшувати доходи. У серпні 2020 року її капіталізація досягла \$2 трлн, хоча вже у вересні вона скоротилася на 8 % (приблизно \$180 млрд), що стало рекордним падінням на фондовому ринку, але компанія все одно залишилася на рівні більш ніж \$2 трлн. У 2025 році компанія залишається найціннішим брендом у світі з вартістю 574,5 млрд доларів [6].

Глобалізація спричиняє зростання міжнародної взаємозалежності та інтеграції економік, суспільств і культур. Національні держави виконують кілька важливих функцій у глобалізованому світі:

- регулювання та політика – держава визначає правила для економічних відносин, приймає закони для забезпечення стабільності, захисту прав громадян і регулювання міжнародної торгівлі;

- міжнародна співпраця – країни взаємодіють у межах міжнародних організацій для вирішення глобальних проблем, забезпечення безпеки і розвитку;

- захист національних інтересів – держава підтримує внутрішній ринок, забезпечує конкурентоспроможність та регулює іноземні інвестиції;

- соціальна політика та захист прав громадян – держава забезпечує соціальний захист, дотримання трудових прав та інші програми, спрямовані на соціальну справедливість.

- культурна політика – держава зберігає і просуває культурну спадщину, підтримує традиції та мистецтво у глобалізованому світі.

Глобалізація має важливий вплив на національну економіку, сприяючи інтеграції економік, але водночас створюючи нові виклики та нерівності [4]. Вона відкриває можливості для економічного зростання та залучення інвестицій, але також може поглиблювати економічну нерівність і залежність. Для адаптації національних економік до глобалізації держави повинні розробляти стратегії, що забезпечують конкурентоспроможність, соціальну справедливість і захист прав громадян. Таким чином, глобалізація є складним процесом, що впливає на національну економіку, і правильне розуміння її наслідків дозволяє країнам ефективно використовувати її можливості та управляти викликами для досягнення сталого розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гетманець О. П., Коробцова Д. В., Єжелей Ю. О. Глобалізація та міжнародна економіка: складність інтеграції ринків та економічні наслідки на рівні країн (український досвід). *Академічні візії*. 2023. № 20. URL: <https://dspace.univd.edu.ua/server/api/corbitstreams/35cea810-1e85-4730-92c2-73e4dde869cf/content>.

2. Осіпова, Л. Вплив глобалізації на сучасні економічні моделі: нові виклики та можливості. *Економіка та суспільство*, 2024. (66). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-78>.
3. Охота, Ю., Балдинюк, В., & Мазурков, Р. Вплив глобалізації на економічний розвиток та національну безпеку України в умовах євроінтеграції. *Економіка та суспільство*, 2024. (67). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-16>.
4. Кононенко Ж. А., Миколенко І. Г. Економічна діагностика конкурентоспроможності підприємства. Інноваційний потенціал та правове забезпечення соціально-економічного розвитку України: виклик глобального світу : *Матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф.*, 15–16 травня 2024 р. Полтава : ППЕП, 2024. С. 48–49. <https://pl.uu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/07/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%8C-2024.pdf>.
2. Кононець Н. В., Кононенко Ж. А. Ресурсно-орієнтована методика вивчення глобальних економічних рейтингів у системі підготовки майбутніх фахівців з бізнес-економіки. *Витоки педагогічної майстерності*. 2023. Вип. 32. DOI <https://doi.org/10.33989/2075-146x.2023.32.292658>.
3. Найдорожчим брендом у світі у 2025 році став Apple. URL: <https://acc.cv.ua/news/world/naydorozhchim-brendom-u-sviti-u-2025-roci-stav-apple-107885>.

ОЦІНКА ПОТОЧНОЇ СИТУАЦІЇ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ ЯК КЛЮЧОВОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Р. В. Швець, спеціальність *Економіка*, здобувач ступеня
доктора філософії, група *E PhD* січ-21
Полтавський університет економіки і торгівлі

Конкурентоспроможність українського бізнесу може оцінюватися за індексом очікувань ділової активності. На початку 2025 року він дорівнював 41, що відповідає минулорічному рівню. Через сезонність, а також погіршення енергетичної ситуації в державі, даний індекс має певну волатильність впродовж року. Крім того, економічну активність стримували втрати газової інфраструктури та дефіцит сільськогосподарської сировини для переробної промисловості [1, 3].

Через дефіцит сільськогосподарської сировини в лютому низка олійно-екстракційних підприємств мали тривалі простої

виробництва через недозавантаженість потужностей. В діяльності підприємств молочної та м'ясної промисловості спостерігалось сезонне сповільнення ділової активності. Вичерпання запасів сільськогосподарської сировини вплинуло на зменшення обсягу логістичної діяльності [2].

Уповільнилася активність будівельного бізнесу, насамперед зведення житлових будинків, однак поживавлення очікується у сфері бізнес-будівництва: складських і виробничих приміщень, комерційної нерухомості, логістичної інфраструктури, насамперед у західних областях, що обумовлено, зокрема, релокалізацією бізнесу.

Водночас маємо відносно поживавлення металургійного виробництва за окремими напрямками добувної та машинобудівної промисловості. Ділова активність металургійних підприємств підвищилася за рахунок більшого навантаження на вцілілі діючі виробничі потужності у зв'язку із розширенням необхідності забезпечувати внутрішні потреби споживання продукції металургії на тлі досить стійкого її експорту. Очікується збереження цієї тенденції у найближчій перспективі. Сировинний експорт продовжував стимулювати добувну промисловість: вугілля та залізна руда залишаються затребуваними природними ресурсами на світовому ринку [2, 3].

Машинобудівна галузь, яка за роки незалежності зійшла з передових світових трендів розвитку, мала не однозначні зміни у своїй структурі. Якщо виробництво легкових авто знизилось, то залізничний пасажирський та вантажний транспорт отримав новий поштовх розвитку як через державні замовлення, так і бізнесу, зокрема щодо виготовлення пасажирських вагонів для Укрзалізниці і вагонів-цистерн для потреб паливного ринку [2].

Рітейл і торгівля традиційно коливається внаслідок сезонності попиту та пропозиції, однак загалом галузь демонструє зростання в річному обчисленні, зокрема за рахунок цифрового сегменту продажів на тлі доволі стійкого споживчого попиту [2, 3].

Отже, основними причинами зниження ділової активності українського бізнесу є: затяжна війна; втрати людського капіталу; несприятливі погодні умови; інфляція витрат (подорожчання сировини та енергоносіїв); стримана, але все ж таки девальвація гривні відносно вільноконвертованих валют. Основні очікування підвищення ділової активності очікуються у промисловості, зокрема через експортні поставки. Серед негативних еко-

номічних очікувань на першому місці прискорення інфляції в усіх секторах національної економіки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гудзь Т. П., Єгоричева С. Б., Литвинюк М. В. Функціонування підприємств України в умовах війни: аналіз ситуації та економічні очікування. Науковий вісник ОНЕУ. 2023. № 5–6. С. 10–20.
2. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Національний банк України: офіційний сайт. URL: <https://bank.gov.ua/>

ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

М. С. Ямпольська, здобувачка вищої освіти спеціальності Економіка, група Е БіЕк б-11

Г. В. Карнаухова, старший викладачка кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний економічно-соціальний розвиток країн відбувається під впливом глобальних проблем. Цими проблемами є карантинні обмеження після пандемії і погіршення екологічного стану планети внаслідок забруднення і військових дій в Україні. Вплив цих факторів посилив проблемні питання соціального розвитку країн та забезпечення соціальної безпеки. Оцінки експертів у вигляді індексів дають можливість порівнювати ступінь соціального розвитку країн і визначити рівень розвитку України використовуючи дані останніх років.

Для діагностики проблем соціального розвитку в Україні використовують обрані міжнародні оцінки. Аналіз динаміки рангових та кількісних оцінок індексів соціального розвитку надають можливість виявити регресивні та прогресивні риси соціального розвитку в Україні за декілька років.

Оцінка соціального розвитку країн відбувається за наступними індексами: Індекс соціального прогресу, Індекс розвитку людського потенціалу, Індекс за рейтингом щастя, Індекс якості життя, Індекс щасливої планети.

За індексом соціального розвитку за 2023 рік Україна займала 59 ранг з 170 країн маючи 70,47 балів із 100. При визначенні балів широко використовуються експертні методи. Значення

індексу базується на отриманні результатів за 50 показниками на отриманні результатів соціальних опитувань. Динаміка індексу соціального розвитку за кількістю балів та за рангами показує покращення і зниження рівня соціального розвитку в різні роки (рис. 1).

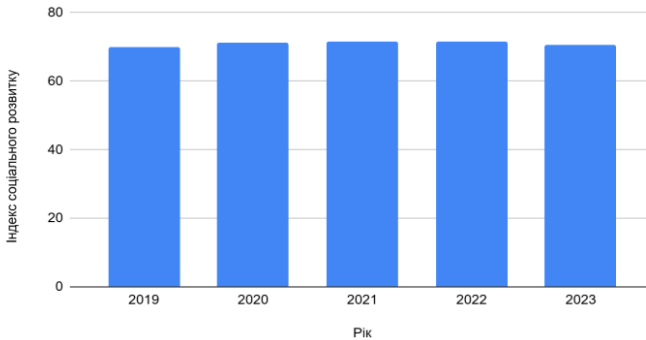


Рисунок 1 – Індекс соціального розвитку України 2019–2023 рр.

Джерело: сформовано автором за [2].

За індексом розвитку людського потенціалу в 2023 році Україна зайняла 100 ранг із 193 країн з індексом 0,734. Індекс розвитку людського потенціалу включає в себе шість субіндексів: індекс людського розвитку, індекс людського розвитку з поправкою на нерівність, індекс гендерного розвитку, індекс гендерної нерівності, багатовимірний індекс бідності та індекс людського розвитку з поправкою на планетарний тиск.

Індекс щастя має багато субіндексів: обсяг ВВП на одну людину, соціальна підтримка, очікування тривалості життя при народженні, свобода робити життєвий вибір, щедрість, сприйняття корупції та антиутопія. В 2023 році за індексом щастя в 2023 році Україна посіла 92-е місце з-поміж 137 країн [4].

Індекс якості життя включає в себе 8 субіндексів: Індекс купівельної спроможності, індекс безпеки, індекс охорони здоров'я, індекс вартості життя, співвідношення ціни нерухомості та доходу, індекс часу поїздки на дорогу, індекс забруднення та кліматичний індекс. В 2023 році за Індексом якості життя Україна мала 92 ранг із 137 країн в рейтингу [5].

За Індексом щасливої планети Україна в 2023 році посіла 92-е місце із 137 країн. Порівняно з попередніми роками

Україна покращилась, в 2021 році Україна була на 110 місці в 2022 р. на 98 [6]. Показниками індексу щасливої планети є благополуччя, тривалість життя (роки) та екологічний слід. Динаміка індексу щасливої планети за кількісними значеннями індексу та рангами показує зміни цих показників (рис. 2).

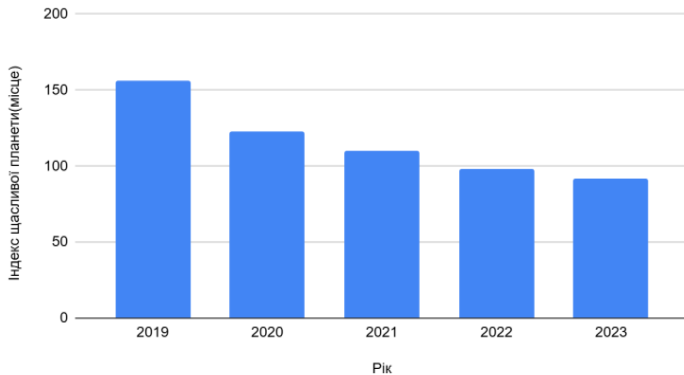


Рисунок 2 – Індекс щасливої планети в Україна 2019–2023 рр.

Джерело: сформовано автором за [6].

Діагностика стану соціального розвитку за міжнародними оцінками показує зміни за цей період. Підсумовуючи всі експертні оцінки соціального розвитку України маємо відмітити, що Україна витримала або незначно змінила свої позиції за названими індексами соціального розвитку, що, враховуючи воєнний стан в країні, є позитивною оцінкою спільноти.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лойко В. В., Руденко В. С. Діагностика проблем соціального розвитку України за міжнародними експертними оцінками. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. № 62. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-382>.
2. Індекс соціального розвитку. URL: <https://www.socialprogress.org/social-progress-index>.
3. Індекс розвитку людського потенціалу. URL: <https://hdr.undp.org/data-center/country-insights#/ranks>.
4. Індекс щастя. URL: <https://worldhappiness.report/ed/2023/>
5. Індекс якості життя. URL: https://www.numbeo.com/quality-of-life/rankings_by_country.jsp?title=2023.
6. Індекс щасливої планети. URL: <https://happyplanetindex.org/>

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

СЕКЦІЯ 15

**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ
ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

Ю. В. Білецька, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41 (заочна)

Т. В. Капліна, д-р техн. наук, професор кафедри технології та організації ресторанного господарства – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Якість обслуговування в готельному бізнесі представлена у вигляді сукупності характеристик і властивостей послуг, які відповідають очікуванням гостей. Вона пов'язана не тільки комфортом і зручностями в готелі, але й професіоналізмом персоналу, швидкістю і точністю обслуговування, створенням індивідуального підходу до гостей, організацією комунікаційного обміну даними та виконанням вимог відповідності послуг заявленому стандарту.

До основних складових якості обслуговування в готелі відносяться [3, с. 180]:

- матеріально-технічна база на підставі якої оцінюється якість номерного фонду, його чистота, інтер'єр та технічне оснащення;

- професійні навички персоналу, його привітність, знання мов, готовність вирішувати проблеми;

- швидкість та ефективність обслуговування, яка пов'язана з оперативним виконанням замовлень гостей;

- забезпечення безпеки гостей шляхом встановлення в готелі систем безпеки, організації роботи служби охорони або впровадження відео спостереження;

- запровадження системи бронювання он-лайн, встановлення CRM-системи.

- організація на базі готелю надання додаткових послуг, таких як харчування, послуги конференц-зали, транспорту, SPA-послуг.

Якість обслуговування дуже важлива для готельного бізнесу оскільки дозволяє формувати лояльність гостей та сприяє їх повторному поверненню. Крім того задоволеність гостей знижує кількість претензій і повернень.

Отже, якість обслуговування в готельному бізнесі представлена у вигляді не просто стандартного набору послуг, а виступає комплексним підходом до задоволення потреб клієнтів, що безпосередньо впливає на успіх і фінансові показники закладу.

Швидкість обслуговування гостей є важливим показником якості обслуговування в готелі. Будь-який готель ставить перед собою цілі, які впливають на внутрішню організацію готелю і це призводить до скорочення або зростання бронювання номерів.

Безпосередньо з якістю обслуговування в готелі пов'язані такі показники як довіра до готелю і кадровий потенціал. Від довіри до готелю залежить його репутація на ринку [1, с. 997].

У якості обслуговування готелю враховується індивідуалізований характер кожного номера. Індивідуалізація номерів проявляється в їх оснащенні відповідно до потреб гостей.

Одним з важливих показників якості послуг в готелі є рівень довіри. Готель повинен враховувати переваги гостей, надати їм доступ до готельних послуг у зручний час, застосовувати комунікаційні технології для посилення взаємодії.

Для визначення потреб гостей, які безпосередньо впливають на якість послуг проводяться маркетингові дослідження. Для цього можуть використовуватися методи кабінетного маркетингового дослідження з виконанням аналізу потреб гостей і встановленням ступеня їх задоволеності. Також необхідно вивчити специфіку сприйняття гостем послуг готелю, оскільки це впливає на їх якість.

У готельному бізнесі ведеться постійна робота по забезпеченню якості обслуговування гостей. Для цього готель розробляє комплекс заходів щодо поліпшення зовнішнього і внутрішнього сервісного обслуговування гостей, що досягається за допомогою [2, с. 75]:

- сучасного інтер'єру для оформлення будівлі готелю, організації на території басейнів, дитячих майданчиків;
- прояви індивідуального підходу до кожного гостя за допомогою установки в номері бару, сучасних меблів;
- організації прибирання в номерах, зміни інвентарю, постільної білизни.

Здатність готелю задовольняти очікування гостей сприятливо впливає на якість послуг. Багато в чому якість визначається процесом порівняння гостей своїх очікувань в момент бронювання номера і під час поселення.

Гостями оцінюється якість послуг готелю у час поселення, швидкості надання консультаційних послуг, за кваліфікацією персоналу. Для готелю важливими є ступінь автоматизації, продуктивність праці, кількість допущених помилок при наданні готельних послуг [2].

У деяких готелях для забезпечення якості послуг встановлюється система голосового управління номером і за таким же принципом проводиться спілкування з працівниками готелю. Впровадження системи «Розумний будинок» передбачає розробку адміністрацією готелю комплексу, що дозволяє приймати рішення.

Висновок. Отже, для готельної галузі система управління якістю обслуговування включає комплексний підхід з прийняття інноваційних рішень на кожному етапі виконання процесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дрьоміна Я. Є. Застосування в готелях сучасних методів обслуговування гостей. Актуальні проблеми, пріоритетні напрямки та стратегії розвитку України : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2021. С. 996–999.
2. Дяченко М. В. Управління якістю в готельному бізнесі : монографія. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2019. 312 с.
3. Шевченко А. О. Менеджмент готельного бізнесу : підручник. Одеса : Одеська національна академія харчових технологій, 2021. 290 с.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

О. І. Гаврилова, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРСб-41 (заочна)

*Т. В. Капліна, д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Ресторанна індустрія змінюється завдяки цифровізації, автоматизації та штучному інтелекту (AI). Зі зростанням конкуренції ресторани по всьому світу використовують передові технології

для покращення операційної ефективності, обслуговування клієнтів і максимального використання ресурсів.

Цей напрям важливий для індустрії гостинності і вчені приділяють достатню увагу, вивчаючи проблемні питання. Так Іванов і Вебстер (2019) досліджували вплив робототехніки на організацію та функціонування індустрії гостинності, Бухаліс і Леунг (2018) – концепцію розумних технологій у межах ресторанної індустрії [1, 2].

Деякими актуальними трендами в умовах сьогодення є:

1) Штучний інтелект і автоматизація. Чат-боти та віртуальні помічники оптимізують обслуговування, персоналізують пропозиції, а роботи на кухні та в холах зменшують витрати на персонал [2].

2) POS-системи на основі хмарних технологій та Інтернету речей. Вони допомагають підвищити ефективність[3], що складається з можливості контролювати продажі, інформацію про запаси та аналізувати поведінку клієнтів у режимі реального часу.

3) Доповнена (AR), а також віртуальна реальність(VR). Вони покращують взаємодію з клієнтами за допомогою інтерактивних меню та віртуальних турів ресторанами [4].

4) Інновації в сфері доставки та онлайн-замовлень:

✓ Хмарні (dark) кухні – ресторани без залів для обслуговування, що працюють лише на доставку.

✓ Автоматизовані системи доставки – дрони та автономні роботи для швидкої доставки їжі.

✓ Інтеграція з мобільними додатками – прямий зв'язок з клієнтами через власні застосунки.

5) Еко- та сталий розвиток:

✓ Zero-waste технології – автоматизовані системи управління залишками продуктів.

✓ Альтернативні джерела енергії – використання сонячної енергії та енергоефективного обладнання.

✓ Біорозкладний та багаторазовий посуд – екологічний тренд у сфері HoReCa.

Представлені технології вже активно впроваджуються в провідних світових ресторанах, а також поступово інтегруються в українську ресторанну індустрію.

Хоча переваги очевидні, впровадження інноваційних технологій у ресторанах не позбавлене проблем. Основними проблемами залишаються вартість впровадження, навчання персоналу та ризик кібератак. Більшість малих, середніх підприємств зазвичай не мають необхідних ресурсів, які компанія набагато більших розмірів мала б можливість інвестувати в технології [3]. Власники бізнесу повинні працювати над їх подоланням у поетапній перспективі. Поступове впровадження технологій, починаючи з недорогих рішень (цифрові меню; хмарні POS-системи); підтримка регуляторних заходів (таких як ініціативи з передачі даних), які полегшують перехід до нових технологій; навчання персоналу автоматизації праці; інвестування в оновлення програмного забезпечення та кібербезпеку. Щоб залишатися конкурентоспроможними, ресторани повинні використовувати збалансоване поєднання штучного інтелекту, блокчейну та екологічних технологій. Інновації також можуть проникнути у сферу туризму та гостинності завдяки державним та українським міжнародним ініціативам [4].

Таким чином, новітніші технології повільно революціонізують ресторанну індустрію, забезпечуючи підвищення продуктивності, краще обслуговування клієнтів і стійкі методи роботи. Проте розвиток цифрових інструментів і автоматизації буде майбутнім галузі. Ресторани, які хочуть залишатися життєздатними та прагнути до зростання в майбутньому, повинні мати принаймні деяку інформацію про те, як технологічний прогрес формуватиме ринок у майбутньому.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ivanov S., & Webster C. (2019). Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality. Emerald Publishing.
2. Pantelidis I. S. (2020). The Routledge Handbook of Hospitality Management. Routledge.
3. Гуменюк О. (2020). Цифрова трансформація у сфері громадського харчування: Виклики та можливості. Львів : Вид-во ЛНУ.
4. Дудник О. (2021). Інноваційні технології в ресторанному бізнесі та їх вплив на клієнтський досвід. Київ : Вид-во KHEU.

РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ЦИФРОВІ РІШЕННЯ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ СТРАТЕГІЇ У СФЕРІ СЕРВІСУ

В. О. Гирман, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41

*Л. І. Куц, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Ресторанний бізнес є одним із найперспективніших та найдинамічніших секторів економіки. Обслуговування виступає ключовим фактором успіху закладів ресторанного господарства. У сучасних умовах попит на послуги харчування зростає щоденно, що призводить до підвищення конкуренції на ресторанному ринку. Для закладів ресторанного господарства надзвичайно важливим є розвиток та впровадження нових рішень для вдосконалення обслуговування, що сприяє адаптації до нових умов конкурентного середовища на ринку ресторанних послуг. Смаки споживачів постійно змінюються, вони стають більш вимогливими до якості обслуговування. Отже, підвищення рівня обслуговування споживачів ресторанних послуг є актуальним та перспективним завданням, яке потребує уваги та оперативного вирішення.

Вважається, що одним із чинників, який суттєво впливає на підвищення конкурентоспроможності та довгострокового успіху закладу ресторанного господарства, є впровадження інноваційних рішень. До таких рішень належить автоматизація певних процесів обслуговування, що є важливою складовою гостинності та значно підвищує її якість, а також застосування нових форматів обслуговування. Цей тип рішень відноситься до невиробничих інновацій у готельному господарстві [1].

Електронне меню є одним із ключових інструментів для вдосконалення процесу обслуговування у закладах ресторанного господарства, сприяючи підвищенню його ефективності та зручності як для гостей, так і для персоналу. Використання електронного меню мінімізує ризик помилок під час приймання замовлення, скорочує час очікування та дозволяє гостям швидко обрати бажані страви. Крім того, такий формат меню дає змогу детально ознайомитися з інгредієнтами, що входять до складу страв, їхньою рецептурою та харчовою цінністю.

Важливою перевагою електронного меню є можливість інтерактивної взаємодії гостей із закладом під час очікування замовлення. Відвідувачі можуть переглядати інформаційні матеріали, користуватися розважальним контентом або брати участь в інтерактивних опитуваннях, що сприяє покращенню загальної атмосфери обслуговування. Завдяки такому підходу гості можуть висловлювати свої побажання та залишати відгуки про якість послуг, що дозволяє адміністрації своєчасно реагувати на можливі недоліки та оперативно впроваджувати корективи у роботу ресторану.

Використання електронного меню також сприяє оптимізації роботи персоналу. Оскільки офіціанти звільняються від необхідності самостійно приймати замовлення, вони можуть приділяти більше уваги безпосередньому обслуговуванню гостей, підвищуючи рівень сервісу. Запровадження е-Menu у закладах ресторанного господарства дозволяє значно збільшити кількість постійних відвідувачів та підвищити рівень доходу підприємства до 25 % [2].

Застосування QR-кодів відіграє важливу роль у сучасному ресторанному бізнесі, сприяючи вдосконаленню обслуговування та комунікації з гостями. Їх можна використовувати для інтерактивних опитувань, лотерей та рекламних акцій, що підвищує рівень залученості клієнтів та формує у них позитивний досвід взаємодії із закладом. QR-коди також дозволяють гостям отримувати персоналізовану інформацію про актуальні знижки, програми лояльності та спеціальні пропозиції, що відповідають їхнім вподобанням.

Використання систем управління взаємовідносинами із клієнтами (CRM – Customer Relationship Management) є ефективним інструментом для покращення взаємодії з гостями у сфері ресторанного бізнесу. CRM-системи здатні зберігати інформацію про попередні замовлення та вподобання відвідувачів, що дозволяє персоналу адаптувати обслуговування під індивідуальні потреби кожного споживача. Завдяки CRM-рішенням ресторан може реалізовувати персоналізовані пропозиції для постійних гостей, прогнозувати їхні потреби та відповідно коригувати маркетингові стратегії. Така комунікація сприяє утриманню клієнтів, підвищенню їхньої лояльності та створенню довгострокових відносин із рестораном.

Важливим аспектом ефективного обслуговування гостей у закладах ресторанного господарства є застосування психологічних підходів. Одним із таких методів є **сугестивний сервіс**, який передбачає не лише виконання замовлення, а й активну комунікацію з відвідувачами з метою полегшення процесу вибору страв і напоїв.

Зокрема, у ситуаціях, коли гості тривалий час не можуть визначитися з вибором страви, персонал може застосовувати тактику переконання, ненав'язливо спрямовуючи клієнтів до оптимального варіанту. Офіціанти, які володіють навичками сугесії, здатні формувати довірливу атмосферу, надавати професійні рекомендації щодо страв, вин чи десертів, що не лише підвищує рівень задоволеності відвідувачів, але й створює відчуття індивідуального підходу до кожного гостя. Таке обслуговування сприяє формуванню **невимушеної та комфортної атмосфери**, що, у свою чергу, позитивно впливає на загальне враження від закладу, підвищує лояльність клієнтів та може сприяти зростанню рівня продажів.

Таким чином, у сучасних умовах успіх ресторанного господарства значною мірою залежить від якості обслуговування, яка виступає ключовим чинником у залученні. Використання інноваційних підходів, таких як електронні меню, QR-коди, CRM-системи та психологічні методики, значно підвищує ефективність комунікацій із гостями й вдосконалює обслуговування. Завдяки цим рішенням ресторани не лише зміцнюють свою конкурентоспроможність, а й задовольняють зростаючі очікування споживачів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Соколенко А. С., Свідло К. В., Писаревський М. І. Інноваційні ресторани технології: конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 151 с. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/62067/1> (дата звернення: 24.02.2025).
2. Томоля Т. С. Інновації в закладах ресторанного господарства. *Вісник Хмельницького національного університету. «Серія економічні науки»*. 2016. Том 1, № 5. С. 185–188. URL: [hrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2016/VKNU-ES-2016-N5-Volume1_240.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2016/VKNU-ES-2016-N5-Volume1_240.pdf) (дата звернення: 24.02.2025).

ПІДХОДИ ДО ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛЬНІЙ СФЕРІ

В. І. Глотова, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, ГРСб-41(заочна форма)

*А. С. Капліна, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Готельний бізнес сьогодні є однією з найдинамічніших галузей економіки, де управління персоналом відіграє ключову роль у забезпеченні високої якості обслуговування. Однак ця сфера стикається з низкою проблем, які потребують негайного вирішення. Однією з них є **висока плінність кадрів**. Це явище призводить до постійної потреби в підборі та навчанні нових працівників, що значно збільшує витрати готелю та знижує якість обслуговування клієнтів. Крім того, недостатня **мотивація працівників** та відсутність ефективних систем адаптації нових співробітників призводять до зниження продуктивності та задоволеності персоналу [1].

Ще однією проблемою є **недостатня кваліфікація персоналу**, особливо в умовах швидкого розвитку технологій та зростання вимог клієнтів. Багато готелів некладають достатньо ресурсів у навчання та підвищення кваліфікації своїх співробітників, що призводить до низького рівня сервісу та незадоволеності клієнтів. Крім того, **відсутність чіткої організаційної структури** та розподілу обов'язків у багатьох готелях ускладнює процес управління персоналом, що впливає на загальну ефективність роботи закладу [2].

Для подолання цих проблем необхідно впровадити **сучасні методи управління персоналом**. По-перше, важливо створити ефективну систему мотивації, яка включатиме як матеріальні, так і нематеріальні стимули. Наприклад, можна запровадити програми кар'єрного зростання, навчання та підвищення кваліфікації, що дозволить працівникам відчувати себе частиною команди та бачити перспективи для розвитку. Також варто розглянути можливість впровадження бонусних систем, які заохочуватимуть працівників до досягнення високих результатів [3].

По-друге, для зниження плінності кадрів необхідно покращити процес адаптації нових працівників. Це включає забезпечення їх повною інформацією про корпоративну культуру,

стандарти обслуговування та очікування від роботи. Важливо також створити комфортні умови для роботи, зокрема забезпечити зручний графік роботи, можливість відпочинку та підтримку з боку керівництва [4].

Третім кроком є **використання сучасних HR-технологій**. Автоматизовані системи управління персоналом дозволять ефективно планувати робочий час, відстежувати продуктивність та оперативно реагувати на потреби працівників. Наприклад, програмне забезпечення для управління персоналом, таке як SAP ERP або Oracle NetSuite, дозволяє автоматизувати процеси замовлення, прогнозування попиту та оптимізації запасів, що значно полегшує управління бізнесом [5].

Крім того, важливим аспектом є **побудова сильної корпоративної культури**. Це включає створення сприятливого клімату в колективі, де кожен працівник відчуває себе цінним та мотивованим. Регулярні тренінги, командні заходи та відкрита комунікація між керівництвом і персоналом допоможуть зміцнити взаємини в колективі та знизити рівень плинності кадрів [6].

Висновки. Впровадження таких підходів дозволить готелям не лише знизити плинність кадрів, але й підвищити якість обслуговування, що є ключовим фактором успіху в конкурентній боротьбі на ринку готельної індустрії. Таким чином, ефективне управління персоналом стає основним чинником успіху будь-якого готелю, забезпечуючи його конкурентоспроможність та стабільний розвиток.

Список використаних інформаційних джерел

1. Олена Борисова. Антикрихкість ресторанного бізнесу. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/klyuchove-vmynnya-dlya-menedzheriv-zaraz-restoranniy-biznes-yak-vizhivayut-restorani-50198452.html> (дата звернення: 12.03.2024).
2. URL: <https://www.sap.com/products/erp.html> (дата звернення: 12.03.2024).
3. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.upserve.inventory&hl=uk> (дата звернення: 12.03.2024).
4. URL: <https://www.oracle.com/erp/what-is-erp/> (дата звернення: 12.03.2024).
5. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2021/03/15/the-role-of-hr-technology-in-employee-retention/> (дата звернення: 12.03.2024).
6. URL: <https://www.shrm.org/resourcesandtools/tools-and-samples/toolkits/pages/managingemployeeperformance.aspx> (дата звернення: 12.03.2024).

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ТА ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ СЕРВІСУ

А. В. Гранальська, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41

*А. С. Капліна, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Сучасні реалії туристичного ринку України характеризуються складними викликами, що суттєво впливають на розвиток галузі. Економічна нестабільність, наслідки війни, значні міграційні процеси та зменшення платоспроможності населення створюють складні умови для функціонування туристичного сектору. Сьогодні інтенсивність конкуренції в туристичній галузі зумовлена необхідністю залучення внутрішніх ресурсів і боротьбою за обмежену аудиторію споживачів.

Водночас ці обставини спонукають до пошуку інноваційних підходів для розвитку туризму в Україні. Цифровізація туристичних послуг, впровадження мобільних додатків, інтеграція електронних квитків, а також розробка віртуальних маршрутів дозволяють не лише утримати інтерес до подорожей, але й зробити їх доступними та комфортними навіть у складних соціально-економічних умовах. Крім того, внутрішній туризм сприяє збереженню національної культурної спадщини та стимулює економічну активність у регіонах, які найбільше постраждали від кризи.

Теоретичним підґрунтям дослідження стали праці таких авторів, як Антоненко К. В., Басюк Д., Беркова О. П. [1–3], які вивчали новітні підходи до організації турів та їхню роль на внутрішньому туристичному ринку.

Сучасні технології, такі як мобільні додатки, платформи онлайн-бронювання, системи керування маршрутами та автоматизації процесів обслуговування, дозволяють оптимізувати комунікацію з клієнтами та підвищувати задоволеність від послуг, зокрема через простоту бронювання, можливість отримання актуальної інформації, а також швидку взаємодію з компанією. Мобільні додатки для туристів, які надають доступ до розширеної інформації про тури, функціонування GPS-навігації та інші інтерактивні опції, дозволяють не лише забезпечувати

зручність планування подорожей, а й підвищують рівень контролю над процесом подорожі, створюючи тим самим позитивний користувацький досвід [4].

Інновації в області онлайн-бронювання дозволили суттєво розширити охоплення цільової аудиторії. Можливість здійснення бронювання безпосередньо через інтернет-платформи усуває часові та географічні бар'єри, що, у свою чергу, підвищує доступність туристичних продуктів для різних категорій споживачів. Більше того, системи автоматизації процесів обробки бронювань дозволяють туристичним компаніям знижувати операційні витрати, прискорювати обробку заявок і зменшувати ймовірність людських помилок. Інструменти персоналізованої реклами та рекомендацій, що інтегруються в онлайн-платформи, дозволяють туроператорам формувати індивідуальні пропозиції для кожного клієнта, виходячи з його попередніх уподобань та запитів, що значно підвищує релевантність пропозицій і спонукає до більш частого бронювання послуг.

Впровадження технологій штучного інтелекту та машинного навчання в сферу туристичних послуг створює нові можливості для підвищення якості обслуговування та ефективного управління даними. Такі технології дозволяють здійснювати аналіз великих обсягів інформації, що дає змогу компаніям отримувати глибше розуміння поведінкових патернів споживачів, прогнозувати попит на послуги у певні періоди та відповідно коригувати пропозиції. Більш того, штучний інтелект здатний підтримувати автоматизовані чати, надаючи клієнтам відповіді на запити в режимі реального часу, що сприяє підвищенню швидкості комунікації та створює позитивний досвід взаємодії [2, с. 46].

Висновок. Підсумовуючи, зазначимо, що індивідуалізація, персоналізація та залучення локальних культурних елементів є ключовими компонентами сучасного туристичного продукту, спрямованого на задоволення потреб туристів. Інноваційні технології та культурні підходи формують унікальний, автентичний досвід подорожей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Антоненко К. В., Колотуха О. В. Роль соціальних мереж у просуванні та комунікації автобусних турів. Перспективи розвитку територій теорія і практика. VII міжнар. наук.-практ. конф. Харків. 2023. С. 211–212.

2. Басюк Д. Стан і перспективи розвитку українсько-китайського співробітництва у туристичній сфері. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія Туризм. 2020. № 3(1). С. 46–54.
3. Беркова О. П., Борисюк О. А. Роль маркетингових досліджень регіональних туристичних ринків. Економіка та суспільство. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2203> (дата звернення: 01.11.2024).
4. Гончар А. Є. Світовий ринок туристичних послуг: сучасні тенденції та особливості розвитку. Master's thesis. 2021. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86551> (дата звернення: 01.11.2024).

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОБОТИ СЛУЖБИ НОМЕРНОГО ФОНДУГОТЕЛЮ «OPTIMA COLLECTION» У МІСТІ ЖИТОМИР

***В. О. Дворовенко**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-1-41*

***Л. І. Куш**, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Служба номерного фонду відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного функціонування готельного підприємства, оскільки саме від її роботи залежить рівень задоволеності гостей та загальна репутація закладу. Для готелю «**OptimaCollection**» у місті Житомир, що позиціонує себе як готель преміум-класу, оптимізація роботи цього підрозділу є пріоритетним завданням, спрямованим на підвищення конкурентоспроможності та зміцнення позицій на ринку гостинності. В умовах зростаючої конкуренції в індустрії гостинності готелі мають не лише підтримувати високі стандарти обслуговування, а й впроваджувати сучасні технологічні рішення та адаптуватися до змін у споживчих очікуваннях.

Аналізуючи сучасні тенденції у сфері готельного бізнесу, можна відзначити, що **близько 65 % гостей обирають готелі, які пропонують персоналізовані послуги, зручні системи бронювання та швидке реагування на запити** [1]. Це свідчить про необхідність удосконалення не лише матеріально-технічної бази, а й стратегічного підходу до обслуговування. Для «**OptimaCollection**» це означає не лише підтримку комфорту номерного фонду, але й інтеграцію інноваційних технологій,

таких як автоматизовані системи управління готелем (PMS), прогнозування попиту за допомогою штучного інтелекту (AI) та впровадження цифрових сервісів для взаємодії з гостями.

Однак, для ефективного вирішення актуальних проблем служби номерного фонду необхідно провести порівняльний аналіз конкурентного середовища та визначити найкращі практики, які застосовуються у готельній індустрії. Наприклад, українські готельні мережі, такі як **«Буковель»**, активно впроваджують технології динамічного ціноутворення, що дозволяє збільшити завантаженість номерного фонду навіть у низький сезон. Використання подібних механізмів у **«OptimaCollection»** може сприяти підвищенню ефективності управління розміщенням та зменшенню фінансових втрат, спричинених сезонними коливаннями попиту.

Одним із ключових аспектів удосконалення роботи служби номерного фонду є **автоматизація основних процесів**. Інтеграція сучасних **PMS-систем** дозволяє значно скоротити час на обробку бронювань, оптимізувати завантаженість номерного фонду та мінімізувати вплив людського фактору на якість обслуговування. Також важливим напрямком є **використання CRM-систем**, що дають змогу персоналізувати підхід до кожного гостя, пропонуючи йому індивідуальні знижки, спеціальні пропозиції та програми лояльності.

Окрему увагу необхідно приділити **впровадженню екологічноорієнтованих рішень**. Зниження витрат на енергоспоживання, використання розумних систем контролю клімату в номерах, запровадження програм утилізації відходів та використання ресурсозберігаючих технологій можуть не лише покращити економічну ефективність підприємства, але й привернути увагу гостей, які цінують екологічно відповідальний бізнес [2].

Ще одним критично важливим чинником ефективної роботи служби номерного фонду є **навчання персоналу та підвищення його кваліфікації**. Регулярні тренінги, адаптація працівників до використання нових технологій та мотиваційні програми сприяють покращенню якості обслуговування та забезпечують високий рівень задоволеності гостей.

В умовах конкурентного ринку **важливим кроком для готелю є проведення моніторингу локальних конкурентів**, зокрема аналіз невеликих готельних закладів та апартаментів, що можуть пропонувати конкурентні умови за доступнішими

цінами. Визначення унікальних переваг, таких як високий рівень сервісу, ексклюзивні пропозиції та використання інноваційних технологій, допоможе **«OptimaCollection»** залучати цільову аудиторію, орієнтовану на якісний сервіс та преміальний рівень обслуговування.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності готелю **«OptimaCollection»** у Житомирі необхідно комплексно підходити до вдосконалення роботи служби номерного фонду. Це включає впровадження інноваційних технологій, автоматизацію процесів, розвиток екологічних ініціатив, персоналізацію сервісу та вдосконалення системи навчання персоналу. Використання найкращих практик українських та міжнародних готелів дозволить не лише підвищити рівень задоволеності гостей, але й сформувати довгострокові конкурентні переваги на ринку гостинності

Список використаних інформаційних джерел

1. *Інновації, тренди та виклики в індустрії гостинності* : матеріали ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. (4–5 травня 2023 р.). Львів : ЛТЕУ, 2023. 190 с.
2. Паньків М., Липовий Д. Інноваційні тренди розвитку підприємств індустрії гостинності в контексті ESG-трансформації. *GrailofScience*, 2022. № 14–15, С. 56–62. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.27.05.2022.006> (дата звернення: 01.03.2025).

ЦИФРОВИЙ ЕТИКЕТ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Д. І. Добренко, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-б 11;

Л. І. Куш, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи

Л. О. Положишнікова, канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – наукові керівники

Полтавський університет економіки і торгівлі

Цифровий етикет у готельно-ресторанному бізнесі набуває особливої актуальності в умовах розвитку інформаційних технологій та змін у моделях комунікації між персоналом і гостями. Впровадження цифрових сервісів, таких як онлайн-бронювання,

мобільні додатки для обслуговування, автоматизовані чат-боти та системи зворотного зв'язку, вимагає дотримання нових стандартів професійної взаємодії. Важливим аспектом цифрового етикету є коректність електронного листування, оперативність відповідей у месенджерах і дотримання конфіденційності персональних даних гостей.

Віртуальне спілкування має відповідати загальноприйнятим нормам гостинності, зокрема уникненню занадто формального або надмірно неофіційного стилю комунікації. Використання автоматизованих відповідей не повинно створювати відчуття байдужості, тому персонал має забезпечувати баланс між технологічною ефективністю та людяністю в обслуговуванні. Одна з головних функцій цифрових технологій у готельно-ресторанному бізнесі – надання гостям зрозумілої та актуальної інформації. Важливо використовувати доступні формулювання, детально розписувати умови бронювання, тарифи, послуги та політику закладу, щоб уникнути непорозумінь.

Використання CRM-систем (CustomerRelationshipManagement) дозволяє персоналізувати електронну взаємодію з гостями. Адміністратори можуть звертатися до клієнтів на ім'я, пропонувати індивідуальні бонуси або персональні пропозиції на основі їхніх попередніх вподобань. Автоматизовані чат-боти допомагають швидко відповідати на поширені запитання гостей у режимі 24/7. Вони можуть надавати інформацію про бронювання, меню, спеціальні пропозиції та навіть приймати попередні замовлення у ресторанах. Голосові помічники, такі як GoogleAssistant чи Alexa, також активно впроваджуються у сфері гостинності для полегшення комунікації з гостями. Використання сучасних PMS-систем (PropertyManagementSystem) дозволяє автоматизувати управління бронюваннями, надсилати миттєві підтвердження, нагадування та повідомлення про зміни. Використання безконтактних платежів, QR-кодів для оплати та електронних підписів сприяє спрощенню процесу обслуговування та підвищенню зручності для клієнтів. Це створює ефект турботи та покращує лояльність споживачів.

Цифрова комунікація впливає на імідж готельно-ресторанного закладу, тому правильне використання соціальних мереж, корпоративного вебсайту та електронних платформ для зворотного зв'язку є ключовими чинниками формування довіри споживачів.

Окрему увагу слід приділяти дотриманню цифрової безпеки, адже порушення стандартів обробки персональних даних може призвести до зниження репутації підприємства. Використання безпечних каналів зв'язку, належне шифрування інформації та контроль доступу до внутрішніх систем є важливими умовами цифрової етики.

Важливим викликом цифрового етикету є баланс між автоматизацією та персоналізованим обслуговуванням. Використання цифрових технологій не повинно знижувати рівень персонального контакту з гостями. Незважаючи на переваги автоматизації, гості цінують можливість отримати індивідуальну допомогу від реального співробітника. Також актуальним є зберігання та обробка інформації про гостей, що потребує надійних механізмів захисту. Витоки даних можуть негативно вплинути на репутацію закладу та довіру клієнтів. А тому працівники готельно-ресторанного бізнесу повинні проходити навчання щодо правильного використання цифрових інструментів, ведення електронного листування, роботи у CRM-системах та безпечного користування даними гостей.

Цифровий етикет у готельно-ресторанному бізнесі є важливим аспектом підвищення рівня обслуговування та конкурентоспроможності закладу. Використання сучасних технологій, таких як чат-боти, мобільні додатки, інтерактивні меню та CRM-системи, дозволяє оптимізувати комунікацію з клієнтами та покращити якість сервісу. Водночас необхідно дотримуватися етичних норм у цифровій взаємодії, зберігати баланс між автоматизацією та персональним підходом, а також забезпечувати конфіденційність персональних даних гостей.

Успішне впровадження цифрового етикету сприятиме підвищенню довіри клієнтів, формуванню позитивного іміджу готельно-ресторанного закладу та створенню комфортного середовища для взаємодії з гостями.

Список використаних інформаційних джерел

1. Пукач Я. О. Напрямки впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60 URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-68> (дата звернення: 05.03.2025).
2. Олійник Н. Ю. Цифрові послуги як інновації в сфері гостинності. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та*

готельно-ресторанного господарства : Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 668–671. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/olijnyk6.htm (дата звернення: 05.03.2025).

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛІ «RELAX PARK VERHOLY» с. СОСНІВКА ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

***К. І. Кабак**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*

***Л. І. Куш**, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

У сучасному світі розвиток рекреаційного туризму стає важливою складовою готельного бізнесу, адже гості все частіше обирають не просто місце для ночівлі, а комплексний підхід до відпочинку, що включає різноманітні активності, оздоровчі процедури та унікальний сервіс. Здоровий спосіб життя стає престижним й в усьому світі зростає кількість людей, які хочуть підтримувати гарну фізичну форму та мають потребу в ефективних антистресових програмах. В основному це люди середнього віку, які віддають перевагу активному відпочинку й обмежені в часі [1].

Одним із найяскравіших прикладів успішної реалізації концепції комплексного рекреаційного відпочинку є спа-готель «RelaxParkVerholy», розташований у мальовничому селі Соснівка Полтавської області.

У готелі є 55 номерів різних категорій зі всіма зручностями. На території є зона для прогулянок, дитячий майданчик, ресторан, бар, тераса та можливість кататися на конях. В інтер'єрі закладу немає нічого зайвого, адже акцент зроблено на якості природних матеріалів та високому рівні послуг [2].

Відповідно, готель «RelaxParkVerholy» реалізує концепцію екологічного відпочинку, яка гармонійно поєднується з природним середовищем. Дизайн комплексу створений таким чином, щоб не порушувати екосистему, а використовувати її як невід'ємну всю частину відпочинку.

Використовуючи сильні сторони, основні рекреаційні можливості готелю включають:

- піші прогулянки мальовничими маршрутами серед лісу та в рекреаційних зонах;
- катання на велосипедах та героскутерах влітку, а взимку на лижах та санях, які можна взяти в оренду;
- верхова їзда для дорослих та кінна прогулянка для дітей по спеціально розробленим лісовим маршрутам;
- відпочинок у басейнах, джакузі, лазні, сауні та гідромасажній ванні, де можна насолодитися масажем та провести освіжаючий відпочинок в спекотні літні дні;
- різноманітні косметичні процедури та релаксуючі фітнес програми;
- спортивні активності, зокрема: волейбол, баскетбол, настільний теніс, футбол, стрітбол;
- розслаблене читання книг у затишному куточку на свіжому повітрі;
- фотозонив природних локаціях та послугами професійних фотографів для сімейних, дитячих та весільних фотосесій;
- чисельні культурно-розважальні заходи та послуги, спеціально розроблені для дітей різних вікових груп, що включають мотузковий парк скелелазіння, скутери та спеціальні дитячі оздоровчі програми, водні ігри, розваги та Playstation [3].

Для вдосконалення організації надання рекреаційних послуг у готелі «RelaxParkVerholy» можна запропонувати ряд заходів, зокрема:

- створення сезонних програм таких як фестивалі, зимовий каток, що дозволить залучити туристів протягом усього року;
- розширення SPA-зони, створення нових фітнес-залів із професійними тренерами;
- організація постійних дитячих таборів, що зробить відпочинок у готелі ще привабливішим для сімей;
- співпраця з туристичними агентствами, що дозволить розширити спектр активностей та інтегрувати туризм Полтавщиною як напрям діяльності готелю.

Отже, готель «RelaxParkVerholy» є унікальним місцем для відпочинку, що забезпечує природну гармонію з комфортом, адже завдяки екологічному підходу та широкому спектру рекреаційних можливостей заклад приваблює гостей, які прагнуть якісного та спокійного відпочинку. Відповідно, вдосконалення рекреаційних послуг дозволить підвищити рівень сервісу

та зробити готель більш популярним. Тому запровадження нових активностей, технологічних рішень та розширення програми сприятиме зростанню відвідуваності та зміцненню позицій на ринку рекреаційного туризму України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Куш Л. І., Михайлова Н. В. Стан та проблеми розвитку засобів розміщення оздоровчого напрямку в Україні // Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 10 лютого 2022 р.). Полтава : ЦФЕНД, 2022. – С. 42–44. URL: http://www.economics.in.ua/2022/02/blog-post_17.html (дата звернення: 27.02.2025).
2. RelaxParkVerholy. URL: <https://www.yod.group/ua/hotels/architectural-concept-verholy-relax-park> (дата звернення: 27.02.2025).
3. Активний відпочинок / RelaxParkVerholy. URL: <https://verholy.com/> (дата звернення: 27.02.2025).

ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «АРИСТОКРАТ» МІСТА ПОЛТАВА

К. В. Карпенко, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41

***Л. І. Куш, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки та торгівлі***

Реклама є важливим інструментом формування попиту на товари та послуги, оскільки забезпечує їхню популяризацію та сприяє залученню нових споживачів. Основною метою рекламної діяльності є збільшення прибутку підприємства через підвищення рівня обізнаності цільової аудиторії про певний продукт або послугу. Ефективна реклама дозволяє споживачам швидше отримати доступ до необхідної інформації, що сприяє прийняттю раціональних рішень щодо вибору товару чи послуги.

Сучасний рекламний ринок в Україні демонструє активний розвиток та охоплює широкий спектр каналів комунікації. До основних форм реклами належать зовнішня реклама, що представлена білбордами, вівісками та транспортною рекламою, внутрішня реклама, друковані видання, сувенірна продукція, а також реклама в засобах масової інформації. Окреме місце посідає цифровий маркетинг, який включає рекламу в соціаль-

них мережах, на вебсайтах, у мобільних застосунках і на платформах для перегляду відеоконтенту. З огляду на зростаючу популярність інтернету та мобільних технологій цифрова реклама стає одним із ключових інструментів маркетингової стратегії [1].

Особливої уваги в контексті рекламної діяльності потребує сфера гостинності, оскільки рівень конкуренції в цьому сегменті є досить високим. Аналіз рекламної кампанії готельно-ресторанного комплексу «Аристократ» у місті Полтава дозволяє оцінити ефективність використання маркетингових стратегій у готельному бізнесі. Даний комплекс має низку конкурентних переваг, серед яких зручне розташування, розвинена інфраструктура, наявність трансферних послуг, паркувальних місць, комфортного номерного фонду та різноманітних послуг для гостей.

Важливим елементом маркетингової діяльності готелю є його цифрова присутність. Офіційний сайт закладу містить детальну інформацію про послуги, тарифи, номери, ресторанне меню та контактні дані, що дозволяє потенційним гостям швидко отримати всю необхідну інформацію. Крім того, сайт має інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, що забезпечує зручність використання та спрощує процес бронювання. Додатковим каналом залучення споживачів є присутність готелю на спеціалізованих платформах для бронювання номерів, що значно підвищує рівень доступності послуг для широкого кола гостей.

З урахуванням сучасних тенденцій одним із перспективних напрямів удосконалення рекламної стратегії готелю є активне використання соціальних мереж. Поширення коротких відео у TikTok та InstagramReels, що містять огляди номерів, презентацію ресторанного меню та відгуки гостей, може сприяти залученню нових клієнтів і підвищенню впізнаваності бренду. Додатковими ефективними інструментами можуть стати інтерактивні конкурси, акції та знижки, що стимулюють активність аудиторії.

Для посилення лояльності споживачів доцільним є впровадження програм спеціальних пропозицій. Наприклад, розробка бонусної системи або мобільного застосунку з інтерактивними квестами та винагородами може сприяти збільшенню повторних відвідувань та залученню нових гостей.

Окрему увагу слід приділити використанню технологій штучного інтелекту в рекламній діяльності. Чат-боти, що працюють на основі штучного інтелекту, забезпечують швидке та ефективне обслуговування клієнтів у режимі реального часу. Персоналізована реклама, побудована на аналізі даних користувачів, дозволяє значно підвищити ефективність рекламних кампаній. Використання голосових пошукових запитів, аналіз відгуків та генерація контенту за допомогою штучного інтелекту сприяють підвищенню рівня автоматизації маркетингових процесів і розширенню охоплення аудиторії [2].

Одним із сучасних напрямів розвитку рекламної діяльності є інфлюенс-маркетинг, який передбачає співпрацю з популярними блогерами, що спеціалізуються на тематиці подорожей та готельного бізнесу. Взаємодія з лідерами думок дозволяє суттєво підвищити рівень довіри до бренду, що позитивно впливає на залучення нових клієнтів. Реклама у форматі відеоглядів, тематичних подкастів та прямих ефірів дає змогу продемонструвати переваги готелю з погляду реальних користувачів, що робить її більш переконливою та ефективною.

Таким чином, удосконалення рекламної діяльності в готельному бізнесі має ґрунтуватися на поєднанні традиційних і цифрових маркетингових інструментів. Пріоритетним напрямом розвитку є активне використання інтернет-реклами, що дозволяє ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією, швидко адаптуватися до ринкових змін та підвищувати рівень конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мальчик М. В., Адасюк І. П. Реклама в інтернеті: теоретичний аналіз та особливості // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Проблеми економіки та управління»: науковий журнал. 2021. № 1 (5). С. 75–85. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/semi/vsi-vypusky/tom-5-nomer-1-2021> (дата звернення: 01.03.2025).
2. Петасюк О. І. Штучний інтелект: контекст та осмислення // *Молодий вчений*: науковий журнал. 2024. № 4 (128). С. 26–32. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/6152/6020> (дата звернення: 28.02.2025).

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ VIP-СЕРВІСУ У FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV

В. О. Кобець, студент спеціальності готельно-ресторанна справа, ГРСб-41

А. С. Капліна, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

VIP-сервіс у готельному бізнесі є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності, іміджу та рівня лояльності гостей. У сучасних умовах зростання попиту на ексклюзивні послуги серед високостатусних клієнтів спричинило необхідність удосконалення стандартів обслуговування.

В Україні VIP-сервіс набуває особливої актуальності у зв'язку з розвитком міжнародного туризму, проведенням бізнес-форумів, дипломатичних зустрічей та зростанням попиту на luxury-сегмент. Однак рівень персоналізованого обслуговування в українських готелях ще не досяг світових стандартів, що потребує поглибленого аналізу та впровадження інноваційних рішень.

Світовий рівень дослідження проблем VIP-сервісу представлений Pine & Gilmore [1], Kasavana, Mohammed & Rashid, Barsky & Nash. Вітчизняний – Мальською М. П., Кифяк В. Ф., Байлик С. Г. та іншими.

Fairmont Grand Hotel Kyiv – це один із найкращих готелів класу «люкс» в Україні, що входить до міжнародної мережі Fairmont Hotels & Resorts. Він дотримується високих стандартів VIP-обслуговування, що включають: персоналізований сервіс, розкішні умови проживання, приватність та безпеку, високий рівень гастрономії, додаткові VIP-послуги. Високі стандарти VIP-обслуговування об'єднують (табл. 1).

Таблиця 1 – Стандарти обслуговування готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv (авторська розробка)

Назва стандартів	Сутність
Розкішні умови проживання	✓ VIP-номери та люкси з ексклюзивним дизайном, видом на Дніпро та сучасним технічним оснащенням. ✓ Доступ до Fairmont Gold Lounge – окремої VIP-зони з додатковими привілеями (приватні сніданки, напої, бізнес-зона). ✓ Обслуговування у номері 24/7 (room service, послуги дворецького)

Назва стандартів	Сутність
Приватність та безпека	✓ Підвищений рівень конфіденційності для VIP-гостей (окремі входи, анонімний check-in/check-out). ✓ Приватна охорона та безпекові протоколи для забезпечення комфорту найвибагливіших клієнтів
Високий рівень гастрономії	✓ Ресторани преміум-класу (наприклад, «Vogue Café Kyiv») із ексклюзивним меню та можливістю персонального обслуговування. ✓ Індивідуальний підхід до харчування (дієтичні та авторські страви на вимогу гостя)
Додаткові VIP-послуги	✓ Персоналізовані трансфери (елітні автомобілі, вертолітний сервіс). ✓ SPA та wellness-зони з ексклюзивними процедурами для VIP-клієнтів. ✓ Програми лояльності для постійних гостей (преміальні знижки, спеціальні запрошення на заходи)

Дані таблиці свідчать, що попри високий рівень сервісу, існують можливості для вдосконалення.

Пропонуємо напрями вдосконалення VIP-сервісу в готелі: використання інноваційних технологій (впровадження штучного інтелекту та Big Data для аналізу вподобань VIP-клієнтів; мобільні додатки для бронювання ексклюзивних послуг, спрощення check-in/check-out; персональні smart-асистенти в номерах (штучний інтелект для управління освітленням, температурою, послугами готелю); покращення системи персоналізації послуг (розширення аналітики запитів VIP-гостей для ще більш індивідуального підходу; додаткові персоналізовані привітання, ексклюзивні подарунки для постійних клієнтів; спеціальні VIP-програми лояльності з унікальними привілеями; розвиток VIP-гастрономії (запровадження ексклюзивного приватного ресторанного сервісу – приватні дегустації, унікальні авторські страви; співпраця з міжнародними шеф-кухарями для створення нових гастрономічних концепцій).

Висновки. Для подальшого розвитку VIP-сервісу готелю варто сфокусуватися на: впровадженні новітніх технологій для покращення клієнтського досвіду; підсиленні персоналізації

послуг; розширенні ексклюзивних гастрономічних пропозицій; посиленні безпеки та конфіденційності; покращенні навчання персоналу. Такі кроки дозволять Fairmont Grand Hotel Kyiv утримати статус лідера у сфері VIP-обслуговування та відповідати зростаючим очікуванням клієнтів.

Список використаних інформаційних джерел

1. B. Joseph Pine, James H. Gilmore. The Experience Economy. URL: https://books.google.com.ua/books/about/The_Experience_Economy.html?id=edtOzyyKgXUC&redir_esc=y (дата звернення: 05.03.2025).

ВПРОВАДЖЕННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ У ГОТЕЛІ «MENORAH HOTEL» МІСТА ДНІПРО

О. Д. Комісарук, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41

*Н. І. Курніс, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

У сучасних умовах ринку ефективність діяльності готелів залежить від попиту на їх послуги. А забезпечення стабільного попиту на готельні послуги у конкурентному середовищі є складним, але завданням, яке можливо вирішити. Вирішити таке завдання допоможе клієнтоорієнтований підхід.

Концепція клієнтоорієнтованості пов'язана не лише із задоволенням, а й передбаченням потреб гостей. А передбачення пов'язане як з розумінням і задоволенням потреб, так й прогнозуванням майбутніх запитів.

З метою підвищення ефективності роботи готелю «Menorah hotel» міста Дніпро нами було запропоновано впровадити у діяльність готелю клієнтоорієнтований підхід [1].

Саме завдяки такому підходу клієнтоорієнтованість послуг готелю дозволить управляти взаємовідносинами із споживачами з метою побудови довгострокових відносин та отримання прибутку.

Роль клієнтоорієнтованості в послугах готелю «Menorah hotel» буде ґрунтуватися не тільки на привабленні, але і на утриманні гостей. Готель надає послуги із розміщення на певний термін. І чи повернеться гість до готелю залежить від міри задоволення потреб споживачів. Це залежить від переліку додатко-

вих послуг, надання яких є важливим для готелю. Різноманіття додаткових послуг говорить про бажання не просто задовольнити потреби гостя, але вийти за рамки загальноприйнятих стандартів обслуговування, тобто передбачити ці потреби. Як результат, гості віддадуть свою перевагу для відпочинку більш комфортному готелю, який відповідає їх індивідуальним потребам. Складність полягає у підборі усіх необхідних умов для кожного гостя, але в цьому і є суть клієнтоорієнтованості.

Таким чином, застосування клієнтоорієнтованого підходу у готелі «Menorah hotel» дозволить задовольнити індивідуальні потреби гостя, збільшити завантаженість готелю та підвищити прибуток.

З метою практичного використання клієнтоорієнтованого підходу в діяльності готелю «Menorah hotel» необхідно дослідити етапи впровадження даного підходу.

Взагалі, впровадження клієнтоорієнтованого підходу підвищує рівень конкурентоспроможності готелю на ринку, так як саме якісний сервіс стає для гостя вирішальним чинником при виборі готельних послуг.

Таким чином, впровадження клієнтоорієнтованого підходу ґрунтується на створенні та впровадженні стандарту обслуговування. Для цього потрібна якісно організована комунікація із гостями різними методами з метою виявлення їх потреб та розробка стратегії сервісу. Для підтримки співробітників готелю в дотриманні ними стандарту обслуговування необхідно постійно підвищувати рівень кваліфікації персоналу, мотивуючи їх.

Впровадження клієнтоорієнтованого підходу в готель «Menorah hotel» необхідно почати з аналізу потреб гостей. Одним із найбільш доступних методів отримання зворотного зв'язку є аналіз відгуків на сайті інтернет-бронювання готелів Booking.com. Там гості можуть залишити відгук про готель, вказати його переваги та недоліки, оцінити рівень обслуговування за 10-ти бальною шкалою у восьми категоріях - комфорт, зручність, чистота, безкоштовний wi-fi, сніданок, співвідношення ціни-якості, місцезнаходження, персонал. Кожний готель отримує середній бал. Цей показник є джерелом інформації як для гостей, які шукають готель, так і для персоналу, який аналізує інформацію про відношення гостей до сервісу.

На основі такого аналізу інформації про потреби гостей, можливо визначити головні параметри обслуговування для

кожного готелю, наприклад, покращення рівня харчування, рівня комфорту чи щось інше. У випадку невисоких оцінок гостей за критерієм «співвідношення ціна-якість» готелю необхідно переглянути цінову політику. Низька оцінка за критерієм «персонал» свідчить про проблеми в кадровій політиці і це повинно стати пріоритетним при формуванні стратегії обслуговування готелю [2].

При вивченні потреб споживачів необхідно використовувати і інші канали зворотного зв'язку, такі як анкетування чи опитування.

При розробці стандарту обслуговування необхідно особливу увагу зосередити на таких питаннях: процедурі заселення гостей та оплаті послуг; особливостях роботи з особами із обмеженими можливостями здоров'я; правилами поведінки персоналу готелю особисто і по телефону; особливостях спілкування співробітників готелю з колегами; правила обслуговування VIP-гостей, особливості роботи за скаргами гостей та агресивними гостями; вимогам до зовнішнього вигляду персоналу і його поведінки у готелі.

Впровадження стандартів обслуговування в діяльність готелю «Menorah hotel» передбачає практичне навчання співробітників навикам високоякісного сервісу. Рівень клієнтоорієнтованості співробітників готелю недостатньо високий, тому особливу увагу слід звернути на тренінги з клієнтоорієнтованості. Бо сьогодні це є одним із найбільш ефективних інструментів для навчання персоналу.

Отже, впровадження клієнтоорієнтованого підходу для готелю «Menorah hotel» полягає не тільки у розробці стандартів клієнтоорієнтованості, які базуватимуться на потребах споживачів, але і на навчанні персоналу. Завдяки впровадженню клієнтоорієнтованості, готель матиме попит на ринку готельних послуг міста Дніпра та забезпечить свою конкурентоспроможність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Джугташвілі Н. М. Управління клієнт-орієнтованістю персоналу як інструмент підвищення якості сервісного продукту готелю. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2020. Т. 31 (70). № 4. С. 108–116.
2. Захаренко Д. С. Клієнтоорієнтованість підприємства: сутнісні характеристики. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. № 4. С. 187–194.

СТРАТЕГІЇ УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ СЛУЖБИ ПРИЙОМУ Й РОЗМІЩЕННЯ ГОСТЕЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ

Є. К. Компанієць, студентка спеціальності *Готельно-ресторанна справа, група ГРС-б 1-41*

Л. І. Куц, старший викладач кафедри *готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Готельно-ресторанний бізнес є однією з найбільш динамічних і розвинених сфер індустрії гостинності. Якість обслуговування в готелях значною мірою визначається ефективністю роботи служби прийому та розміщення, яка виконує ключові функції з реєстрації, поселення та інформаційного супроводу гостей.

Служба прийому та розміщення (СПіР) є обличчям будь-якого готелю, адже саме з неї починається безпосереднє знайомство гостя із закладом. Від професіоналізму та доброзичливості працівників цієї служби залежить перше враження про готель у цілому, що впливає на подальше перебування гостя.

Одним із ключових напрямів удосконалення є автоматизація процесів та впровадження сучасних технологій. Йдеться, зокрема, про впровадження PMS (PropertyManagementSystem) – сучасної системи управління готелем, яка автоматизує низку процесів: бронювання, реєстрацію, облік номерів, оплату, звітність. Це не лише скоротить час очікування для гостей, а й мінімізує можливість помилок, пов'язаних із людським фактором [1–3].

Важливим кроком до покращення сервісу є запровадження онлайн-реєстрації та check-in/check-out. Гості отримують можливість самостійно реєструватися та виселятися через вебсайт або мобільний застосунок, що значно заощаджує їхній час та зменшує черги на рецепції. Крім того, використання електронних ключів – карток або мобільних додатків для доступу до номерів – підвищує рівень безпеки та зручності для гостей.

Для ефективної взаємодії зі споживачами та персоналізації обслуговування доцільним є використання CRM-системи (CustomerRelationshipManagement). Аналіз та обробка даних про гостей дозволяють враховувати їхні індивідуальні побажання, пропонувати персоналізовані знижки та спеціальні пропозиції. Також значний потенціал мають чат-боти – віртуальні помічни-

ки, інтегровані у вебсайти або месенджери, що забезпечують швидке надання інформації про готель, послуги та можливість бронювання в режимі 24/7.

Незважаючи на важливість технологій, основним фактором успіху готелю залишається людський ресурс. Навчання та підвищення кваліфікації персоналу є критично важливими для забезпечення високого рівня обслуговування. Регулярні тренінги з питань клієнтського сервісу, управління конфліктами, знання іноземних мов та освоєння сучасного програмного забезпечення сприяють підвищенню професійного рівня працівників СПіР. Важливими складовими ефективної роботи персоналу є система мотивації та заохочень, яка може включати бонуси за високі показники роботи, програми лояльності та інші форми матеріального і нематеріального стимулювання.

Для підвищення конкурентоспроможності готелю пропонується реалізація наступних стратегій удосконалення роботи служби прийому та розміщення:

- проведення аудиту діяльності служби для виявлення проблемних зон;
- розробка плану дій з удосконалення роботи з урахуванням особливостей готелю та потреб гостей;
- впровадження сучасних технологій та програмного забезпечення для автоматизації процесів;
- створення комфортної зони для гостей (дизайн рецепції, доступ до Wi-Fi, зони відпочинку тощо);
- забезпечення професійного навчання та мотивації персоналу.

Готельно-ресторанний бізнес є невід’ємною складовою сфери послуг, спрямованої на забезпечення комфортного перебування гостей. Яскравим прикладом високого рівня обслуговування є готельно-ресторанний комплекс «Прем’єр Готель Палаццо» у місті Полтава, де поєднуються ключові чинники успішного функціонування – якісна робота служби прийому та розміщення, високий рівень сервісу та впровадження сучасних технологій (check-in/check-out, CRM-системи).

Автоматизація процесів значно спрощує процедури бронювання, реєстрації та оплати, що робить перебування гостей максимально зручним. Водночас важливим залишається людський фактор, адже ефективне функціонування готелю залежить від кваліфікації персоналу. Запровадження програм навчання,

підвищення кваліфікації та мотивації співробітників створює додаткові переваги для закладу.

Завдяки гармонійному поєднанню сучасних технологій та професійного персоналу вигоди отримують усі учасники процесу:

- керівництво – підвищення ефективності роботи готелю та збільшення прибутків;

- персонал – можливість кар'єрного розвитку та стабільної оплати праці;

- гості – високий рівень сервісу, що сприяє їхньому комфорту та задоволеності.

Таким чином, системний підхід до організації роботи служби прийому та розміщення в готелях є запорукою їхньої конкурентоспроможності, стійкості на ринку та формування позитивного іміджу серед гостей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Готель «Палаццо» – дотик до історії, слідування традиціям, відповідність сучасним трендам. URL: <https://www.0532.ua/news/2045607/gotel-palacco-dotik-do-istorii-sliduvanna-tradiciam-vidpovidnist-sucasnim-trendam> (дата звернення: 05.03.2025).
2. Рябенюк М., Мазуркевич І. Управління персоналом у закладах готельно-ресторанного господарства. Intellect XXI. 2020. № 1. URL: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-1.13> (дата звернення: 05.03.2025).
3. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: зб. тез доп. V Міжнар. наук.-практ. конф. (24–25 жовтня 2024 року, м. Львів). – Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. – 423 с. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/69248/1/%D0%97%D0%91%D0%86%D0%A0%D0%9D%D0%98%D0%9A_%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%86%D0%93_2024.pdf (дата звернення: 05.03.2025).

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

О. С. Костюк, студентка спеціальності *Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41*

Н. В. Рогова, канд. техн. наук, доцент кафедри *готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У тезах розглядаються основні напрями та шляхи підвищення ефективності рекламної діяльності готельного підприємства.

Описано сучасні методи маркетингових комунікацій, цифрові технології та інструменти для просування послуг. Визначено ключові фактори, що впливають на успіх рекламних кампаній у сфері гостинності.

За останні 15 років значна увага приділялася вивченню та застосуванню інтернет-інструментів для просування товарів і послуг. Це питання досліджували як науковці, так і практики, зокрема Ф. Вірін, Д. Халілова, Д. Коник, С. Рендел, Т. Іванюха, Я. Новікова, О. Окландер, М. Бударіна, О. Красовська, Л. Григор'єва, Н. Бортнік та інші.

Крім того, вивченню інтернет-маркетингу присвятили свої роботи такі вчені, як І. Бойчук, М. Лебеденко, І. Литовченко, Н. Інкова, В. Пилипчук, Ю. Шедько, Д. Халілов, М. Brown, D. Southgate та інші. Проте, варто зазначити, що у межах цих досліджень стратегії SMM та використання інструментів для досягнення цілей сучасного підприємства не були достатньо глибоко проаналізовані.

Готельний бізнес є висококонкурентною галуззю, де ефективність рекламної діяльності відіграє ключову роль у залученні клієнтів. З розвитком цифрових технологій та змін у споживчих вподобаннях традиційні методи реклами вже не є достатньо ефективними. Тому виникає необхідність впровадження новітніх маркетингових стратегій для підвищення впізнаваності бренду, формування лояльності клієнтів та збільшення прибутковості готельного підприємства.

Для оцінки результативності реклами необхідно визначити її ключові показники ефективності (KPI), серед яких:

- кількість нових клієнтів, залучених через рекламу;
- конверсія з рекламних оголошень;
- рівень впізнаваності бренду;
- рентабельність рекламних кампаній;
- зворотний зв'язок та відгуки клієнтів.

Аналіз рекламної діяльності дозволяє визначити сильні та слабкі сторони кампаній, а також знайти оптимальні способи підвищення ефективності.

Сучасні інструменти цифрового маркетингу дозволяють значно підвищити ефективність рекламних кампаній.

Завдяки аналізу даних про поведінку гостей можна створювати персоналізовані рекламні пропозиції. Наприклад:

- спеціальні пропозиції для постійних клієнтів;
- персоналізовані знижки на дні народження;
- спеціальні пакети для сімейних відпочинків або бізнес-туристів.

Інфлюенсер-маркетинг є потужним інструментом для просування готельних послуг. Співпраця з тревел-блогерами та відомими особистостями допомагає привернути увагу цільової аудиторії.

Використання відео- та візуального контенту. Відеоогляди готелів, 3D-тури, яскраві фотографії номерів та сервісу значно підвищують довіру клієнтів і впливають на рішення про бронювання.

Програми лояльності (бонуси, накопичувальні знижки, спеціальні пропозиції) мотивують гостей повертатися до готелю та рекомендувати його знайомим. Додатково можна розробити мобільний застосунок для зручного бронювання та отримання персональних пропозицій.

Ретаргетинг дозволяє нагадувати потенційним клієнтам про готель після відвідування сайту або взаємодії з рекламою. Це підвищує конверсію та сприяє повторним бронюванням.

Підвищення ефективності рекламної діяльності готельного підприємства вимагає комплексного підходу, що включає використання цифрових технологій, персоналізацію маркетингових кампаній, активну взаємодію із клієнтами та залучення інфлюенсерів. Впровадження інноваційних методів просування дозволить покращити впізнаваність бренду, збільшити кількість бронювань та забезпечити стійке зростання прибутковості готелю. Крім того, важливо здійснювати регулярний аналіз ефективності реклами та адаптувати стратегії відповідно до змін ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Загородній, А. Г. Рекламна комунікація: теорія та практика : навч.-метод. посіб. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2019. 341 с.
2. Литвинов, С. В. Стратегія рекламної діяльності підприємств готельного господарства : навч.-метод. посіб. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2020. С. 40–47.

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

В. В. Кузуб, студентка спеціальності готельно-ресторанна справа, ГРС 6-41

Г. В. Капліна, д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах високої конкуренції готельно-ресторанний бізнес потребує ефективних маркетингових стратегій для залучення клієнтів. Споживчі переваги швидко змінюються під впливом цифрових технологій, економічних чинників та нових трендів у сфері гостинності. Успішні маркетингові стратегії допомагають підприємствам не лише збільшувати потік клієнтів, але й формувати лояльну аудиторію та підвищувати рентабельність бізнесу. Дослідження цього питання сприяє розробці оптимальних підходів до залучення клієнтів з урахуванням сучасних умов ринку.

Розробка маркетингових стратегій залучення клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі привертає увагу як українських, так і зарубіжних науковців. В Україні цій тематиці присвячено низку робіт, що аналізують сучасні тенденції та інструменти маркетингу в цій галузі: Воляник Г. М., Марушко Н. С., Цвілий С. М., Кукліна Т. С., Зайцева В. М. та інші. Закордонні вчені: Котлер Ф., Боуен Д., Максвелл С. та інші.

Сфера HoReCa (Hotel, Restaurant, Cafe) є однією з найбільш конкурентних галузей, що вимагає ефективних маркетингових стратегій для залучення та утримання клієнтів. Правильно розроблена стратегія дозволяє бізнесу не лише збільшувати прибутки, але й формувати лояльну клієнтську базу.

Аналіз маркетингових стратегій залучення клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі включає кілька ключових підходів (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні підходи до маркетингу готельно-ресторанного бізнесу (систематизовано автором за [1–3])

Назва підходу	Реалізація
1. Цільовий маркетинг та сегментація ринку	Визначення основних груп клієнтів (туристи, бізнесмени, молодь, сім'ї, VIP-клієнти). Розробка персоналізованих пропозицій та програм лояльності для кожного сегмента.

Назва підходу	Реалізація
1. Цільовий маркетинг та сегментація ринку	Використання CRM-систем для аналізу поведінки гостей та створення індивідуальних пропозицій
2. Цифровий маркетинг та онлайн-просування	SEO-оптимізація сайту готелю/ресторації для покращення видимості в пошукових системах. Контент-маркетинг (ведення блогу, створення відеоглядів, віртуальних турів). Реклама у соцмережах (таргетована реклама у Facebook, Instagram, TikTok, YouTube). E-mail маркетинг (персоналізовані пропозиції, нагадування про акції). Співпраця з тревел-блогерами та інфлюенсерами
3. Брендинг та репутаційний менеджмент	Створення унікального іміджу готелю та його концепції (ексклюзивний дизайн, тематичні ресторани, унікальні SPA-послуги). Робота з відгуками на Booking, TripAdvisor, Google Reviews (швидка відповідь на коментарі, компенсація негативного досвіду). Участь у рейтингах та отримання сертифікатів (наприклад, «Travellers' Choice» від TripAdvisor)
4. Програми лояльності та бонусні системи	Накопичувальні бонуси та знижки для постійних гостей. Кешбек або спеціальні пропозиції для членів програми лояльності. VIP-програми з ексклюзивними привілеями (безкоштовний апгрейд номера, пізній виїзд, персональні послуги)

Аналіз таблиці свідчить, що нами представлено лише 4 підходи, які можуть бути розширені за рахунок партнерського маркетингу і колаборації, акції та спеціальних пропозицій, подієвого маркетингу та організації заходів, технологічних інновацій для залучення клієнтів.

Висновки. Для успішного залучення клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі важливо використовувати комплексний підхід, що поєднає онлайн- та офлайн-методи. Особливу увагу слід приділити персоналізації, сучасним технологіям та ефективному управлінню репутацією.

Список використаних інформаційних джерел

1. Hotel marketing: Strategy guide with tips. URL: <https://www.siteminder.com/r/hotel-marketing-this-year/> (дата звернення: 15.02.2025).
2. Jennifer Dublino. How to Attract Customers to Your Restaurant (2024). URL: <https://www.business.com/articles/how-to-attract-customers-to-your-restaurant/> (дата звернення: 16.02.2025).
3. Innovative marketing strategies for hotels and restaurants. URL: <https://blog.typsy.com/innovative-marketing-strategies-hotels-restaurants> (дата звернення: 16.02.2025).

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ У ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ КОМПЛЕКСІ

О. О. Лисенко, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС 6-41

*Н. В. Рогова, канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

У тезах розглядаються основні підходи до підвищення ефективності роботи персоналу у готельно-ресторанному комплексі. Проаналізовано сучасні методи мотивації, навчання та організації праці, що сприяють покращенню якості обслуговування та підвищенню рівня задоволеності клієнтів. Особливу увагу приділено використанню цифрових технологій, створенню комфортних умов праці та впровадженню програм лояльності для співробітників.

Готельно-ресторанний бізнес є сферою, де якість обслуговування клієнтів безпосередньо залежить від професіоналізму та ефективності роботи персоналу. Високий рівень конкуренції в індустрії гостинності вимагає постійного вдосконалення методів управління кадрами, створення комфортних умов праці та запровадження інноваційних підходів до навчання та мотивації працівників [1].

Для забезпечення ефективної діяльності готельно-ресторанного комплексу важливо раціонально організувати роботу персоналу.

Використання спеціалізованого програмного забезпечення для бронювання номерів, керування замовленнями в ресторані та моніторингу завантаженості працівників.

Створення змінного графіка, що враховує пікові години завантаженості закладу.

Визначення зон відповідальності кожного працівника для уникнення дублювання функцій та покращення взаємодії між відділами.

Регулярне навчання персоналу сприяє покращенню якості обслуговування та підвищенню рівня задоволеності гостей. Основні форми навчання включають:

- ✓ Навчальні програми, що допомагають розвивати професійні навички та комунікаційні вміння;
- ✓ Співпраця з провідними готельно-ресторанними комплексами, участь у міжнародних програмах підвищення кваліфікації;
- ✓ Доступ до навчальних платформ для вивчення нових методик обслуговування, сучасних стандартів гостинності та управління стресом на робочому місці.

Мотивація персоналу відіграє вирішальну роль у підвищенні продуктивності, оскільки безпосередньо впливає на рівень залученості, якість виконання обов'язків та задоволеність роботою. Успішна система мотивації сприяє зниженню плинності кадрів, підвищенню рівня обслуговування клієнтів та створенню позитивної корпоративної культури [2].

Сучасні цифрові рішення значно покращують ефективність роботи персоналу, автоматизуючи рутинні процеси, підвищуючи швидкість обробки інформації та покращуючи комунікацію в колективі. Використання CRM-систем, HRM-платформ, чат-ботів та мобільних додатків допомагає оптимізувати розподіл робочого часу, контролювати продуктивність і забезпечувати якісне навчання працівників.

Задоволеність персоналу умовами праці безпосередньо впливає на продуктивність роботи. Важливо приділяти увагу:

- ✓ Ергономічному робочому простору, якісному оснащенню кухні та ресепшену;
- ✓ Зменшенню стресових факторів, впровадженню психологічної підтримки;
- ✓ Можливості зміни графіка у разі необхідності.

Підвищення ефективності роботи персоналу у готельно-ресторанному комплексі є багатограним процесом, що включає оптимізацію робочих процесів, навчання та мотивацію співробітників, використання сучасних технологій та створення комфортних умов праці. Впровадження цих заходів сприятиме

покращенню якості обслуговування, підвищенню конкурентоспроможності закладу та зміцненню його позицій на ринку гостинності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лепейко Т. І. Організаційно-економічні засади реінжинірингу бізнес-процесів сучасного підприємства. Український журнал прикладної економіки. 2019. Т. 4. № 11. С. 43–150. URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/ujae_2019_r01_a17.pdf.
2. Мошек Г. Є., Федоренко В. Л., Коваленко О. В. Менеджмент організації. Теорія та практика : навч. посіб. Київ : Ліра, 2020. С. 808.

АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ГОТЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ

В. О. Ляхівненко, студентка спеціальності готельно-ресторанна справа, ГРС б-41

Т. В. Капліна, д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

Автоматизація бізнес-процесів у готельній індустрії є ключовим чинником підвищення якості обслуговування та ефективності діяльності підприємств. У сучасних умовах розвитку інформаційних технологій та зростаючої конкуренції, готелі змушені впроваджувати автоматизовані системи управління для задоволення потреб клієнтів та забезпечення своєї конкурентоспроможності.

Актуальність дослідження полягає у необхідності адаптації готельних підприємств до сучасних вимог ринку через впровадження інформаційних систем та технологій. Це дозволяє оптимізувати бізнес-процеси, підвищити якість обслуговування та збільшити прибутковість закладів. Зокрема, використання CRM-систем сприяє автоматизації рутинних завдань, створенню єдиного центру управління для різних каналів комунікації, збору детальної бази клієнтів, оптимізації аналітики та контролю роботи співробітників.

У сучасному світі готельна індустрія стикається з низкою викликів: від підвищення очікувань гостей до необхідності оптимізації операційного управління та контролю витрат. У цьому середовищі автоматизація **готельних** процесів стала одним із найефективніших рішень. Автоматизація повторю-

ваних процесів не тільки зменшує витрати, але й звільняє час для персоналу готелю, щоб зосередитися на більш цінних заходах, таких як персоналізація обслуговування та покращення досвіду гостей. Автоматизацію слід розглядати не як спосіб зменшити людський контакт, а як можливість покращити якість обслуговування. Наприклад, **автоматизований PMS** може розподіляти кімнати, ефективно керувати запасами та надавати оновлення в реальному часі персоналу, тоді як команда людей може зосередитися на тому, щоб гості почувалися як вдома [1].

Для підприємств готельного господарства автоматизація дозволяє охопити значну кількість сфер (табл. 1).

Таблиця 1 – Автоматизація підприємств готельної галузі (систематизовано автором за [1])

Сфера	Реалізація	Результат
Прийом, прибирання, технічне обслуговування	PMS автоматизує керування резервами, розподіл кімнат, обробка платежів	Зменшення людських помилок, забезпечення максимальної оптимізації зайнятості готелю
Системи управління доходами (RMS)	Використання передових алгоритмів для коригування тарифів на номери в реальному часі на основі попиту, ринкових тенденцій	Готель підтримує конкурентоспроможні ціни та максимізує дохід шляхом динамічного коригування ставок для кожного каналу розподілу
Автоматизація роботи з гостями (реєстрація заїзду і виїзду за допомогою мобільного додатку)	Використання автоматичних повідомлень про привітання та підтвердження значно покращує взаємодію з клієнтами	Цифрові послуги консьєржа дозволяють гостям запитувати послуги чи допомогу без необхідності фізичного втручання, що не тільки економить час, але й покращує задоволеність
Система управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM)	Дозволяє надсилати персоналізовані електронні листи, спеціальні пропозиції та акції певним сегментам клієнтів	Системи можуть інтегрувати оцінки гостей і відгуки з таких сайтів, як TripAdvisor, підвищуючи репутацію готелю в Інтернеті

Продовж. табл. 1

Сфера	Реалізація	Результат
Автоматика в гостьових номерах	Автоматичний контроль кондиціонування повітря, освітлення та споживання енергії в номерах	Системи допомагають зменшити експлуатаційні витрати, сприяють ініціативам сталого розвитку, які цінуються гостями

Отже автоматизація готелів дозволяє їм заощадити гроші, покращити процеси, отримати більше прибутку та запропонувати кращий досвід для гостей.

Висновок. Автоматизація бізнес-процесів у готельному бізнесі – це не просто тренд, а необхідність для підвищення ефективності, оптимізації витрат та покращення якості обслуговування клієнтів. Готелі, що активно впроваджують цифрові рішення, отримують конкурентні переваги та забезпечують собі стабільний розвиток у динамічному ринку індустрії гостинності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Automating processes in hotels. The definitive guide to cost savings. URL: <https://leanhotelsystem.com/en/automating-processes-in-hotels/> (дата звернення: 06.03.2025).

УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

А. Ф. Нестеренко, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41

*Н. І. Курніс, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Завдяки сучасному використанню технічних засобів комунікації, сприйняття рівня якості обслуговування у готелі гостем формується ще на етапі пошуку інформації. Ключовими чинниками для вибору того чи іншого засобу розміщення споживачем є не тільки асортимент додаткових послуг і вартість, але і важливий вплив має репутація готельного підприємства.

Головною метою управління репутацією готелю є створення позитивного та привабливого образу підприємства в залежності від цільової групи, для якої формується репутація:

- моральний елемент (наскільки загальна репутація підприємства гідна поваги, заслуговує на довіру, має «добре ім'я»);

- елемент якості послуг (оцінка рівня якості надання послуг гостями, що відбулися);

- елемент емоцій та вражень (суб'єктивна оцінка стану комфорту та якості, що отримується від початку першої взаємодії з готелем до виїзду та/або після продажного взаємозв'язку);

- елемент соціальної активності (репутація готелю, що отримується за рахунок участі у різних соціальних, екологічних, спортивних кампаніях та заходах);

- трудовий елемент (репутація персоналу готелю, його компетентності, професіоналізму, ввічливості тощо);

- елемент лояльності до гостей (репутація як готелю, де гість відчуває турботу про себе, отримує персоналізований підхід, вітання на особисті та загальні свята та ін.) [1].

Першим напрямом діяльності з управління репутацією готельного підприємства є метод «польової інформації». До цього методу належить збір первинної інформації у вигляді проведення аудиту репутації безпосередньо на самому підприємстві. Найбільш часто зустрічається вид отримання інформації – анкетування.

Анкета-опитування для гостей дозволяє отримати необхідну первинну інформацію для дослідження, оформляється у вигляді набору послідовних питань, на які опитувані повинні відповісти. Анкета є зручним інструментом для отримання даних, оскільки може бути представлена в різних видах (у друкованому варіанті, представленому в номері або на стійці реєстрації, в електронному варіанті при відправці на електронну пошту та ін.), може включати питання різних тематик, дає швидку відповідь про недоліки і переваги підприємства. Однак, при розробці анкети, необхідно ретельно вивчити її перед тим, як використовувати, і при необхідності усунути недоліки питань, щоб не отримати спотворених відповідей.

Наступний метод, який застосовується при керуванні репутацією готельєрами, є порівнянням. У рамках цього методу готельне підприємство діє згідно з наступними етапами:

- розглядає свій цільовий сегмент, його потреби, види послуг, які їм надаємо;

– порівнює власні можливості та можливості конкурентів для задоволення потреб даного сегменту;

– координує свою діяльність згідно з отриманими даними.

Важливою діяльністю з управління репутацією готелю за сучасних умов є відстеження думок туристів в мережі Інтернет.

Для ефективного управління репутацією необхідний постійний моніторинг відгуків та рейтингів. Робота з відгуками, особливо негативними, носить благодійність, що у конкурсах та інших.

Деякі готельні підприємства підвищують комфорт проживання основного сегменту гостей.

Матриця SWOT-аналізу – є основним методом вивчення результатів управління репутацією готелю. Принцип матриці полягає в оцінці зовнішніх та внутрішніх впливів на нинішнє та майбутнє становище репутації підприємства [2].

Таким чином, впровадження засобів управління репутацією готельного підприємства може стати інструментом підвищення впізнаваності готелю, залучення нових клієнтів, отримання високих показників завантаження номерного фонду, бути індикатором виявлення сторін, які потребують доопрацювання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Однолько В. О. Управління споживчою лояльністю у сфері готельних послуг. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2023. Вип. 1. С. 150–161.
2. Осіпчук А. С., Бовсуновський Д. І. Сучасні підходи до управління готельним підприємством. Економіка та підприємництво в умовах сучасних 37 викликів : матеріали збірника Всеукр. наук.-практ. конф. 01.02.2023 р. Житомир : Поліський національний університет, 2023. С. 392–395.

ШЛЯХИ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

А. Р. Новицька, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-42

Л. О. Положишнікова, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі готелі стикаються з високим рівнем конкуренції. В умовах постійно змінюваного ринку та зміни споживчих звичок важливо використовувати новітні digital-технології для підтримки конкурентоспроможності.

Цифрова трансформація – це впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси організацій. Такий підхід передбачає не лише встановлення сучасного обладнання чи програмного забезпечення, а й фундаментальні зміни в процедурах управління, корпоративній культурі та зовнішніх відносинах.

Класифікація діяльності компаній на основі використання ними цифрових технологій: традиційний (або аналоговий) бізнес, торгівля в режимі онлайн, віртуальний бізнес.

Digital-технології – це сукупність сучасних інформаційних технологій, які використовують цифрові дані для обробки, зберігання, передачі та аналізу інформації.

Усі процеси в рамках digital-технологій ґрунтуються на використанні цифрових даних. Це може бути як текстова, так і графічна, аудіо, відео інформація, яку перетворюють у цифрову форму для подальшої обробки.

Digital-технології значно підвищують ефективність різних процесів завдяки автоматизації. Це включає застосування різних програмних засобів для оптимізації робочих процесів, автоматичне виконання рутинних задач, а також зниження використання людського фактору [2].

Готелі активно використовують цифрові канали реклами, такі як таргетована реклама у соціальних мережах (Facebook, Instagram), пошукова оптимізація (SEO) та контекстна реклама для залучення нових гостей і покращення видимості на міжнародних ринках. Основними компонентами digital-технології управління бізнесом в сучасних умовах є:

1. Штучний інтелект – автоматично забезпечує задачі управління даними для підвищення продуктивності.

2. Система CRM – використовується для надання послуг для різних варіантів спілкування зі споживачами.

3. Система PIM – як інструмент управління інформацією про товари.

4. Чат-боти – надають цілодобову допомогу, вирішують прості запити та консультують користувачів щодо послуг компанії.

5. Доповнена реальність (AR) – дозволяє створювати віртуальні об'єкти і демонструвати продукти в 3D-режимі [1].

Типи digital-технологій, доступних сьогодні: бізнес технології, IT – інформаційні технології, комунікаційні технології, суперінтелект, blockchain [3].

У роботу підприємств індустрії гостинності їх впровадження починається з використання CRM і чат-ботів як швидких рішень із високою віддачею. Ці інструменти не лише оптимізують бізнес-процеси, але й формують сучасний імідж готелю, відповідаючи вимогам цифрової епохи та конкурентного ринку.

Таким чином сучасні цифрові технології допомагають готелям ставати більш популярними та привабливими для гостей. Для успішного просування важливо використовувати одночасно кілька інструментів, таких як реклама, соціальні мережі, контент-маркетинг і системи бронювання. Також варто враховувати вподобання гостей та аналізувати їхню поведінку, щоб пропонувати найзручніші та найцікавіші послуги.

Список використаних інформаційних джерел

1. Місевич М., Присяжнюк О., Марчук Д., Марчук О. Особливості управління бізнесом на основі використання діджитал-технологій. Agrosvit. 2024. С. 118–122.
2. Давиденко Г. Цифрова інклюзія та доступність: соціальна діджиталізація : монографія. Вінниця : ТВОРИ, 2023. 240 с.
3. WhatIsDigitalTechnology? 2024. URL: <https://www.digital-adoption.com/what-is-digital-technology/#:~:text=Digital%20technology%20means%20electronic%20tools,increasing%20employee%20productivity%20and%20efficiency>.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ ЗАХОДІВ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Є. О. Олійник, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, ГРС 6-41

*Т. В. Капліна, д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

У сучасних умовах глобалізації та зростаючої конкуренції у сфері гостинності організація корпоративних заходів стає одним із ключових напрямів розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Компанії все частіше використовують корпоративні події як інструмент формування корпоративної культури, мотивації персоналу та зміцнення ділових відносин. Відтак, попит на якісні та інноваційні послуги в цьому сегменті зростає, що зумовлює необхідність удосконалення процесів їх організації.

Окрім того, пандемія COVID-19 та її наслідки значно змінили підхід до організації корпоративних заходів: зросла роль гібридних форматів, цифрових технологій, персоналізації сервісу та екологічної відповідальності. Ці тенденції вимагають нового підходу до планування та реалізації корпоративних подій у готелях і ресторанах.

Важливість теми підтверджується також економічним значенням корпоративного сегмента для готельно-ресторанного бізнесу. Проведення бізнес-заходів, конференцій, семінарів, тренінгів та інших подій є вагомим джерелом доходу, оскільки забезпечує високу завантаженість закладів, залучає нових клієнтів та сприяє формуванню позитивного іміджу бренду.

Таким чином, дослідження особливостей та тенденцій організації корпоративних заходів у готельно-ресторанному бізнесі є надзвичайно актуальним. Воно дозволить розробити практичні рекомендації для підвищення ефективності цього напрямку, що сприятиме зростанню прибутковості підприємств та їх конкурентоспроможності на ринку.

Сучасний ринок корпоративних заходів вимагає нестандартних рішень та новітніх технологій, які забезпечують унікальний досвід для клієнтів. Готелі та ресторани, що спеціалізуються на проведенні корпоративних подій, активно впроваджують інновації для підвищення ефективності, покращення сервісу та створення конкурентних переваг.

При цьому застосовують наступні інноваційні підходи до організації корпоративних заходів (табл. 1).

Таблиця 1 – Новітні технології для проведення корпоративних подій (систематизовано автором за [1])

Інноваційні технології	Реалізація
<i>1. Використання цифрових технологій</i>	
Гібридні та віртуальні заходи	Використання онлайн-платформ (Zoom, Microsoft Teams, Hopin) для проведення подій у змішаному форматі (офлайн + онлайн). Упровадження VR/AR для створення інтерактивного досвіду (наприклад, віртуальні тури локацією або 3D-презентації продуктів)

Інноваційні технології	Реалізація
Інтерактивні мобільні додатки	Використання онлайн-платформ (Zoom, Microsoft Teams, Hopin) для проведення подій у змішаному форматі (офлайн + онлайн). Упровадження VR/AR для створення інтерактивного досвіду (наприклад, віртуальні тури локацією або 3D-презентації продуктів)
RFID-технології та штучний інтелект	RFID-картки та браслети для контролю доступу та персоналізації сервісу. Аналіз даних за допомогою AI для прогнозування уподобань учасників
2. Персоналізація заходів	
Big Data та аналітика	Використання даних про попередні заходи для розробки персоналізованих програм. AI-алгоритми для рекомендацій щодо розміщення, меню та активностей
Гейміфікація та engagement-програми	Упровадження квестів, конкурсів та інтерактивних зон для залучення учасників. AR-ігри для активної взаємодії гостей під час заходів
Індивідуальні підходи до кейтерингу	Меню, адаптоване до харчових уподобань гостей (vegan-friendly, gluten-free). Використання технологій «smart menu» (цифрові меню з описами інгредієнтів, рекомендаціями)

Таким чином для впровадження інновацій в готелях передбачено наступні пропозиції: розробка модульних програм для корпоративних заходів, що передбачає формування пакетних пропозицій з інтерактивними та технологічними елементами; створення цифрової платформи для бронювання корпоративних заходів з можливістю персоналізації програми заходу онлайн; впровадження smart-event технологій, що передбачають використання AI для рекомендацій, аналітики та автоматизації процесів; розширення екологічної відповідальності для запровадження «зелених стандартів» у готельно-ресторанному бізнесі.

Висновок. Запропоновані підходи дозволять покращити якість сервісу, зробити корпоративні заходи більш ефективними, інтерактивними та екологічно відповідальними.

Список використаних інформаційних джерел

1. Walker, J. R. (2019). Introduction to Hospitality Management (6th Edition). Pearson.

ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ДЛЯ БУДІВНИЦТВА БЮДЖЕТНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ В УКРАЇНІ

Н. В. Переверзєв, спеціальність *Готельно-ресторанна справа*
група ГРС₆₂₋₄₂ (з/в)

О. В. Володько, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри
готельно-ресторанної та курортної справи – науковий
керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний стан готельного бізнесу в Україні характеризується значними викликами, спричиненими військовою агресією. Руйнування існуючих об'єктів розміщення, зниження попиту на готельні послуги, ускладнення логістичних ланцюгів та відтік кваліфікованих кадрів – це лише деякі з проблем, з якими зіткнулася галузь [1].

Водночас, в умовах кризи виникають нові можливості для її розвитку. Зростає попит на бюджетні засоби розміщення, орієнтовані на внутрішньо переміщених осіб, будівельників, волонтерів, представників міжнародних організацій та інших категорій громадян, які потребують тимчасового житла.

Окрім того, інвестиції в бюджетні засоби розміщення можуть стати привабливими для підприємців, оскільки вони вимагають менших початкових витрат порівняно з готелями преміум-класу. Тому, застосування новітніх технологічних та інноваційних рішень у їх будівництві можна вважати доцільним та перспективним.

До найбільш перспективних технологічних рішень будівництва бюджетних засобів розміщення можна віднести [2, 3]:

- використання модульних та каркасно-панельних технологій, що забезпечать швидкість зведення та зниження витрат;
- застосування екологічних та енергоефективних матеріалів (CLT-панелі, газобетон, сендвіч-панелі), які дозволять зменшити експлуатаційні витрати та негативний вплив на довкілля;
- використання принципів адаптивної архітектури для забезпечення універсальності планувальних рішень;

- інтеграція розумних технологій для оптимізації споживання ресурсів та зменшення експлуатаційних витрат;
- максимізація використання місцевих будівельних матеріалів та відновлюваних джерел енергії.

Особливої уваги заслуговують інноваційні рішення для **оптимізації витрат при будівництві цих закладів, такі як:** використання технологій 3D-друку для зведення конструктивних елементів будівлі; «зеленої» енергії (сонячні панелі, теплові насоси, рекуперація тепла) [4]; ефективні теплоізоляційні рішення для зниження витрат на опалення та кондиціонування (**система «мокрий фасад» (ETICS), вентиляовані фасади, енергозберігаючі вікна та двері, розумні системи управління енергоспоживанням та інше**).

Поряд з цим, існують і певні проблеми, які слід враховувати при впровадженні інновацій. а саме:

- в Україні ще не повністю сформована нормативно-правова база, яка регулює застосування деяких інноваційних технологій у будівництві;
- упровадження нових технологій часто вимагає значних початкових інвестицій у обладнання, навчання персоналу та дослідження;
- використання нових технологій завжди пов'язане з певними ризиками, такими як можливі технічні проблеми або непередбачені витрати.

Отже, будівництво бюджетних засобів розміщення має великі перспективи для повоєнного готельного бізнесу України. Успішне впровадження інновацій у будівництво потребує підтримки з боку держави, сприятливого нормативно-правового середовища, навчання кадрів та розвитку державно-приватного партнерства. За умови комплексного підходу, інноваційні технології можуть стати потужним інструментом для відновлення та розвитку цієї галузі, сприяючи створенню сучасних, доступних та комфортних засобів розміщення для різних категорій населення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Зайчикова М. В., Володько О. В. Перспективи бюджетних засобів розміщення на ринку послуг в Україні. *Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті* : тези доп. XLVII Міжнар. наук. студ. конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2023 рік (м. Полтава, 25 квітня 2024 р.). Полтава : ПУЕТ, 2024. С. 555–556.

2. Губарев В. О., Ковальчук В. О. Сучасні технології будівництва малобюджетних готелів. Київ : Видавничий дім «Академія», 2021. 256 с.
3. Смирнов П. Г. Енергоефективні та модульні конструкції в готельному бізнесі. Харків : ТОВ «Наукова думка», 2020. 198 с.
4. Фрідлянд М. М. Зелені технології у сучасному будівництві. Аналіз відновлюваних матеріалів та ефективності енергоефективних систем. Наукові нотатки, 2024. № 77. С. 104–112.

КОНЦЕПЦІЯ WELLNESS ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ГОТЕЛІВ

***Ю. В. Перекрестова**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41*

***Л. І. Куш**, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Впровадження Wellness у готельний бізнес сприяє як виникненню кардинально нового продукту, який здебільшого не характерний для цієї сфери, так і розширенню асортименту послуг, їх покращенню та зміні стилю роботи.

На сьогодні wellness набирає обертів в Україні. Окрім спортивних клубів, салонів краси, SPA-салонів і фітнес-залів, з'являються wellness-студії і wellness-центри. Готелі також враховують цю тенденцію, пропонуючи не лише розширені послуги та розваги, але й послуги загальнооздоровчого комплексу. Йдеться про поєднання готельного бізнесу та індустрії краси й здоров'я, результатом якого стають wellness-готелі та готелі з wellness-центрами [1].

Оздоровчі послуги набувають дедалі більшого значення в структурі готельного сервісу, сприяючи підвищенню рівня задоволеності гостей. В умовах сучасного суспільства, коли турбота про здоров'я та благополуччя стає пріоритетною, впровадження оздоровчих програм у діяльність готелів виступає важливим чинником залучення клієнтів. Сучасні споживачі очікують не лише комфортного проживання, а й можливості відпочити, розслабитися та покращити фізичний і психоемоційний стан. До найпоширеніших оздоровчих послуг належать спа-процедури, масажі, фітнес-програми та заняття йогою, які сприяють зміцненню здоров'я та відновленню внутрішньої гармонії.

Запровадження різноманітних оздоровчих програм дозволяє готелям покращувати свій імідж і позиціонувати себе як центри здоров'я та релаксації. Використання індивідуалізованих підходів, застосування натуральних компонентів у процедурах, а також унікальні пропозиції допомагають створювати конкурентні переваги, привертаючи увагу потенційних клієнтів і відкриваючи нові можливості для маркетингової діяльності.

Для ефективного розвитку цього напрямку необхідно здійснити детальний аналіз поточного стану надання оздоровчих послуг. Дослідження повинно включати оцінку їхньої якості, різноманітності та рівня затребуваності серед гостей. Визначення найпопулярніших послуг, а також виявлення тих, що потребують удосконалення чи заміни, є необхідним кроком для оптимізації пропозицій готелю.

Інфраструктурне забезпечення, зокрема наявність сучасних спа-комплексів, тренажерних залів, саун та інших спеціалізованих приміщень, відіграє вирішальну роль у формуванні позитивного враження про готель. Важливим аспектом є залучення висококваліфікованих спеціалістів, зокрема професійних масажистів, інструкторів з йоги та тренерів, що гарантує високий рівень обслуговування. Використання інноваційних технологій та автоматизованих систем управління допомагає підвищити ефективність надання послуг, покращити їхню якість і забезпечити максимальний комфорт для гостей.

Актуальним напрямом у сфері оздоровчих послуг є впровадження персоналізованих wellness-програм, розроблених з урахуванням індивідуальних потреб споживачів. Це можуть бути спеціалізовані дієтичні плани, програми фізичної активності, рекомендації щодо використання натуральних косметичних засобів тощо. Впровадження технологій для відстеження стану здоров'я, зокрема смарт-браслетів та мобільних застосунків, сприяє підвищенню ефективності програм і покращенню взаємодії з гостями [2].

Підвищення кваліфікації персоналу є одним із ключових аспектів удосконалення оздоровчих послуг. Регулярні тренінги, участь у міжнародних семінарах і підвищення рівня професійної підготовки спеціалістів дозволяють підтримувати конкурентоспроможність готелів і забезпечувати високий рівень обслуговування.

Важливим етапом є оцінка ефективності впроваджених змін. Аналіз рівня задоволеності гостей, фінансових показників, відгуків клієнтів та рівня завантаженості оздоровчих зон дозволяє визначити сильні та слабкі сторони програм і адаптувати їх відповідно до актуальних потреб ринку.

Таким чином, постійний моніторинг ринку, адаптація пропозицій до актуальних потреб гостей, аналіз відгуків та ефективне використання маркетингових інструментів забезпечують високий рівень конкурентоспроможності готельних комплексів, що спеціалізуються на оздоровчому відпочинку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Павліченко Є. Г., Куш Л. І. Wellness-інновації для підвищення конкурентоспроможності готелів. Розвиток готельного і ресторанного бізнесу: виклики часу: тези доп. наук. конф. здобувачів вищої освіти спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа (м. Полтава, 18 квітня 2024 року). – Полтава : ПУЕТ, 2024. С. 114–117.
2. Wellness Tourism Market Size & Trends Analysis Report, 2023–2030. Market Research Reports & Consulting / Grand View Research, Inc. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wellnesstourism-market> (дата звернення: 26.02.2025).

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «КОРОЛІВСЬКА БОЧКА» У МІСТІ ЖИТОМИРІ

М. О. Перепелиця, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-42

*Н. І. Курніс, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Історія розвитку готельної справи нерозривно пов'язана з подорожами. Подорожуючи з різною метою та намірами (відвідування святих місць і храмів, олімпійських ігор тощо) люди мали потребу в притулку, харчуванні та відпочинку. Тож не дивно, що у 2001 році до списку історичних населених місць, що був затверджений Кабінетом Міністрів України, на виконання статті 32 Закону України «Про охорону культурної спадщини» [1], увійшло і одне й з найдавніших міст Київської Русі – Житомир, що за легендою засновано у 884 році, а першу літописну

згадку про місто зроблено до 1240 року [2]. На появу в місті та становлення закладів гостинності вплинули особливості історичних трансформацій Житомира, його статус губерньського міста та регіональні особливості

У сучасному світі готельно-ресторанний бізнес стає дедалі важливішим сектором економіки, оскільки він сприяє розвитку туризму, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня обслуговування. В Україні, яка має великий потенціал у цій сфері, актуальність теми підвищення ефективності готельно-ресторанних підприємств зростає, зокрема через вплив глобалізації, зміну споживчих уподобань та розвиток технологій. Сьогодні підприємства стикаються з численними викликами: від конкуренції на міжнародному ринку до економічних труднощів на внутрішньому. У цих умовах важливо адаптувати стратегії управління, впроваджувати інноваційні підходи та підвищувати якість обслуговування. Нинішня повномасштабна війна з російською федерацією також негативно відображаються на ефективності туристичного бізнесу загалом та готельно-ресторанного зокрема. В теперішніх нестійких умовах господарювання підприємств готельно-ресторанного комплексу необхідно постійно досліджувати ринок туристичних послуг і відповідно до умов зовнішнього середовища адаптувати систему управління розвитком компаній.

Ефективність діяльності підприємства визначає співвідношення між отриманими результатами і витраченими ресурсами. Вона є інтегрованим показником, що відображає, наскільки успішно підприємство використовує свої можливості для досягнення економічних, соціальних і екологічних цілей. На ефективність впливають різноманітні чинники, зокрема внутрішні, такі як організація виробництва та управління, а також зовнішні, як ринкові умови та державна політика. Для досягнення високої ефективності підприємствам необхідно регулярно аналізувати ці фактори і адаптувати свої стратегії. Ефективність роботи готельно-ресторанних підприємств полягає в їхній здатності швидко реагувати на зміни в технологіях і потребах споживачів.

Сучасні виклики та зростаюча конкуренція, спонукають використовувати новітні технології, такі як безконтактні платежі, чат-боти, сторінки та реклама в соціальних мережах тощо. Успіх готельно-ресторанного бізнесу та підвищення його ефективності залежить від оптимізації процесів, зменшенні витрат і

підвищення якості обслуговування, що є критично важливим для стабільності та рентабельності бізнесу. Існуючі методи оцінки ефективності сервісної діяльності в готельно-ресторанному бізнесі зазвичай зосереджені на окремих показниках. Важливість інтегрованого підходу до вимірювання ефективності стає очевидною, оскільки він може охопити всі аспекти продуктивності. Саме тому сучасні португальські методологи у сфері вимірювання ефективності сервісних послуг в індустрії гостинності Карлос Гомес і Махмуд Ясін вважають доцільним ввести для такої оцінки показник ефективності роботи послуг (SOE). Запропонований показник SOE складається з трьох індикаторів, якими є доступність послуги (A), якість обслуговування (Q) та ефективність обслуговування (E) та сприяє більш комплексному аналізу та покращенню сервісу.

Тож для того, щоб запропонувати шляхи підвищення ефективності діяльності готельно-ресторанного комплексу «Королівська бочка» маємо дослідити вище зазначені індикатори.

Після аналізу літературних джерел можна зробити висновок, що якість обслуговування є ключовим фактором комерційного успіху і, отже, потребує особливої уваги.

Якість – комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг та ін. Найважливішою складовою всієї системи якості є якість послуг і обслуговування [3].

Якісне обслуговування в ресторані та готелі – це умова його успішності. Асортимент, смакові якості страв, ціни, дизайн, імідж, місце розміщення важливі, але вони ніколи не компенсують в очах споживача неуважного й недбалого ставлення з боку персоналу. Ресторан, що зумів надати споживачам відмінний сервіс, одержує найсильнішу конкурентну перевагу [4].

Суть показників якості обслуговування в різних типах закладів ресторанного господарства полягає в тому, що зростаючий матеріальний добробут та культурний рівень в призводять до збільшення вимог до якості продукції та послуг. Особливо це стосується якості обслуговування. Останнім часом все більшою популярністю користуються нестандартні та екзотичні заклади ресторанного господарства, де оригінальний дизайн торгового залу, посуд, меню та одяг офіціантів відповідають типу та назві підприємства, а також музична програма гармонійно доповнює загальний враження.

Експерти визначають п'ять показників якості обслуговування.

1. Внутрішня якість, яка не помітна споживачу, відображається в організації виробництва, обслуговуванні технологічного обладнання, роботі роздавальні та буфету.

2. Матеріальна якість, яка помітна споживачу, проявляється у дизайні приміщень, меблях, якості посуду, скла, білизни та оздобленні страв.

3. Нематеріальна якість, яка помітна споживачу, включає музичний супровід, достовірність реклами, комфорт та естетичне задоволення.

4. Час обслуговування, який помітний споживачу, включає час очікування, оперативність та швидкість обслуговування.

5. Психологічна якість обслуговування, яка помітна споживачу, проявляється у гостинності, ввічливості, доброзичливості та чуйності обслуговуючого персоналу.

Культура та якість обслуговування мають прямий вплив на результати господарської діяльності підприємств масового харчування та готелів. Зі зростанням культури обслуговування збільшується кількість відвідувачів, товарообіг, рентабельність підприємств та знижуються витрати

За відгуками, що залишали, гості готельно-ресторанного комплексу в Google має оцінку 3,9 з 5 можливих, тобто є куди розвиватися та що покращувати.

Комплекс має свій аквапарк, що є родзинкою та перевагою перед конкурентами. Треба дослідити сильні та слабкі сторони, але вже зараз можна сказати, що для підсилення позицій на ринку необхідно розширити унікальні пропозиції та активізувати маркетинг.

Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі дозволяють оптимізувати діяльність, покращити якість обслуговування клієнтів і знизити витрати. Автоматизація процесів управління, впровадження систем штучного інтелекту зможуть забезпечити ефективне управління запасами, персоналізацію обслуговування та енергоефективність. Цифровий маркетинг допомагає залучати нових клієнтів та підвищувати лояльність існуючих. Тобто, інновації стають основою для довгострокового розвитку та конкурентоспроможності готельно-ресторанних підприємств.

Маркетингова діяльність готельно-ресторанного комплексу є важливим інструментом для підвищення ефективності його роботи. Вона дозволяє детально аналізувати потреби клієнтів, оптимізувати стратегії просування і підвищувати лояльність гостей. Використання таких інструментів, як SEO, соціальні мережі, email-маркетинг та програми лояльності, допомагає зміцнити репутацію бренду та залучити нових клієнтів. Спільні акції з місцевими підприємствами та туристичними агентствами також сприяють стабільному потоку відвідувачів. Постійний аналіз і адаптація маркетингових заходів дозволяють ефективно розподіляти ресурси та досягати високих результатів.

Для підвищення ефективності роботи готельно-ресторанного комплексу потрібно враховувати систему показників, поліпшення яких дозволить збільшити попит на послуги та створить позитивний імідж закладу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про охорону культурної спадщини [Електронний ресурс] : Закон України від 8 червня 2000 р. № 1805-III. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T001805.html.
2. Про затвердження Списку історичних населених місць України [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 р. № 878. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP010878.html.
3. Організація ресторанної справи : навч. посіб. / В. П. Самодай, А. І. Кравченко. Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 424 с.
4. Дунська А. Р., Жалдак Г. П. Соціальний капітал як ресурс інноваційного розвитку підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2014. № 3.

ШЛЯХИ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ DIGITAL–ТЕХНОЛОГІЙ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

О. М. Повстяний, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-42

*Н. І. Кирніс, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Технологічний рівень оснащення індустрії гостинності не залишається на місці. В останні роки цифрові технології є необ-

хідним елементом та головними інноваціями сучасного бізнесу. Штучний інтелект, підвищений рівень комунікації, здатність ефективно та безпечно зберігати данні клієнтів, «блокчейн технологія» – це ті чинники, що дозволяють готелям покращити рівень обслуговування [1]. Саме ця ніша зараз просувається по всьому світу та не залишає без уваги український ринок, адже більшість людей користується саме цими інструментами для уточнення інформації та вирішення якогось питання.

На сьогоднішній день актуальне питанням готельно-ресторанного бізнесу стає [2] впровадження digital-технологій для покращення сервісу готелю, оптимізації роботи персоналу, підвищення ефективності управління та адаптації в нових реаліях, повернення рівня показників довоєнних часів, але й набагато більших.

Впровадження digital – технологій станом на зараз, надасть потрібну інформацію щодо рейтингу та актуальності готельного господарства, подальше покращення його, створить синергетичний ефект, який підвищить конкурентоспроможність готелю. Це зокрема:

- встановлення штучного інтелекту в систему для пришвидшення процесів та її автоматизації. Це надасть змогу оптимізувати процес для працівників та пришвидшити індивідуальні процеси. Змога аналізувати дані про перебування гостей, ефективно надаватиме інформацію про вподобання та звички для надання необхідної інформації персоналу щоб здійснити персоналізоване обслуговування клієнта. Це дозволить зберегти кращий сервіс і задоволеність гостей та подальші рекомендації та збільшення прибутку та конкурентність на ринку;

- зростання дохідності готельного господарства внаслідок провадження цифрових технологій. Це надасть змогу контролювати експлуатаційні витрати в наслідок внесення та оптимізації в бізнес-процес;

- впровадження блокчейну – це надасть змогу вирішити та виявити імовірні проблеми в безпеці системи готелю. Крім того це дозволить зберігати данні про сплати, бронювання та ідентифікувати гостей безпечно, що дозволить уникнути шахрайства та підвищить продуктивність роботи та замінить ризик помилок;

- створення додатку або сайт це – є одним із головних способів внести digital-технологію для покращення [3]. Що дасть змогу зручного бронювання та інформаційного перегляду місця, номерного фонду та додаткових послуг який надає готель.

Ураховуючи інформацію що була надана можливо дати висновок, що digital-технології є невід’ємною частиною просування готельного господарства в бізнесі. Це дає змогу бути конкурентно спроможним та дозволить автоматизувати процеси бронювання номерних фондів, забезпечення безпеки інформації та дозволить персоналу бути більш оперативними у вирішенні проблем гостя. Впровадження таких технологій надасть нові можливості для покращення обслуговування гостей та бути впевненим в успішному розвитку готельного бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Digital-технології як основа розвитку в готельному бізнесі / Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні // Економіка та держава. 2020. № 7. С. 93–98.
2. Миронов Ю. Б. Синергія в індустрії туризму та гостинності // Підприємництво і торгівля. 2023. Вип. 39. С. 112–117. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4694&i=122>.
3. Напрямки впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі / Пукач Я. О. Економіка та суспільство. 2024. № 60. URL: https://tourlib.net/statii_ukr/pukach.htm.
4. Цифрові послуги як інновації в сфері гостинності / Олійник Н. Ю. Цифрові послуги як інновації в сфері гостинності // Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 770 с. С. 668–671. URL: https://tourlib.net/_ukr/olijnyk6.htm.

ВОЛОНТЕРСЬКІ ІНІЦІАТИВИ У ВІТЧИЗНЯНИХ ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ

А. О. Пономаренко, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-41 б

*В. М. Столярчук, канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

На сьогоднішній день все більше готельних комплексів, хостелів, ресторанів та інших засобів розміщення в Україні впроваджують у свою роботу волонтерські програми. Волонтерство допомагає нужденним та підтримує їх, а також сприяє покра-

щенню репутації закладів. Тому дуже важливо розглянути, позитивні моменти волонтерства, а також труднощі, з якими стикаються різні організації при введенні волонтерських ініціатив. В першу чергу, волонтерство – це допомога, яку люди надають без помислу отримання грошей чи якихось винагород. Волонтери працюють щоб покращити життя людям, які цього потребують, роблять все можливе щоб покращити життя суспільства та навколишнього середовища. Наприклад, у закладах розміщення волонтерська діяльність може стати частиною соціальної відповідальності підприємства, що служитиме залученню нових та утриманню постійних гостей [1].

У наш час готелям та хостелам особливо важливо допомагати волонтерам та створювати волонтерські ініціативи, тому заклади розміщення все частіше надають волонтерам безкоштовне житло, а також виділяють житло для міжнародної гуманітарної організації «Лікарі без кордонів», створюють заходи в підтримку збройним силам України (можуть створювати аукціони, ярмарки, тощо для збору коштів на армію). Також волонтерська діяльність закладів розміщення точно сприятиме покращенню іміджу, тому що це покаже наскільки готель соціально відповідальний та привертатиме увагу гостей [2, с. 2].

Але не завжди все виходить ідеально, тому при впровадженні волонтерських ініціатив теж з'являються проблеми. Більшість закладів не мають чітких розумінь щодо співпраці з волонтерами, тому з'являється плутанина в організаційній системі. Це може стосуватись благодійних заходів, де волонтери організують подію, а готель надає місце проведення та їжу для гостей, але якщо детально не обговорити організаційні питання, то все може піти не за планом і обов'язково з'являться якісь проблеми при проведенні заходу.

Також бувають фінансові обмеження, якщо готель мало прибутковий, він не зможе регулярно проводити волонтерські заходи, а також надавати постійне безоплатне житло для волонтерів. І остання проблема яку треба згадати, це мотиваційні бар'єри, тому що через недостатню мотивацію або взагалі відсутність її, можна побачити втрату інтересу волонтерських організацій, через це важливо надати хоча б символічну винагороду або подяку людям які працюють із закладами розміщення. Без належного заохочення волонтери втомлюються або відчують, що їхню працю не цінують, тому призупиняють роботу в такій організації.

Як показали результати досліджень, перспективи та шляхи покращення ситуації є [2–3]. Для того щоб волонтерська організація мала бажання співпрацювати з засобами розміщення треба створити прості та чіткі правила роботи, це допоможе уникнути непорозумінню та сприятиме впорядкованій роботі. Не мало важливим є заохочення волонтерів, тобто запровадження нематеріальних стимулів для робітників, це можуть бути як сертифікати, подяки, так і можливість зростання по кар'єрних сходах.

Отже, підсумовуючи можна сказати що, волонтерські ініціативи можуть значною мірою допомогти засобам розміщення у підвищенні якості послуг і зміцненні позитивного іміджу. Незважаючи на труднощі – від організаційних питань до фінансових обмежень – правильна стратегія може зробити волонтерство важливою складовою корпоративної культури. Розробка чітких правил, мотиваційних заходів та партнерство з іншими структурами сприятимуть успішному впровадженню волонтерських програм і підтримці соціальної відповідальності бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Волонтерство. URL: <http://www.nbu.gov.ua/node/5963> (дата звернення: 13.03.2025).
2. Як готель «Прем'єр Палац» та інші представники галузі допомагають державі – великий бізнес та війна. URL: <https://denzadnem.com.ua/aktualno/130341> (дата звернення: 13.03.2025).
3. Stolyarchuk V. Conceptual approach to delineation of industries of service sector // *Letendenze e modelli di sviluppodellaricerchescientifici*. 2020. Roma. С. 13–15. DOI: 10.36074/13.03.2020.v1.03. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/issue/view/13.03.2020/256> (дата звернення: 13.03.2025).

ОСОБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ТУРЕЧЧИНИ

В. О. Постоленко, студентка спеціальності *Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*

Н. І. Курніс, канд. екон. наук, доцент кафедри *готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Дослідження особливостей готельного господарства Туреччини зумовлене швидким розвитком як туристичної, так і

готельної індустрії розвинутих країн світу. Завдяки аналізу особливостей функціонування готельного господарства Туреччини, як однієї із провідних держав у галузі туризму матимемо можливість виокремити головні принципи та критерії функціонування закладів готельного господарства з метою подальшого використання та впровадження досвіду з успішної організації готельного бізнесу.

Готельне господарство є одним з найприбутковіших у Туреччині, а туристичний сектор країни дуже розвинений. Туреччина може похвалитися вигідним географічним розташуванням і м'яким середземноморським кліматом, а її уряд прагне підтримувати всі турецькі міста, селища і села в ідеальній чистоті. Кількість іноземних туристів зростає в геометричній прогресії, а кількість номерів у найпопулярніших курортних зонах по всій країні скорочується.

У Туреччині налічується 50 841 готель і заклад розміщення, а більшість провінцій мають в середньому 100–500 готелів і закладів розміщення. У Стамбулі 6 274 готелі та заклади розміщення, що є найбільшим показником у країні, за ним йдуть Анталія з 6 165 і Мугла з 5 050. Кіліс має найнижчу кількість закладів – 38 [1].

У країні є 932 готелі та заклади розміщення, які визнані та оцінені як 5-зіркові, але лише 10 отримали 5-зірковий рейтинг від клієнтів. Більшість готелів цієї категорії знаходяться в Анталії. 4 476 готелів і закладів розміщення віднесено до 3-зіркових готелів, і вони є найвищими серед зареєстрованих.

Однією з найважливіших особливостей готельного господарства Туреччини є спектр послуг, що пропонуються готелями. Відвідувачі можуть розслабитися та відновити сили за допомогою розкішних спа-процедур. Відвідувачі можуть отримати сучасну медичну допомогу або пройти реабілітацію. Для гостей, які шукають дозвілля, є поля для гольфу світового класу. Завдяки полям для гольфу світового класу гравці можуть насолоджуватися грою в гольф у мальовничій місцевості. Водні види спорту, такі як серфінг, віндсерфінг і підводне плавання, також популярні і приваблюють активних туристів. Розвиток турецького готельного господарства також супроводжується постійним підвищенням якості обслуговування. Готель пропонує найвищий рівень обслуговування, гостиннос-

ті та комфорту для клієнтів. Багатомовний персонал міжнародного готелю створює атмосферу розуміння та зручності для гостей з різних країн світу [2].

Більшість готелів Туреччини працюють за системою «все включено» – повний комплекс послуг і обслуговування надаються на місці, включаючи розваги та харчування.

Готельне господарство Туреччини характеризується такими складовими:

- державна підтримка туризму, в основному в частині засобів розміщення;
- чітка стратегія розвитку туризму, від готельної інфраструктури та маркетингу до диверсифікації видів туристичних послуг;
- позиціонування готельного господарства для споживачів з різними доходами;
- високий рівень організації виробництва і туристичного обслуговування, узгодженість готельного обслуговування переваги досвіду використання «готельних ланцюгів»;
- впровадження франчайзингу в готельну індустрію дозволяє істотно підвищити рівень управління та обслуговування засобів розміщення;
- гнучка та зручна система оплати в готелі;

Отже, природні, технологічні, економічні, соціальні та культурні та політичні фактори є важливими факторами, які визначають рівень розвитку індустрії туризму Туреччини, особливо готельного господарства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Turkey Hospitality Market Size and Share Analysis – Growth Trends and Forecasts (2024–2029). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/hospitality-industry-in-turkey> (дата звернення: 18.03.2025).
2. Веб-сайт Booking.com. URL: https://www.booking.com/country/tr.uk.html?aid=331503;label=tr-eprNSWBx*MUPrsp6e4koKQS502725523338;pl:ta:p112300;p2:ac:ap:neg;fi:tikwd-52414053551;lp9216509;li:dec:dm:ppccp=UmFuZG9tSVYkc2RlIyh9YTQUGSsRwx9_VQ_bgBjtgSg;ws=&gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMIwaH85vCijAMVcQCIAx3LeCZxEAAYASAAEgJ7vvd_BwE (дата звернення: 18.03.2025).

РОЛЬ РЕСТОРАНІВ ПРИ ГОТЕЛІ У ЗАЛУЧЕНІ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРИСТІВ

Л. В. Проскурня, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, ГРС 6-41

*Т. В. Капліна, д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Гастрономічний туризм є одним із найперспективніших напрямів розвитку туристичної індустрії в світі. Він не лише сприяє залученню туристів, а й стимулює розвиток місцевої економіки, підтримує національні кулінарні традиції та підвищує конкурентоспроможність туристичних дестинацій. Для України, яка має багату гастрономічну спадщину та потенціал для розвитку цього виду туризму, дослідження ролі ресторанів при готелях у стимулюванні гастрономічного туризму є особливо важливим.

Актуальність теми обумовлена кількома факторами:

✓ **Зростанням популярності гастрономічного туризму у світі та Україні.** Туристи все частіше обирають подорожі, орієнтовані на знайомство з локальною кухнею, що створює додаткові можливості для розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

✓ **Роль готельних ресторанів у створенні туристичного досвіду.** Ресторани при готелях не лише забезпечують гостей якісним харчуванням, а й можуть слугувати платформою для популяризації національної кухні, підвищення рівня сервісу та впізнаваності готелю.

✓ **Необхідністю адаптації українського готельно-ресторанного бізнесу до міжнародних стандартів.** Успішні світові практики показують, що ресторани при готелях можуть стати самостійними туристичними магнітами, залучаючи не лише постояльців, а й зовнішніх відвідувачів.

✓ **Економічною доцільністю розвитку гастрономічного туризму.** Впровадження концепції гастрономічних туристичних маршрутів, розвиток локальних гастрономічних фестивалів та включення ресторанів при готелях у ці процеси може сприяти підвищенню доходів підприємств сфери гостинності.

✓ **Незначною кількістю досліджень у цій сфері в Україні.** Хоча гастрономічний туризм набуває популярності, його потен-

ціал у поєднанні з готельною індустрією залишається недостатньо вивченим.

Таким чином, дослідження розвитку гастрономічного туризму та ролі ресторанів при готелях є своєчасним і практично значущим, оскільки сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі України та створенню якісного гастрономічного продукту.

Ресторани при готелях відіграють важливу роль у залученні гастрономічних туристів, оскільки саме гастрономія часто стає одним із головних мотивів подорожей. Основними аспектами їхнього впливу є: формування унікального досвіду, високий рівень обслуговування та комфорту, співпраця з місцевими шеф-кухарями, проведення гастрономічних заходів, підвищення конкурентоспроможності готелю, маркетингові можливості (рис. 1).

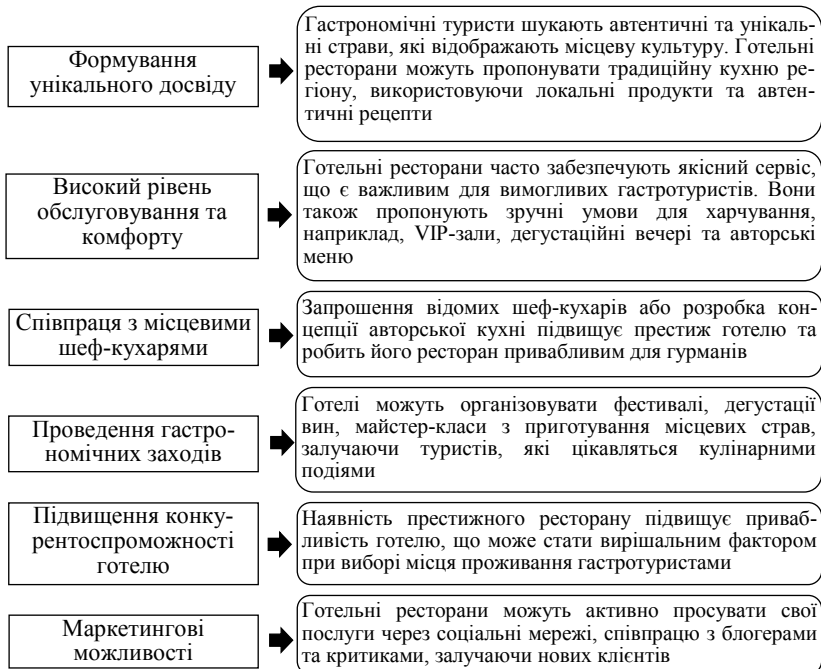


Рисунок 1 – Роль ресторанів при готелі у залученні гастрономічних туристів(сформовано автором за [1])

Висновки. Отже, ресторани при готелях є не лише місцем харчування, а й важливим інструментом залучення гастрономічних туристів, які шукають автентичні смаки, унікальні кулінарні враження та високий рівень обслуговування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Serkan Bertan. Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1878450X20301098>.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

М. А. Ралко, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 3-31

*Н. І. Кири́с, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Ресторанна індустрія є однією з найбільш конкурентних сфер економіки, що потребує постійного вдосконалення процесів обслуговування, оптимізації ресурсів і підвищення рівня задоволеності споживачів. Сучасні ресторани розвиваються разом з новими та особливостями, полегшуючи обслуговування як для гостей, так і для персоналу. Зручність автоматизації процесів у закладах ресторанного бізнесу очевидна не лише з погляду ефективного управління, а й з думки клієнтів, адже вони дозволяють швидше проводити розрахунки, керувати чергою на обслуговування та контролювати наявність усіх необхідних продуктів для меню.

Інноваційні технології [1] – це цілеспрямований системний набір прийомів, засобів організації навчальної діяльності, що охоплює весь процес навчання – від визначення мети до одержання результатів.

Оскільки в основі інновацій лежать зміни, як базову ознаку класифікації інновацій доцільно використовувати об'єкт змін. Відповідно до цього можна виділити такі види інновацій [2]:

1. **Продуктові інновації** – полягають у розробці та впровадженні нових продуктів (послуг).

2. **Технологічні інновації** – реалізуються шляхом змін у технології виробництва продукції (надання послуги).

3. Організаційні інновації – є новими формами здійснення процесу задоволення потреб.

4. Соціальні інновації – нововведення, результатом яких є зміна форми залучення різних соціальних груп населення до процесу споживання та (або) виробництва продукту (послуги).

Управління у сфері послуг переважно базується на визнанні та свідомому застосуванні соціальних нововведень. Успіх у бізнесі послуг завжди пов'язаний з необхідністю виявити та мобілізувати людські здібності виконавців та споживачів послуг або шляхом створення нових ролей та нових взаємодій, або шляхом дослідження можливостей та потенціалу споживача, або шляхом винаходу нових методів найму та підтримки знань і навичок персоналу.

Технологічний прогрес суттєво змінює сферу обслуговування, зокрема ресторанний бізнес. Використання цифрових технологій дозволяє підвищити ефективність роботи закладів, скоротити витрати, зменшити черги та покращити клієнтський досвід. У цій роботі буде проаналізовано сучасні інноваційні технології в ресторанах, їхній вплив на індустрію та потенційні напрямки розвитку. Основні інновації в ресторанному бізнесі, які використовують сучасні заклади:

1. Цифрове меню та QR-коди. Замість паперових меню заклади ресторанного господарства використовують QR-коди, які відвідувачі можуть сканувати на смартфоні, щоб переглянути меню онлайн.

2. Смарт-оплата та криптовалюта. Багато ресторанів впроваджують безконтактні платежі через телефон або навіть приймають криптовалюту.

3. Автоматизація кухні. Замість паперових чеків офіціанти передають замовлення на кухню через цифрові екрани, що зменшує ризик помилок і пришвидшує роботу.

4. Самообслуговування через інтерактивні термінали. Гості самі роблять замовлення та оплачують його, що зменшує черги й підвищує точність обслуговування.

З огляду на стрімкий технологічний прогрес, в недалекому майбутньому ресторанний бізнес зазнає ще більших змін у цифровій сфері. Передбачається, що штучний інтелект та машинне навчання матимуть ще більший вплив на індивідуалізацію обслуговування. Блокчейн-технології можуть застосовуватися для відстежування якості продуктів та збільшення прозо-

рості постачання. Дрони та самохідні транспортні засоби заміняють традиційні способи доставлення їжі.

Ресторанний бізнес постійно еволюціонує завдяки новітнім технологіям, багато з яких наразі проходять випробування чи тільки-но впроваджуються у певних закладах. Розглянемо нововведення, що поки що нечасто зустрічаються у ресторанній сфері, проте мають перспективи для широкого використання:

1. **Кухарі-роботи.** Замість звичних кухарів ресторани можуть залучати автоматизовані гастрономічні комплекси, що поєднують молекулярну кухню та AI-аналіз вподобань відвідувачів. Прикладом такого робота є Moley Robotics [3] – перший у світі робот-кухар, який відтворює рецепти професійних шеф-кухарів.

2. **Капсульні ресторани.** У концепції «капсульних ресторанів» клієнти отримують їжу за допомогою автоматизованих систем без взаємодії з персоналом. Наприклад, у Китаї та Японії випробовують ресторани, де клієнти розташовуються в ізольованих капсулах, а роботи подають їжу через конвеєрні системи. Такі ресторани можуть бути актуальними у пандемічному світі.

3. **Віртуальна реальність.** Завдяки розвитку віртуальної реальності деякі ресторани вже експериментують з віртуальними світами, де клієнти можуть «відвідувати» заклад у VR, замовляти їжу та отримувати її в реальному житті звичною нам доставкою. Відома мережа McDonald's вже реєструє віртуальні замовлення для роботи в метавсесвіті.

Попри безліч плюсів, новаторські технології в ресторанному бізнесі зустрічаються з певними труднощами, зокрема: значні стартові інвестиції у впровадження автоматизації й роботизації; потреба у навчанні працівників для роботи з новими технологіями; спротив нововведення з боку гостей, які можуть надати перевагу звичному обслуговуванню; загрози кібербезпеки при використанні цифрових платежів та зборі даних клієнтів тощо.

Інноваційні технології відіграють ключову роль у розвитку ресторанного бізнесу, підвищуючи ефективність, покращуючи клієнтський досвід і сприяючи сталому розвитку. Всупереч деяким викликам, цифровізація, автоматизація та штучний інтелект стають незамінними елементами сучасних ресторанів, а їхній вплив лише зростатиме в майбутньому.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ребенок В. М. Інноваційні технології: суть, ознаки, особливості. URL: <http://erpub.chnpu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/2241/1/%D0%86%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%96%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97%20%D1%81%D1%83%D1%82%D1%8C%2C%20%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BA%D0%B8%2C%20%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96.pdf>.
2. Усіна А. І., Давидова О. Ю., Сегеда І. В., Кононенко Т. П. Організація послуг харчування: підручник. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/36961/1/2012%20%D0%BF%D0%B5%D1%87.%202%D0%9F%20%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%9E%D0%9F%D0%A5%201%2B%2B%2B.pdf>.
3. Робототехнічна компанія Moley Robotics. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Moley_Robotics.

ФОРМУВАННЯ КЛІЄНТСЬКОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

А. В. Соколова, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41 (заочна форма)

*Т. В. Капліна, д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

У сучасних умовах глобалізації та жорсткої конкуренції на ринку готельно-ресторанного бізнесу формування клієнтської лояльності є ключовим фактором успішного розвитку підприємства. Лояльні клієнти не лише повторно звертаються до послуг закладу, але й рекомендують його іншим, що сприяє стабільному зростанню прибутковості та зміцненню репутації бренду.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням конкуренції на ринку гостинності в Україні та необхідністю підвищення рівня задоволеності клієнтів для забезпечення довгострокового успіху компаній. Особливо це стосується міжнародних готель-

них мереж, де якість обслуговування та індивідуальний підхід до клієнтів є основою конкурентної переваги.

Проблематика формування клієнтської лояльності активно досліджується як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Зокрема, серед українських дослідників варто виділити праці О. О. Білорус (2020), [1] яка акцентує увагу на важливості емоційного зв'язку з клієнтом, Т. В. Романенко (2021), [4] що вивчає механізми підвищення якості сервісу, та В. В. Костенко (2022), [2], який досліджує вплив програм лояльності на поведінку споживачів. У зарубіжній літературі значний внесок зробили Ф. Райхельд та Р. Олівер, які розробили концепцію індексу клієнтської лояльності (NPS).

Лояльність клієнтів є ключовим елементом успішного функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вона визначається як стійка емоційна та поведінкова прив'язаність клієнтів до бренду, що проявляється у повторному зверненні до послуг, позитивних відгуках та рекомендаціях іншим споживачам [5, с. 180].

Основними чинниками формування лояльності є [4, с. 184] якість обслуговування :професіоналізм персоналу, швидкість обслуговування та уважність до потреб клієнтів.

Персоналізація послуг передбачає індивідуальний підхід до кожного клієнта, надання додаткових послуг на основі попереднього досвіду взаємодії.

Створення позитивного клієнтського досвіду включає естетику простору, комфорт та безпека перебування, інноваційні технології.

Програми лояльності для готелів і ресторанів формується із системи бонусів, знижок та привілеїв для постійних клієнтів, які стимулюють повернення та довгострокову співпрацю.

Ефективна комунікація поєднує підтримку зв'язку з клієнтами через різні канали зв'язку: соціальні мережі, електронну пошту та персональні пропозиції.

Вчені відзначають, що формування клієнтської лояльності в готельно-ресторанному бізнесі є складним процесом, що ґрунтується на створенні емоційного зв'язку між гостем та брендом. Лояльність не виникає миттєво – вона є результатом тривалого досвіду взаємодії, де кожен етап обслуговування, кожна деталь

та емоція відіграють ключову роль. Сучасний готельний бізнес вимагає не лише забезпечення високого рівня комфорту та якості послуг, але й створення атмосфери, яка викликає довіру та бажання повернутися. Важливу роль у цьому процесі відіграє персоналізація сервісу, яка дозволяє враховувати індивідуальні потреби клієнта, пропонуючи не просто послугу, а унікальний досвід, що запам'ятовується надовго [2, с. 210].

Крім того, у формуванні лояльності значну роль відіграють емоції, які клієнт отримує під час перебування в готелі. Саме емоційний аспект стає тим фактором, що перетворює звичайного гостя на постійного клієнта, який не лише повертається, а й рекомендує заклад іншим.

Не менш важливим є створення системи зворотного зв'язку, яка дозволяє аналізувати потреби та очікування клієнтів, оперативно реагувати на зауваження та вдосконалювати сервіс. Такий підхід сприяє побудові довгострокових відносин із клієнтом, заснованих на довірі та взаємоповазі [3, с. 256].

Висновок. Отже, формування клієнтської лояльності вимагає комплексного підходу, що поєднує високоякісне обслуговування, персоналізацію послуг та ефективну систему зворотного зв'язку. Клієнтська лояльність у готельному бізнесі є не просто показником задоволеності, а стратегічним інструментом, який формує репутацію закладу та забезпечує його стабільний розвиток на ринку. Запропоновані заходи сприятимуть підвищенню рівня задоволеності клієнтів та забезпечать конкурентну перевагу на ринку готельно-ресторанного бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Білорус О. О. Управління клієнтською лояльністю у сфері послуг. Київ : Наукова думка, 2020. 256 с.
2. Костенко В. В. Програми лояльності як інструмент залучення клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі. Львів : ЛНУ, 2022. 210 с.
3. Лозовська Г. В. Інноваційні стратегії управління якістю послуг у готельно-ресторанному бізнесі. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 256 с.
4. Романенко Т. В. Маркетингові стратегії підвищення лояльності споживачів. Харків : Вид-во ХНУ, 2021. 184 с.
5. Семенченко Н. В. Поведінка споживача: теоретико-методологічні аспекти. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2019. 180 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ ПОЛТАВЩИНИ

А. В. Торопенко, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41

*Л. О. Положишникова, канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Сучасна індустрія гостинності передбачає не лише якісне обслуговування, а й створення унікального туристичного досвіду, який сприяє підвищенню лояльності гостей та їх бажанню повернутися до закладу. Одним із ключових елементів цього досвіду є анімаційна діяльність, що дозволяє урізноманітнити дозвілля гостей та зробити перебування в готельно-ресторанному комплексі більш емоційно насиченим. У регіонах з розвиненою туристичною інфраструктурою якісно організовані анімаційні програми стають важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності готелів і ресторанів.

Анімаційна діяльність також відіграє важливу роль у формуванні позитивного іміджу готельно-ресторанних комплексів, адже якісно організовані розважальні заходи сприяють збільшенню рівня задоволеності гостей. Умови сучасного ринку вимагають від закладів гостинності постійного вдосконалення своїх послуг, розширення спектра анімаційних активностей та адаптації до потреб різних категорій відвідувачів. Успішна реалізація таких ініціатив потребує комплексного підходу, що включає підготовку кваліфікованих кадрів, розробку креативних сценаріїв, застосування новітніх технологій і стратегічне партнерство з іншими учасниками туристичної сфери.

Розширення спектру анімаційних програм відбувається за рахунок впровадження інтерактивних квестів, які є ефективним способом залучення гостей до активної взаємодії з культурною спадщиною регіону, дозволяючи їм не лише отримати нові знання, а й пережити яскраві емоції. Використання місцевих легенд та історичних подій Полтавщини як основи для створення таких заходів сприяє популяризації регіональної історії, підвищенню туристичної привабливості готельно-ресторанних комплексів і формуванню їх унікального бренду. Полтавщина є багатою на історичні події, що можуть стати основою для

інтерактивних сценаріїв. Популярністю можуть користуватися й містичні квести, засновані на місцевих переказах про надприродні явища. Наприклад, інтерактивна гра «Темниця Гоголівської ночі» може відтворювати містичний світ творів Миколи Гоголя, дозволяючи гостям взаємодіяти з персонажами «Вія» або «Вечорів на хуторі біля Диканьки». Такі заходи не лише розважають, а й знайомлять туристів із національною літературною спадщиною.

Для успішної реалізації інтерактивних квестів необхідно продумати деталізовані сценарії, які б містили завдання різного рівня складності, щоб бути цікавими для широкої аудиторії – від дітей до дорослих. Важливо інтегрувати до сценарію елементи командної роботи, що сприятимуть налагодженню комунікації між учасниками та створенню атмосферного дозвілля.

Організація квестів може бути як частиною загального пакету послуг готельно-ресторанного комплексу, так і додатковою опцією для організації святкових подій, корпоративних заходів чи дитячих програм. Тематичні квести можуть включати елементи інтерактивного театру, коли аніматори або актори виконують ролі історичних персонажів та взаємодіють із гостями у форматі живої гри.

Також слід врахувати можливість адаптації квестів під різні пори року. Влітку можна проводити їх у відкритих локаціях, з використанням природних об'єктів як частини сценарію, а взимку організовувати камерні квести в приміщеннях із застосуванням візуальних і аудіоефектів для створення відповідної атмосфери.

Співпраця з місцевими істориками, етнографами та культурними установами може забезпечити достовірність і глибину сценаріїв, що стане додатковим фактором привабливості для туристів, які прагнуть не лише розваг, а й пізнавального досвіду. Готельно-ресторанні комплекси можуть використовувати квести як маркетинговий інструмент, залучаючи аудиторію через соціальні мережі, де учасники публікуватимуть свої фото та відео з проходженням завдань, створюючи органічну рекламу заходу.

Додаткову привабливість інтерактивним квестам можуть надати сучасні технології:

1) інтерактивні екскурсії з використанням AR та VR. Відвідувачі можуть використовувати мобільні додатки з AR для отримання додаткової інформації про історію готелю, ресторану

або місцевості. Завдяки технологіям віртуальної реальності можна створити 3D-тури по закладу, що буде корисним для потенційних клієнтів перед бронюванням. Тематичні екскурсії, що відтворюють історичні події регіону у VR-форматі, дозволять зануритися в атмосферу минулих століть [2];

2) тематичні шоу-програми з AR-ефектами. У ресторанах можна створювати інтерактивні шоу, де на столах з'являються віртуальні елементи: 3D-анімації, історичні реконструкції чи гастрономічні експерименти. AR-технології дозволяють створювати унікальні проекції на стінах або спеціальних панелях, які розповідають історію страв або культурні традиції певного регіону. Віртуальні гастрономічні подорожі можуть стати частиною тематичних вечорів, коли гості завдяки VR-пристроєм опиняються в атмосфері середньовічного бенкету або сучасного ресторану майбутнього;

3) гейміфікація та інтерактивні квести для гостей;

4) використання VR- і AR-меню в ресторанах. Віртуальні меню дозволяють гостям переглядати 3D-моделі страв перед замовленням, що покращує їхнє сприйняття та спрощує вибір. Завдяки доповненій реальності можна інтегрувати інтерактивні рецепти або історії про створення конкретних страв. AR-елементи в меню дозволяють гостям взаємодіяти з ресторанным контентом у новий спосіб, наприклад, отримувати рекомендації щодо поєднання страв та напоїв.

Таким чином, інтерактивні квести, засновані на історичних подіях та місцевих легендах Полтавщини, є перспективним напрямом удосконалення анімаційної діяльності в готельно-ресторанних комплексах. Вони не лише сприяють збільшенню залученості туристів, а й підвищують рівень конкурентоспроможності закладів, створюючи унікальні враження, які мотивують гостей до повторного візиту.

Проведення VR-екскурсії та тематичні шоу-програми: використання VR дозволяє створити повністю занурюючий досвід для гостей. Наприклад, готельні комплекси можуть пропонувати віртуальні подорожі визначними місцями регіону, що особливо актуально для іноземних туристів. Віртуальні історичні реконструкції можуть стати основою для тематичних вечорів у ресторанах. Гості можуть одягати VR-гарнітури та опинятися, наприклад, у полтавському ярмарку XVIII століття або на урочистій вечірній церемонії козацтва.

Таким чином, удосконалення анімаційної діяльності в готельно-ресторанних комплексах Полтавщини є важливим напрямом підвищення якості сервісу, розвитку туризму та створення нових можливостей для залучення гостей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бондар, Н., Боцян, Т., & Шаран, Л. (2022). Імерсивні технології в готельному бізнесі: аналіз світового досвіду. Економіка та суспільство, (45). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-43/>.

УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ СЛУЖБИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ НОМЕРНОГО ФОНДУ ГОТЕЛЮ

В. Г. Філоненко, студентка спеціальності *Готельно-ресторанна справа*, група *ГРС-41 б*

В. М. Столярчук, канд. техн. наук, доцент кафедри *готельно-ресторанної та курортної справи* – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

Кризи сучасного світу впливають на діяльність кожного підприємства та визначається важливістю розвитку готельного бізнесу в нашій країні [1]. Адже від надання високого рівня якості послуг залежить задоволеність потенційних відвідувачів готелю. Саме тому, необхідно оперативно реагуючи на потреби гостей та підтримувати належний стан приміщень [1–2]. Це є завданням служби експлуатації номерного фонду, а згадані чинники мають безпосередній вплив на репутацію готелю та його відвідуваність. Метою дослідження є визначення можливостей удосконалення роботи служби експлуатації номерного фонду готелю.

Служба експлуатації номерного фонду охоплює різноманітні аспекти роботи: слідкує за чистотою, відповідає за технічне забезпечення номерного фонду, контролює справність всього обладнання та швидко усуває проблеми, які виникають у підприємстві. І саме від якісного здійснення цих функцій залежить створення комфортних умов для відпочинку гостей. Швидке усунення недоліків забезпечує задоволеність відвідувачів сервісом і зміцнює їхню довіру [3].

Але попри це, в службі експлуатації номерного фонду виникають різноманітні труднощі, котрі впливають на обслуговування і через це знижується якість наданих послуг. До негатив-

них факторів можна віднести: відсутність належного стимулювання персоналу чи їхній недостатній рівень кваліфікації, відставання у виконанні завдань або відсутність необхідних технічних засобів для продуктивної роботи, а також проблемна система обміну інформацією всередині підприємства. Зокрема, через несвоєчасне прибирання чи затримку в усуненні технічних проблем, можуть з'явитися незадоволені відгуки на сайті закладу, які негативно вплинуть на престиж готелю. Тому слід, швидко реагувати і своєчасно усувати недоліки.

Для удосконалення роботи служби, необхідно впроваджувати інновації. Одним із перспективних напрямків для поліпшення управління клієнтськими даними є застосування електронних платформ для накопичення та збереження даних про гостей. Іншим важливим аспектом є використання автоматизації процесу обслуговування, котрий дозволить швидко та ефективно взаємодіяти з гостями та значно знизить час для обробки запитів, тим самим забезпечить безперебійне виконання послуг. До інших важливих складових відносяться: дотримання чітких стандартів, а також контроль за якістю їх виконання, проведення регулярних тренінгів для удосконалення навичок працівників. Та ще одним важливим аспектом є покращення внутрішньої взаємодії між відділами, адже це забезпечить можливість для персоналу швидко реагувати на запити гостей.

Таким чином, удосконалення роботи служби експлуатації номерного фонду, гарантує комфортне перебування з високим рівнем сервісу, забезпечуючи отримання позитивних відгуків і цим підвищує конкурентноспроможність підприємства та зміцнює довіру гостей. Водночас виникають і труднощі, котрі необхідно вчасно виявити та вирішити для забезпечення стабільного функціонування готелю. Тому необхідно, впроваджувати заходи щодо покращення роботи. Це забезпечить стійкий розвиток та процвітання підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Rohoza, M., Stolyarchuk, V. and Ishchenko, V. (2024), Change in consumption pattern and accommodation activity types: the evidence of seizing recovery opportunities and mitigating risk from European countries in crisis time. *Int. J. Services, Economics and Management*, 2023. P. 1–30. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2023.10057605>.

2. Rohoza, M. and Stolyarchuk, V. (2022), Development Opportunities for the Accommodation Industry: Evidence from European Countries. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. 2022. 12(1). P. 12–30. DOI: <https://doi.org/10.2478/ejthr-2022-0001>.
3. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги. URL: <https://uhra.com.ua/wp-content/uploads/2021/02/%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3-4268/pdf> (дата звернення: 15.03.2025 р.).

ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

І. І. Чепурко, спеціальність *Готельно-ресторанна справа, група ГРС₂₋₄₂ (з/в)*

О. В. Володько, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри *готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Харківський регіон є важливим центром України як у сфері промисловості, так і в галузі готельно-ресторанного бізнесу. Військові дії завдали значної шкоди його інфраструктурі. Повоєнне відновлення зокрема готельного сектору потребуватиме багатогранного підходу.

Одним із вагомих факторів відновлення стане державна підтримка, яка може включати: програми пільгового кредитування для власників готелів; податкові канікули для нових та відновлених закладів; державні гранти на реконструкцію готелів, що постраждали від бойових дій; залучення міжнародних інвесторів через створення сприятливих умов для розвитку бізнесу [1].

Окрім того, до перспективних заходів можна віднести і співпрацю галузі з міжнародними фінансовими організаціями, такими як Світовий банк або Європейський банк реконструкції та розвитку, які можуть сприяти фінансуванню проєктів.

Для ефективного відновлення готельно-ресторанного господарства Харківщини затребуваними стануть і інноваційні технології у діяльності закладів. Зокрема, використання енергоефективних рішень, таких як сонячні панелі та системи рекуперації тепла; автоматизація процесів бронювання, реєстрації та обслуговування клієнтів; створення цифрових платформ для управління готелями та аналізу попиту; використання безконтактних сервісів для забезпечення безпеки та комфорту гостей та інші.

Зважаючи на складнощі з міжнародним туризмом у воєнний та післявоєнний період, необхідно активно розвивати внутрішній туризм у регіоні. Вказаний напрямок можна реалізувати за рахунок популяризації історичних та культурних місць Харківщини, організації туристичних маршрутів та екскурсій, співпраці з місцевими підприємствами для створення унікальних туристичних продуктів, розвиток медичного та wellness-туризму, зокрема реабілітаційних центрів при готелях [2].

Також, чільне місце для повоєнного розвитку готельного бізнесу буде займати питання відновлення кадрового потенціалу. Адже, сфера гостинності потребуватиме кваліфікованих кадрів, а тому, доцільними стануть програми професійної перепідготовки та підвищення кваліфікації; створення гідних умов праці та мотиваційних програм для працівників готельного бізнесу; залучення молоді через дуальну освіту та співпрацю з навчальними закладами; запровадження державних та приватних програм підтримки працевлаштування [3].

До заходів, що сприятимуть швидшому відновленню галузі можна віднести і **диверсифікацію бізнес-моделей, а саме розширення таких послуг, як:**

- 1) трансформація готелів у багатофункціональні комплекси (офіси, конференц-зали, коворкінги);
- 2) впровадження короткострокових орендних послуг;
- 3) організація соціальних ініціатив, таких як надання тимчасового житла для переселенців та благодійні програми;
- 4) розвиток різних типів готелів, орієнтованих на різні категорії клієнтів (бюджетні готелі, бізнес-готелі, сімейні готелі тощо).

Саме взаємодія держави, бізнесу та міжнародних партнерів може стати запорукою швидкої та ефективної відбудови готельного бізнесу Харківщини. Що, в свою чергу, матиме позитивний вплив на економіку регіону, сприятиме створенню нових робочих місць та підвищенню його інвестиційної привабливості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Державне агентство розвитку туризму України. Програми підтримки туристичної та готельної сфери у воєнний період / Державне агентство розвитку туризму України. Київ : ДАРТ, 2023. 112 с.
2. Готельно-ресторанний бізнес в умовах кризи: виклики та можливості. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 210 с.
3. Європейський банк реконструкції та розвитку. Фінансові інструменти для відновлення бізнесу в Україні. Лондон : ЄБРР, 2023. 95 с.

ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛЯХ – ЕФЕКТИВНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ

Д. В. Шаптала, студентка спеціальності готельно-ресторанна справа, ГРС б-41

*Т. В. Капліна, д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

У сучасних умовах високої конкуренції в готельному бізнесі залучення та утримання клієнтів стає одним із ключових факторів успішного функціонування підприємств. Готельні компанії змушені впроваджувати ефективні маркетингові інструменти, серед яких особливе місце займають програми лояльності.

Згідно з дослідженнями, 80 % доходу компаній забезпечують 20 % постійних клієнтів, а витрати на залучення нового гостя в кілька разів перевищують витрати на утримання існуючого. Програми лояльності сприяють підвищенню рівня довіри гостей, стимулюють повторні бронювання та допомагають створювати довготривалі відносини з клієнтами.

Світові готельні мережі, такі як Marriott, Hilton, Accor, IHG, активно використовують багаторівневі програми лояльності, пропонуючи клієнтам персоналізовані бонуси, знижки та ексклюзивні послуги.

Програми лояльності в мережевих готелях є ключовим інструментом залучення та утримання клієнтів. Вони заохочують гостей повертатися, пропонуючи різноманітні винагороди, бонуси та ексклюзивні привілеї (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні елементи програми лояльності в мережевих готелях (систематизовано автором за [1, 2])

Назва елементів	Сутність
Бонусні бали	– нараховуються за кожне бронювання та додаткові послуги; – можуть бути використані для безкоштовного проживання, апгрейдів номерів або знижок
Рівні членства	– програми мають кілька рівнів (Silver, Gold, Platinum тощо), які відкривають додаткові привілеї; – чим більше ночей або витрат – тим вищий статус і вигідніші умови

Назва елементів	Сутність
Ексклюзивні переваги	– безкоштовні сніданки, пізній виїзд, доступ до лаунж-зон; – додаткові послуги, як-от безкоштовний Wi-Fi, паркування, SPA-знижки
Партнерські бонуси	– співпраця з авіакомпаніями, банками, орендою авто(конвертація балів у милі або знижки); – програми кобрендових карток з банками
Гнучкі можливості використання	– обмін балів на номери у різних готелях мережі; – конвертація в грошові сертифікати або товари

Як видно з табл. 1 програми лояльності застосовують широке коло пропозицій головною метою яких є збереження постійних клієнтів і залучення нових.

Мережеві готелі, як показують дослідження, обирають програми лояльності в залежності від їх популярності (табл. 2).

Таблиця 2 – Популярні програми лояльності мережевих готелів (сформовано автором за [3])

Назва готелю	Програми
Marriott Bonvoy	– 6 рівнів учасників (Member, Silver Elite, Gold Elite, Platinum Elite, Titanium Elite, Ambassador Elite); – накопичення балів за готельні послуги та авіаперельоти; – обмін балів на безкоштовні ночі або авіамилі
Hilton Honors	– 4 рівні членства (Member, Silver, Gold, Diamond); – можливість накопичення подвійних балів; – безкоштовні сніданки та преміальний Wi-Fi для статусних учасників
IHG One Rewards (InterContinental, Holiday Inn, Crowne Plaza)	– гнучка система балів із можливістю обміну на готельні послуги; – програма «пільгових ночей» із знижками для лояльних клієнтів

Назва готелю	Програми
Hyatt World of Hyatt	– висока цінність балів (менше потрібно для безкоштовних ночей); – рівні Discoverist, Explorist, Globalist; – доступ до ексклюзивних подій і пропозицій
Accor Live Limitless (ALL)	– бали можна використовувати не тільки для готелів, а й у ресторанах, СПА; – привілеї у готелях Sofitel, Novotel, Ibis та інших брендів Accor

Аналіз популярних програм в мережевих готелях свідчить про їх різноманітність і зваженість підходів до клієнтів.

Водночас українські готелі також впроваджують власні або адаптовані міжнародні програми, проте ефективність їхньої реалізації потребує детального аналізу та вдосконалення.

Висновок. Програми лояльності допомагають готелям підвищити утримання клієнтів, а гостям – отримати більше привілеїв за свої подорожі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Earn Toward Free Nights + More Faster. URL: <https://www.marriott.com/loyalty.mi> (дата звернення: 01.03.2025).
2. Top 7 hotel loyalty programs in 2025. URL: <https://whitelabel-loyalty.com/blog/loyalty/top-7-hotel-loyalty-programs/> (дата звернення: 02.03.2025).
3. Best Hotel Loyalty Programs in 2025. URL: <https://suitesmile.com/blog/2025/01/29/best-hotel-loyalty-programs/> (дата звернення: 02.03.2025).

ПСИХОЛОГІЯ. ПЕДАГОГІКА.
СЕКЦІЯ 16 ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ: СТАН,
ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

**САМООСВІТА ЯК ПРОВІДНА ФОРМА
ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЕДАГОГІЧНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ
ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ**

*К. Р. Біленко; О. М. Солодова, студентки спеціальності
Освітні педагогічні науки, група ОПН м-11*

*С. О. Шара, канд. пед. наук, доцент кафедри педагогіки та
суспільних наук – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Вплив самоосвіти на розвиток професійно-педагогічної компетентності не викликає сумнівів, оскільки ці процеси вкрай взаємозв'язані. Самоосвіта – найбільш гнучка підсистема безперервного професійного зростання педагога.

У сучасному світі стрімких змін та безперервного розвитку технологій педагоги не можуть залишатися осторонь трансформацій, що відбуваються у сфері освіти. Бути педагогом сьогодні – означає бути лідером думки, наставником, психологом, мотива-тором і постійним учнем. Саме тому самоосвіта стає не просто бажаною, а обов'язковою складовою професійного зростання педагога.

Розглядаючи самоосвіту (Ф. Левченко [1]; Е. Лук'янчук [2]) як частину майбутньої професійної діяльності слід особливо відзначити, що самовиховання готовності до самоосвіти, турбота про постійне зростання його рівня – важлива сторона самовдосконалення, яка значною мірою визначає швидкість зростання професійної компетентності (О. Марущак [3, с. 97–107]). Це якраз відповідає стратегії всебічного розвитку особистості. Однак, саморозвиток – це спочатку результат самоосвіти, а вже потім – пізнавальна діяльність людини, спрямована на перетворення (розвиток) своїх сил, душевних властивостей та соціальних якостей.

Сучасний викладач, як компетентний у своїй професійній сфері фахівець, має мати сформований дієвий набір ключових компетенцій: наукова, методична, дослідницька, управлінська, комунікативна та освітня. Модель сучасного педагога передба-

чає готовність до застосування нових освітянських ідей, здатність постійно навчатися, бути у постійному творчому пошуку. Ці якості не видаються додатком до диплома про педагогічну освіту, а формуються у щоденній педагогічній діяльності.

Самоосвіта педагога є провідної формою вдосконалення професійної компетентності, що полягає в засвоєнні, оновленні, поширенні й поглибленні знань, узагальненні досвіду шляхом цілеспрямованої, системної самоосвітньої роботи, спрямованої на саморозвиток та самовдосконалення особистості, задоволення власних інтересів і об'єктивних потреб закладу освіти. Для педагога це не лише спосіб тримати руку на пульсі новітніх методик, а й прояв внутрішньої мотивації до вдосконалення та реалізації творчого потенціалу. Самоосвіта допомагає глибше розуміти освітній процес, педагогіку, психологію, новітні тенденції та інновації.

Професійна некомпетентність є значним недоліком у будь-якій професії, оскільки вона є причиною претензій та нарікань.

Гнучкість та адаптивність, освітні реформи, цифровізація – усе це вимагає оперативного реагування та адаптації. Для педагога надважливим є особистісне зростання.

Сучасний педагог повинен постійно вдосконалювати свої знання, уміння та підходи до навчання. Традиційні форми підвищення кваліфікації не завжди відповідають індивідуальним потребам, тому зростає значення самоосвіти як засобу особистісного і професійного розвитку. Провідні науковці підкреслюють, що самоосвіта сприяє формуванню ключових компетентностей сучасного педагогічного працівника: критичного мислення, креативності, комунікативності, медіаграмотності та здатності до інновацій.

Сьогодні педагоги мають доступ до широкого спектру ресурсів, які є основними формами та напрямками самоосвіти: професійна література, наукові журнали, онлайн-курси, педагогічні блоги, вебінари, подкасти, участь у фахових спільнотах, конференціях, хакатонах.

Варто підкреслити, що ефективна самоосвіта педагога вимагає чіткої мотивації, цілей і плану дій. Без цього вона ризикує перетворитися на хаотичне накопичення інформації без реального впливу на педагогічну майстерність. Важливою є підтримка з боку адміністрації, створення освітнього середовища,

що сприяє професійному розвитку, обмін досвідом між колегами – це значно посилює ефективність самоосвіти.

Важливими складовими самовдосконалення є теоретичне вивчення новітніх досягнень у педагогіці та психології, практичне освоєння нових методик та технологій навчання, відвідування вебінарів, онлайн-курсів, проходження сертифікаційних програм, розробка авторських методичних матеріалів та їх впровадження у практику.

Самоосвіта – це не просто один із засобів удосконалення педагогічної майстерності, а її основа у сучасному освітньому просторі. Успішний педагог той, який постійно навчається. Саме така внутрішня установка дозволяє не лише йти в ногу з часом, а й формувати нові орієнтири у навчанні, вихованні та розвитку підростаючого покоління. Самоосвіта виступає ключовим чинником формування конкурентоспроможного, креативного й адаптивного педагога.

Список використаних інформаційних джерел

1. Левченко Ф. Г. Самоосвітня діяльність вчителя в умовах компетентісно-орієнтованої освіти. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/725227/1/PRIORITYDIRECTIONS-OF-SCIENCE-ANDTECHNOLOGY-DEVELOPMENT24-26.01.21-750-754.pdf>.
2. Лук'янчук Е. А. Самоосвітня діяльність педагога як складова професійної компетентності. URL: https://virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp20/2/lukjanchuk_tezi.pdf.
3. Марущак О. М. Поняття компетентності у педагогічній діяльності. Креативна педагогіка : наук.-метод. журнал. Академія міжнародного співробітництва з креативної педагогіки «Полісся». Житомир, 2016. Вип. 11. С. 97–108.

ВНУТРІШНІ ОПОРИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПСИХІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ

О. Ю. Бондар, студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-11

*І. С. Тодорова, канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Психічне благополуччя є важливою частиною загального здоров'я людини, що впливає на її працездатність, емоційний стан та якість життя. У сучасному суспільстві, де зростає рівень

стресу, частішають особистісні кризи та посилюються соціальні виклики, питання розвитку внутрішніх опор для збереження психічної рівноваги стає особливо актуальним.

Внутрішні опори – це психологічні ресурси людини, що допомагають долати труднощі, пристосовуватися до змін, підтримувати емоційну стабільність, стійкість та загальний стан гармонії. Внутрішні опори – це комплекс особистісних характеристик, навичок, переконань і цінностей, що допомагають людині підтримувати психічне та емоційне благополуччя. До них належать:

- самоусвідомлення та рефлексія – здатність аналізувати свої думки, почуття та поведінку;

- особистісні якості – стійкість, оптимізм, стійка позитивна самооцінка та установка до внутрішнього локусу контролю тощо;

- внутрішня мотивація – прагнення до особистісного розвитку та реалізації власного потенціалу;

- життєві цінності і сенс життя – чітке розуміння своїх прагнень та переконань, наявність важливих життєвих цілей, що відповідають особистим цінностям, надають життю сенс і напрям, сприяючи психічному здоров'ю;

- позитивні переконання про себе, свої здібності та світ навколо сприяють формуванню оптимізму, впевненості в собі та стійкості до стресів;

- емоційний інтелект – здатність розуміти власні емоції та емоції інших людей, ефективно керувати власними емоційними станами, долати негативні переживання, а також проявляти емпатію, сприяє не лише внутрішній гармонії та саморозумінню, але й покращує якість міжособистісних взаємодій, що є надзвичайно важливим для загального психічного благополуччя;

- навички подолання труднощів – ефективні стратегії реагування на стресові ситуації, вміння конструктивно вирішувати проблеми, визначати пріоритети, використовувати різноманітні методи релаксації, майндфулнес тощо;

- соціальна підтримка – вміння будувати здорові стосунки та отримувати допомогу від близьких.

Наявність розвинених внутрішніх опор допомагає індивідам більш спокійно та раціонально оцінювати потенційні стресори,

сприймати їх як менш загрозливі, а також ефективніше використовувати активні стратегії подолання труднощів та швидше відновлюватися після пережитих стресових подій. Дослідження показують, що люди з розвиненими внутрішніми опорами проявляють вищу стресостійкість, краще можуть адаптуватися та ефективніше справлятися з життєвими викликами.

Формування внутрішніх опор може відбуватися шляхом залучення особистості до різних сфер життя. Спорт і фізична культура сприяють розвитку сили волі, цілеспрямованості та дисципліни як цінних внутрішніх ресурсів. В процесі здобуття освіти необхідно створювати умови, які сприяють вихованню самостійності та відповідальності молоді. У роботі з психологом корисними є когнітивно-поведінкові методики, які сприяють розвитку саморегуляції та емоційної стійкості.

Висновки. Внутрішні опори є ключовим фактором у забезпеченні психічного благополуччя. Розвиток і підтримка внутрішніх ресурсів відіграють важливу роль у зміцненні психічного здоров'я та підвищенні якості життя. Розуміння складових внутрішніх опор та їхнього впливу на психічне благополуччя дає змогу розробляти ефективні стратегії самодопомоги та професійної підтримки, спрямовані на формування стійкої особистості, здатної успішно долати життєві труднощі та досягати високого рівня психічного благополуччя. Внутрішні опори – це фундамент психічного здоров'я людини, що дає їй змогу долати перешкоди, адаптуватися до змін та підтримувати високий рівень якості життя. Їх розвиток є важливим завданням як для особистості, так і для суспільства в цілому.

Список використаних інформаційних джерел

1. Академія стійкості. *Коло сім'ї*. URL: <https://resilience.k-s.org.ua/>
2. Євтушенко І. В. Психологічне здоров'я: поняття, критерії та рівні. *Вісник післядипломної освіти. Серія «Соціальні та поведінкові науки»*. 2023. Вип. 25(54). С. 56–69. DOI [https://doi.org/10.58442/2522-9931-2023-25\(54\)56-69](https://doi.org/10.58442/2522-9931-2023-25(54)56-69).
3. Титаренко Т. М. Психологічне здоров'я особистості: засоби самодопомоги в умовах тривалої травматизації : монографія. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2018. 160 с.

ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ НА УРОКАХ ТЕХНОЛОГІЙ: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ

М. Р. Домуховська, студентка спеціальності Трудове навчання і технології, група ТНІ-22

*Л. О. Савченко, д-р пед. наук, професор кафедри технологічної та професійної освіти – науковий керівник
Криворізький державний педагогічний університет*

У сучасному освітньому просторі ХХІ століття формування цифрової компетентності учнів є невід’ємною складовою підготовки вчителями до життя у інформаційному просторі та суспільстві. Даний аспект важливий на будь-яких навчальних предметах, але на уроках технологій він відіграє велику значність, бо інтеграція цифрових інструментів може значно підвищити ефективність навчання.

Перед тим, як розглядати дану тему, зазначимо, що таке «цифрова компетентність» – її сутність та значення. У посібнику «Енциклопедія освіти» зазначено, що цифрова компетентність – «здатність особистості впевнено та ґрунтовно користуватися засобами цифрових технологій у таких сферах, як профес. діяльність і працевлаштування, освіта, дозвілля, громадська діяльність, що є життєво необхідними для участі у щоденному соціально-економічному житті» [1].

За різними науковими джерелами, цифрова компетентність включає:

- інформаційну грамотність: вміння шукати, оцінювати та використовувати інформацію з цифрових джерел;
- комунікацію та співпрацю: використання цифрових інструментів для спілкування та спільної роботи;
- створення цифрового контенту: вміння створювати та редагувати цифрові матеріали.
- особистісну безпеку: знання правил безпечної поведінки в інтернеті та захист особистих даних.
- практичну значимість: використання цифрових технологій для вирішення практичних завдань [2].

Однак всі ці моменти стають марними, якщо сам вчитель не захоче підвищувати свої цифрові компетентності. Адже він є головною роллю у навчально-виховному процесі. Тож зазначимо, що інтеграція цифрових технологій у процес навчання на

уроках технологій є необхідною для підготовки учнів до сучасного світу. Практичне застосування ІКТ сприяє розвитку критичного мислення, творчості та адаптивності, що є ключовими компетенціями XXI століття.

Список використаних інформаційних джерел

1. Спірін О. М., Овчарук О. В. Цифрова компетентність // Енциклопедія освіти / Нац. акад. пед. наук України. 2-ге вид., допов. та перероб. Київ : Юрінком Інтер, 2021. С. 1095–1096.
2. Петренко С. В. Інформаційно-цифрова компетентність учня у контексті формування нової української школи / С. В. Петренко // Інноватика у вихованні. – 2017. – Вип. 6. – С. 144–156. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inuv_2017_6_19.

ПСИХОЛОГІЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАРКЕТОЛОГА

В. О. Коновал, студентка спеціальності Маркетинг, група М 6-41

ІІ. С. Тодорова, канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний маркетолог повинен не лише володіти економічними знаннями, але й мати розвинену психологічну компетентність, яка передбачає здатність розуміти поведінку споживачів, впливати на їхні рішення, ефективно комунікувати з аудиторією та створювати довготривалі відносини з клієнтами. Феномен психологічної компетентності є предметом наукового інтересу багатьох дослідників, і його розуміння варіюється залежно від контексту, зокрема, у маркетингу вона пов'язана із необхідністю ефективної взаємодії з людьми та впливу на їхні рішення. Психологічна компетентність маркетолога включає кілька важливих аспектів.

По-перше, знання психології споживача, а саме розуміння мотиваційних чинників, когнітивних упереджень (ефект прив'язки, соціальне підтвердження, страх втрати) дозволяє маркетологу прогнозувати реакції споживачів і створювати ефективні маркетингові стратегії. Наприклад, компанії використовують принцип дефіциту, обмежуючи кількість товару в перші дні продажів, що підвищує попит.

По-друге, розвинутий емоційний інтелект. Маркетологи з високим рівнем емоційного інтелекту краще розпізнають емоції

клієнтів і правильно на них реагують, що покращує комунікацію та створює довіру між брендом і споживачем.

По-третє, важливу роль у маркетингових комунікаціях відіграє мова тіла, вираз обличчя, жести та інтонація. Наприклад, у відео-рекламі психологічно правильне використання невербальних сигналів та символів може значно підсилити ефект повідомлення.

Також нерідко маркетологи застосовують різні механізми психологічного впливу (навіювання, маніпуляції, переконання). Використання психологічних тригерів у рекламі, таких як терміновість, принцип взаємності, принцип авторитету (згідно з дослідженнями Р. Чалдіні), дозволяє підвищити ефективність рекламних кампаній. Наприклад, деякі компанії використовують метод «лише кілька товарів у наявності» для стимулювання негайного прийняття рішення.

Психологічні принципи мають значний вплив на розробку ефективних маркетингових стратегій та комунікацій. Розуміння реакції потенційної аудиторії допомагає створювати більш ефективні маркетингові стратегії та рекламні кампанії, що в кінцевому підсумку може призвести до збільшення продажів [1]. У маркетингу широко використовуються різноманітні психологічні стратегії для залучення потенційних клієнтів. Однією з основних є апеляція до емоцій, оскільки емоційно заряджені повідомлення краще запам'ятовуються та впливають на рішення споживачів.

Реклама – це не просто інформування про продукт, це мистецтво впливу на свідомість та підсвідомість споживачів. Вона використовує різноманітні психологічні механізми, такі як повторення, асоціації, соціальні докази, щоб сформувати позитивне ставлення до продукту або бренду. Наприклад, повторення використовують щоб закріпити бренд у свідомості споживача, а соціальні докази (відгуки, рекомендації) підсилюють довіру до продукту [3]. Використання психологічних тригерів, таких як страх втраченої вигоди (FOMO, від англ. Fear of Missing Out), може значно підвищити конверсію сайту в інтернет-маркетингу.

Використання сенсорного маркетингу, що впливає на органи чуття, також є ефективним способом стимулювання купівельної поведінки. Наприклад, усі ресторани McDonald's мають однаковий особливий запах, який продумали спеціально, і який миттє-

во викликає у відвідувачів відчуття голоду. Достатньо 1–2 рази відвідати заклад, щоб мозок споживача пов'язав смачну їжу та приємні емоції з ароматом. Це і є рефлекс-асоціація [2]. Також прикладами успішного застосування психологічних принципів є використання жовтих цінників або червоних цін для привернення уваги, пропозиції «купи одне – отримай інше в подарунок», створення інтриги та використання ефективного дизайну тощо.

Висновок. Психологічна компетентність маркетолога є визначальним чинником ефективності маркетингової діяльності, оскільки забезпечує глибоке розуміння поведінки споживачів, оптимізацію комунікативних процесів і формування стійких брендів. Це, своєю чергою, сприяє підвищенню лояльності споживачів, зміцненню репутації бренду та забезпеченню стабільного прибутку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сологуб Д. Психологія в маркетингу – що впливає на клієнта? URL: <https://contentwriter.com.ua/psykholohiia-v-marketynhu/>
2. Галка Л. Сенсорний маркетинг: як працює. URL: <https://www.promodo.ua/blog/sensorniy-marketing>.
3. Психологія споживача: як вона впливає на рекламні стратегії. URL: https://cases.media/en/article/psikhologiya-spozhyvacha-yak-vona-vplyvaye-na-reklamni-strategiyi?srsId=AfmBOopfQO-7ZaUhNndGbRYKxd8x7VH91bdkhrwm95f_W--wrcagq-bx.

ВАЖЛИВІСТЬ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СПОРТУ В УКРАЇНІ

В. А. Пащенко, спеціальність Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МЕ 6-11

Н. О. Симоненко, старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, сектор фізичного виховання
Полтавський університет економіки і торгівлі

Фізична культура та спорт є важливими складовими здорового способу життя, соціальної інтеграції та економічного розвитку. Вони сприяють формуванню здорової нації, вихованню молоді, що має активну життєву позицію, та підвищенню національної гордості. Проте, в Україні існує ряд проблем, які заважають розвитку спорту та фізичної культури, на що варто звернути увагу.

Здоров'я – це найцінніший ресурс людини. Регулярна фізична активність, що включає заняття спортом, має численні переваги для фізичного та психічного здоров'я. Вона допомагає зміцнити імунну систему, знижує ризик розвитку серцево-судинних захворювань, діабету, ожиріння та інших хронічних хвороб. Дослідження показують, що фізична активність позитивно впливає на психічний стан, зменшуючи рівень стресу, тривожності та депресії. Спорт формує здорові звички, які залишаються з людиною на все життя. Спорт є потужним інструментом соціальної інтеграції. Він об'єднує людей різного віку, статі, національностей та соціальних статусів. Спільні заняття спортом або підтримка команди формують почуття єдності та приналежності.

Спортивні досягнення на міжнародній арені формують національну гордість. Успіхи українських спортсменів на Олімпійських іграх, чемпіонатах світу та Європи сприяють підвищенню патріотизму і єдності нації. Коли спортсмени представляють свою країну, це стає символом національної ідентичності, що об'єднує людей за спільною метою.

Однією з найгостріших проблем розвитку спорту в Україні є недостатнє фінансування. Багато спортивних федерацій та клубів не отримують належної підтримки з боку держави. Це призводить до обмеження можливостей для тренувань, участі в змаганнях та розвитку молодих талантів. Без достатнього фінансування неможливо забезпечити високий рівень підготовки спортсменів та модернізацію спортивної інфраструктури. В Україні спостерігається значний дисбаланс у розвитку спортивної інфраструктури. У великих містах, таких як Київ, Львів та Одеса, є сучасні спортивні споруди, але в багатьох регіонах відсутні бази для тренувань. Стара інфраструктура потребує термінової модернізації, а нові об'єкти будуються недостатньо швидкими темпами. Це обмежує доступ до спорту для багатьох людей, особливо дітей та підлітків [1].

Нестача кваліфікованих тренерів та спеціалістів є ще однією серйозною проблемою. Багато молодих людей не бачать перспектив у кар'єрі в спорті, що призводить до відтоку талантів за кордон. В Україні існує потреба у створенні програм підготовки тренерів, які б відповідали сучасним вимогам. Важливо також забезпечити стимулювання для тих, хто обирає кар'єру в спорті,

через гідну оплату праці та можливості для професійного зростання.

Високі витрати на заняття спортом, відсутність безкоштовних або доступних програм для дітей з малозабезпечених сімей обмежують можливості для розвитку фізичної культури серед різних верств населення. Це призводить до того, що спорт стає доступним лише для обмеженого кола людей, що може негативно вплинути на загальний рівень фізичної активності в суспільстві.

Спорт – це невід’ємна частина життя кожної нації, засіб зміцнення здоров’я, соціальної єдності та національної гордості. На жаль, у сучасній Україні спорт стикається з численними перешкодами, які потребують негайного вирішення. Але, незважаючи на всі виклики, у нас є реальні можливості змінити ситуацію на краще.

Зробити спорт доступним для всіх. Це передбачає створення програм для людей із особливими потребами, субсидії для малозабезпечених родин, розвиток секцій і клубів, які не потребують великих фінансових витрат. Наприклад, безкоштовні гуртки з футболу чи баскетболу можуть стати чудовим стартом для залучення до спорту дітей із соціально вразливих груп.

Підтримка аматорського спорту. Більшість українців сприймають спорт лише через призму професійних змагань. Однак, саме аматорський спорт є основою для розвитку масової фізичної культури. Заохочення корпоративних спортивних змагань, створення місцевих ліг та клубів може сприяти залученню більшої кількості людей до активного способу життя [1].

Отже, спорт в Україні можна і потрібно рятувати. Це великий виклик, але разом, об’єднавши зусилля держави, бізнесу та громади, ми зможемо зробити спорт доступним, цікавим і важливим для кожного українця. Адже здоров’я нації – це її майбутнє, а спорт – це крок до сильнішої і щасливішої України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Формування здорового способу життя молоді. Навчально-методичні рекомендації / авт. колект. Т. Андріученко, О. Вакуленко, В. Волков, Н. Дзюба, В. Коляда, Н. Комарова, І. Пеша, Н. Тілікіна (кер. авт. колект. Т. Андріученко). – 2-ге вид. – Київ : Бланк-Прес, 2019. – 120 с.

ПРОБЛЕМАТИКА СПОРТУ ТА ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Д. Т. Пилипенко, студентка спеціальності Туризм і рекреація, група ТР Т б-11

Н. О. Симоненко, старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, сектор фізичного виховання – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Війна завжди чинить значний вплив на всі сфери суспільного життя, і спорт разом із фізичною культурою не є винятком. У воєнний час державні ресурси спрямовуються переважно на забезпечення обороноздатності та підтримку життєдіяльності населення, що створює низку проблем для розвитку спортивної сфери та організації фізкультурних заходів. Проте спорт і фізична активність мають величезне значення для підтримання морального духу, фізичного здоров'я та соціальної згуртованості, тому важливо розглянути проблематику цих напрямків, з'ясувати основні виклики та шляхи їх подолання.

Військовий стан має значний вплив на всі сфери життя, у тому числі й на спорт. Затримка чи скасування спортивних змагань, обмеження на організацію тренувань та фізкультурних заходів, а також загальна зміна пріоритетів держави у часи війни – усе це вносить корективи в спортивне життя країни.

У період військового стану велика частина спортивних заходів скасовується або переноситься, що зумовлено як фізичною небезпекою для учасників, так і необхідністю зосередження ресурсів на обороні держави. Міжнародні спортивні змагання часто відмінюються або переносяться, а місцеві заходи можуть проводитись лише в обмеженому форматі. Це веде до зниження рівня спортивної активності серед населення.

Військовий стан призводить до зменшення фінансування в багатьох сферах, у тому числі й у сфері спорту. Спортивні об'єкти можуть бути переведені на потреби оборони або пошкоджені внаслідок бойових дій. Це створює додаткові труднощі для підтримки фізичної активності громадян та проведення спортивних тренувань.

У період війни значна частина чоловіків призивається на фронт, що призводить до зменшення участі чоловіків у спортивному житті. Жінки та діти залишаються основними учасниками

спортивних заходів, що може привести до зміщення акценту в спортивних дисциплінах та розвитку фізичної культури [2].

Незважаючи на обмеження, спорт може відігравати важливу роль в підтримці морального духу населення, зокрема серед військових і цивільних. Заняття фізкультурою дозволяють знижувати стрес, покращувати психологічне здоров'я і допомагають у підтримці фізичної форми навіть в умовах війни [1].

Військовий стан спричиняє великі стреси, але спортивні тренування та змагання можуть слугувати як засіб психологічної підтримки. Спорт під час війни може стати символом стійкості, національної єдності та мужності. Проводячи спортивні заходи, навіть у обмеженому форматі, можна підтримувати моральний дух як серед цивільного населення, так і серед військових.

У період війни з'являються нові ініціативи, що об'єднують спортивних ентузіастів, тренерів та волонтерів для проведення спортивних заходів, збору коштів на потреби армії, а також організації тренувальних таборів для військових. Це демонструє, як спорт може бути використаний як інструмент мобілізації суспільства в умовах надзвичайної ситуації.

Висновки. Війна створює суттєві виклики для розвитку спорту та фізичної культури в Україні, обмежуючи доступ до інфраструктури, знижуючи фінансову підтримку та впливаючи на психологічний стан населення. Проте спорт залишається важливим інструментом для підтримки морального духу, фізичного здоров'я та соціальної згуртованості. Використання нових форматів організації спортивних заходів, мобільних споруд та онлайн-тренувань може допомогти подолати існуючі труднощі [3].

Для відновлення спортивного життя в умовах війни необхідна спільна робота держави, громадських організацій та міжнародних партнерів. Лише через синергію зусиль можна створити умови, в яких спорт і фізична культура стануть не лише засобом відпочинку, але й важливим чинником соціальної адаптації, реабілітації та патріотичного виховання нації.

Список використаних інформаційних джерел

1. <https://sport.gov.ua>.
2. <https://www.ukrstat.gov.ua>.
3. <https://www.eurointegration.com.ua>.

ВІДНОВЛЕННЯ ПІСЛЯ ТРАВМ, СПРИЧИНЕНИХ ВІЙНОЮ: ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ РЕАБІЛІТАЦІЇ

*Т. О. Серікова, студентка спеціальності Філологія, група
ФІЛ 6-11*

*І. А. Васецький, старший викладач кафедри педагогіки та
суспільних наук, сектор фізичного виховання – науковий
керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Фізична реабілітація військовослужбовців після бойових травм є ключовим етапом на шляху до їх повного відновлення та повернення до активного життя. Комплексний підхід до реабілітації, який враховує як фізичні, так і психологічні аспекти, забезпечує ефективність процесу відновлення.

Сучасні військові конфлікти призводять до значної кількості поранень, які суттєво впливають на фізичне та психоемоційне здоров'я постраждалих. Найпоширенішими травмами серед військових є: контузії та черепно-мозкові травми; осколкові та вогнепальні поранення; ампутації кінцівок; переломи та травми хребта – можуть призводити до обмеження рухливості та навіть повної втрати функцій нижніх кінцівок; опіки та пошкодження м'яких тканин – впливають на еластичність шкіри, рухливість суглобів і загальний стан організму.

Фізична реабілітація є невід'ємною частиною процесу одужання, оскільки допомагає не лише відновити втрачені функції, але й адаптувати людину до нового способу життя.

Ефективне відновлення після бойових травм базується на кількох ключових принципах:

1. Індивідуальний підхід.
2. Етапність процесу.
3. Комплексність.
4. Безперервність та системність.
5. Мультидисциплінарний підхід.

Відновлення після бойових травм передбачає використання різноманітних методик, які підбираються індивідуально, а саме:

- Кінезіотерапія. Включає спеціальні фізичні вправи, спрямовані на відновлення рухливості, зміцнення м'язів та покращення координації.
- Масаж та мануальна терапія. Допомагають зменшити напругу в м'язах, покращити кровообіг та знизити больові відчуття.

- Гідротерапія. Вправи у воді сприяють зменшенню навантаження на суглоби та покращують регенерацію тканин.
- Ерготерапія. Навчання новим способам виконання повсякденних завдань після ампутацій чи важких травм.
- Фізіотерапія. Використання електротерапії, магнітотерапії та лазерної терапії для пришвидшення загоєння.
- Протезування та навчання користування протезами. Допомогає військовим з ампутаціями адаптуватися до життя з протезами.

Реабілітація після специфічних бойових травм:

1. Контузії та черепно-мозкові травми:

- Вправи на покращення рівноваги та координації.
- Когнітивна реабілітація для відновлення пам'яті та уваги.
- Використання спеціальних окулярів та вестибулярних тренажерів.

2. Реабілітація після ампутацій:

- Підготовка кукси до протезування.
- Навчання ходьбі з протезами та адаптація до фізичних навантажень.
- Психологічна підтримка для прийняття нового образу тіла.

3. Відновлення після переломів та травм хребта:

- Використання ортезів та екзоскелетів для підтримки рухливості.
- Лікувальна гімнастика для зміцнення м'язів спини.
- Фізіотерапія для зменшення болю та запобігання контрактурам.

4. Лікування опіків та пошкоджень м'яких тканин:

- Вправи для підтримання рухливості уражених ділянок.
- Використання силіконових гелів та масажу для зменшення рубців.
- Спеціальні компресійні одяг та биндажі для покращення загоєння.

Психоемоційний стан пацієнта відіграє ключову роль у процесі одужання. Багато військових після отриманих травм стикаються з посттравматичним стресовим розладом (ПТСР), депресією та тривожністю. Психологічна реабілітація, яка включає індивідуальні та групові сеанси з фахівцями, арт-терапію,

музикотерапію та інші методики, допомагає стабілізувати емоційний стан і сприяє повноцінному відновленню [1].

Фізична реабілітація військових після травм є складним і багатогранним процесом, який вимагає комплексного підходу. Надалі важливо розвивати нові технології та вдосконалювати методи реабілітації, щоб забезпечити якомога кращі результати для постраждалих військових.

Список використаних інформаційних джерел

1. Фізична реабілітація військових після контузії: важливість та основні методи відновлення. Громадська організація «Об'єднані для відродження життя». URL: <https://www.revivallife.com.ua/2024/10/11/fizichna-reabilitaciya-vijskovih-pislya-kontuziyi/>

ПРОЯВИ НАБУТОЇ БЕЗПОРАДНОСТІ В СТУДЕНТІВ ТА СТРАТЕГІЇ ЇЇ ПОДОЛАННЯ

К. О. Четверикова, студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-11

І. С. Тодорова, канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

Набута безпорадність – це стан, коли людина стає пасивною та перестає намагатися змінити неприємні обставини через попередній досвід невдач і стресу. Вперше цей феномен описали психологи М. Селігман і С. Майер. Вони з'ясували, що повторювані ситуації, у яких неможливо вплинути на події, змушують особу вважати, що будь-які спроби марні. Це впливає на мислення, емоції та мотивацію людини. Хоча спочатку концепцію вивчали на тваринах, вона допомагає краще зрозуміти й людську поведінку [3].

Аналіз наукових підходів до подолання особистісної безпорадності показує, що вони охоплюють усі три основні аспекти психіки – емоції, поведінку та мислення. Дослідники згодні з тим, що ознакою цього стану є відчуття втрати здатності контролювати події. Він виникає, коли людина не може досягти своїх цілей, переживає через невдачі упевнюється у тому, що попри всі зусилля, їй не вдасться перемінити хід справ. Важливим є висновок М. Селігмана про те, що найчастіше безпорадність виникає не через брак мотивації до дії, а через втрату віри у свої сили та у можливість змінити обставини [3].

Наслідками втрата відчуття контролю над ситуацією є припинення пошуку альтернативних варіантів вирішення проблеми, фокусування уваги на власних негативних властивостях та на песимістичному емоційному стані. Ключовими проявами безпорадності є переконаність у тому, що результат не залежить від будь-яких зусиль особи, бажання якнайшвидше завершити ситуацію, відмова від подальших намагань боротися, віра у власну неспроможність, прагнення уникати подібні ситуації, а також гнів – як на себе, так і на зовнішні обставини [1].

До успішних стратегій подолання набутої безпорадності відносять:

- ✓ Усвідомлення проблеми – зверніть увагу, чи часто у вас виникають думки «я не впораюся», «це безнадійно» тощо?

- ✓ Постановка досяжних цілей та зосередження на своїх сильних сторонах – розбиття великих завдань на менші, досягнення яких зміцнює віру у власні сили.

- ✓ Пошук соціальної підтримки – звернення за допомогою до друзів, родини, кваліфікованих спеціалістів.

- ✓ Техніка трьох запитань – «Чи є докази, що підтверджують цю думку? Чи є інший спосіб поглянути на ситуацію? Що я можу зробити, щоб змінити ситуацію?».

- ✓ Візуалізація успіху – уявіть себе успішним у тих ситуаціях, які викликають у вас безпорадність, це допомагає зміцнити віру в себе.

- ✓ Розвиток стійкості – навчіться аналізувати проблеми, розробляти стратегії та приймати рішення; навчіться розпізнавати, розуміти та керувати своїми емоціями; практика вдячності для фокусування на позитивних моментах; пошук того, що надає життю сенс та мету, що допоможе подолати труднощі та зберегти мотивацію [1; 2].

Прояви набутої безпорадності у студентів характеризуються зниженням мотивації до навчання, пасивністю на заняттях, намаганням уникнути складних завдань та відповідальності. Студенти з набутою безпорадністю схильні пояснювати свої невдачі стабільними внутрішніми причинами («я нездібна»), а успіхи – випадковими зовнішніми факторами («пощастило», «завдання було легким»), що закріплює відчуття неможливості вплинути на результат власними зусиллями [2].

Ключовою стратегією подолання в студентів такого стану є зміна когнітивних установок, зокрема, переосмислення причин успіхів та невдач (атрибутивна переорієнтація). Це включає розвиток навичок постановки реалістичних, досяжних цілей, розбиття великих завдань на менші кроки для отримання досвіду успіху, підвищення самооцінки та віри у власні сили (самоефективність), а також активне звернення за підтримкою (академічною, психологічною, соціальною).

Також для запобігання та подолання набутої безпорадності важливе створення сприятливого освітнього середовища. Це означає надання викладачами конструктивного зворотного зв'язку, що підкреслює зв'язок між зусиллями та результатом, створення ситуацій успіху, підтримка автономії студентів (можливість вибору індивідуальної освітньої траєкторії, залучення до розробки та удосконалення освітньо-професійних програм та окремих освітніх компонентів, реальний вплив інституту студентського самоврядування на освітній процес). Крім того, здобувачам освіти необхідно навчитися зосереджуватися на самому процесі навчання та на розвитку власних компетентностей, а не виключно на зовнішніх оцінках.

Подолання навченої безпорадності – це індивідуальний процес. Не існує єдиного універсального рішення, тому важливо експериментувати та шукати ті способи, які працюють саме для вас. Застосування стратегій когнітивної реструктуризації, постановки досяжних цілей та розвитку навичок саморегуляції дозволяє відновити контроль над ситуацією та покращити якість життя.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дучимінська Т. І. Теоретико-методологічні засади вивчення, профілактики та подолання синдрому завченої безпорадності. *Проблеми сучасної психології: зб. наук. пр.* 2019. URL: oai:ajs.journals.urau.ua/article/160405.
2. Малімон Л. Я., Дучимінська Т. І. Психологія особистісної безпорадності студентів : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2015. 190 с.
3. Seligman, M. E. P. Helplessness: on depression, development, and death. San Francisco: W. H. Freeman, 1975.

ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ЧИННИК ПОПЕРЕДЖЕННЯ АДИКТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ

М. М. Шорніков, студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС б-41

І. С. Тодорова, канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Емоційний інтелект є важливим психологічним конструктом, що визначає здатність людини усвідомлювати, розуміти та регулювати власні емоції та емоції інших людей. Він відіграє ключову роль у попередженні адиктивної поведінки, оскільки дозволяє індивіду ефективно керувати стресовими ситуаціями, уникати деструктивних стратегій подолання труднощів і розвивати соціальні зв'язки [3].

Існує статистично значущий зв'язок між емоційним інтелектом та здоров'ям людини. Згідно з дослідженнями Г. Гарднера, емоційний інтелект можемо розглядати у комплексі – як внутрішньоособистісний (направлений на власні емоції) та міжособистісний (направлений на емоції інших людей). Перша складова характеризується такими поняттями: самосвідомість, рефлексія, самооцінка, самоконтроль, мотивація досягнень. Друга складова включає емпатію, толерантність, комунікабельність, конгруентність, діалогічність [4]. Високий рівень емоційного інтелекту корелює з кращим психічним здоров'ям та більш гармонійним способом життя, низький – навпаки. Люди з розвиненим емоційним інтелектом вміють краще керувати своїми емоціями, що допомагає їм протистояти стресу та важким життєвим обставинам.

Окремі науковці, зокрема Е. В. Змановська, наголошують, що формування емоційного інтелекту відбувається протягом усього життя, починаючи з дитинства під впливом сімейного виховання, освітнього середовища та соціальних контактів. Якщо виховні умови несприятливі, розвиток емоційного інтелекту гальмується, а адиктивна поведінка може стати способом компенсування дефіциту самоусвідомлення, саморегуляції та соціальної взаємодії.

Водночас адиктивна поведінка характеризується неконтрольованою потребою в певних речовинах або діях, які спричиняють залежність та негативно впливають на якість життя

особистості. Вона включає як хімічні залежності (алкоголізм, наркоманія, куріння, залежність від ліків, токсикоманія), так і нехімічні (порушення харчової поведінки, ігроманія, інтернет-залежність, сексуальні девіації, релігійний фанатизм або залученість до сект, трудоволізм, шопоголізм тощо) [1].

Дослідження Д. Ю. Сізова та М. В. Саврасова показують, що низький рівень емоційного інтелекту сприяє розвитку адиктивної поведінки, оскільки особа не може ефективно розпізнавати та контролювати власні емоції, що призводить до використання деструктивних способів подолання стресу [2].

Окремо варто виділити психотипи особистостей, у яких звичай спостерігається низький рівень емоційного інтелекту. До них належать:

- психопатичний тип особистості – має труднощі у вираженні та розумінні власних емоцій, що призводить до схильності до адиктивної поведінки;
- соціопатичний тип особистості – діє, не замислюючись про наслідки, та має низьку здатність до самоконтролю;
- нарцисичний тип особистості – схильний до перепадів настрою та зацикленості на собі, що сприяє використанню залежностей як способу емоційного регулювання;
- тривожний тип особистості – прагне уникати соціальної взаємодії через страх надзвичайно болючих емоційних переживань, пов'язаних з імовірністю бути відкинутим іншими людьми;
- шизоїдний тип особистості – загалом уникає соціальних контактів і може використовувати адиктивні механізми як спосіб втечі від реальності.

Розвиток емоційного інтелекту має стати невід'ємною складовою комплексних програм профілактики адиктивної поведінки в освіті, у професійній діяльності та у психотерапії. Їхня мета – формування емоційної компетентності у підлітків, молоді та інших соціально вразливих груп населення.

Висновок. Емоційний інтелект є одним із ключових чинників попередження адиктивної поведінки. Високий його рівень забезпечує здатність усвідомлювати свої емоційні стани, знаходити адаптивні способи їх вираження та ефективно будувати міжособистісні взаємодії. Ці навички створюють міцний фундамент для психологічної стійкості особистості. Натомість люди з низьким рівнем емоційного інтелекту частіше потрапляють у

ситуації емоційного дискомфорту та мають обмежений репертуар стратегій його подолання, що підвищує ризик формування адиктивних патернів поведінки як механізму втечі від негативних переживань. Тому впровадження програм розвитку емоційного інтелекту та психологічної компетентності повинно стати важливим напрямом у сфері профілактики залежностей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лобанова А. С. Адиктивна поведінка (у соціології). *Велика українська енциклопедія*. URL: [https://vue.gov.ua/Адиктивна поведінка \(у соціології\)](https://vue.gov.ua/Адиктивна_поведінка_(у_соціології)) (дата звернення: 31.03.2025).
2. Сізов Д. Ю., Саврасов М. В. Адикція як форма прояву поведінки сучасної молоді. *Habitus*. 2023. № 45. С. 166–171. DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2023.45.28>.
3. Усик К. М. Емоційний інтелект як чинник подолання стресу. *Habitus*. 2024. № 60. С. 245–250. DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2024.60.41>.
4. Gardner H. Multiple intelligences: the theory in practice. New York : Basic Books, 1993. 304 p.

ФІЗИЧНА АКТИВНІСТЬ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

С. С. Штепа, студентка спеціальності *Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-11*

І. А. Васецький, старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, сектор фізичного виховання – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Фізична активність є одним із ключових факторів, що визначають якість життя людини в сучасному світі. Швидкий ритм життя, технологічний прогрес та малорухливий спосіб існування спричиняють численні проблеми зі здоров'ям, які можна запобігти завдяки регулярному фізичному навантаженню.

Профілактика захворювань. Однією з головних переваг фізичної активності є її здатність знижувати ризик серцево-судинних захворювань, цукрового діабету, ожиріння та навіть деяких видів раку. Регулярні заняття спортом сприяють зміцненню імунітету, покращенню обміну речовин і підвищенню загальної витривалості організму. Люди, які ведуть активний спосіб життя, рідше страждають від хронічних хвороб і мають вищий рівень енергії. Крім того, фізична активність допомагає підтримувати здорову вагу, нормалізує рівень холестерину і стабілізує артеріальний тиск.

Мінімальні навантаження корисні навіть хворим людям. Важливо зазначити, що навіть мінімальні фізичні навантаження можуть мати позитивний ефект на організм, особливо для людей, які мають хронічні захворювання. Легка гімнастика, піші прогулянки, йога або плавання можуть значно покращити стан здоров'я, зменшити біль у суглобах та підвищити рівень енергії. Людям із серцево-судинними хворобами рекомендовані помірні фізичні навантаження, які покращують кровообіг і зміцнюють серце. Для людей, які страждають на діабет, фізична активність допомагає контролювати рівень цукру в крові. Навіть короткі прогулянки після їжі можуть позитивно впливати на здоров'я.

Врівноваження психологічного стану за допомогою фізичної активності. Психологічний стан людини також безпосередньо залежить від рівня фізичної активності. Спорт допомагає знизити рівень стресу, покращує настрій та сприяє виробленню ендорфінів – гормонів щастя. Це особливо важливо у сучасному світі, де стресові ситуації стають невід'ємною частиною повсякденного життя. Фізична активність знижує рівень тривожності, допомагає боротися з депресією та підвищує самооцінку. Групові тренування сприяють соціалізації, допомагають налагодити комунікацію і відчутти підтримку інших людей. Регулярні заняття спортом покращують сон і сприяють загальному психічному благополуччю.

Молодість. Фізична активність є невід'ємним фактором збереження молодості, адже вона підтримує тонус м'язів, сприяє еластичності шкіри та уповільнює процеси старіння. Активні люди мають краще кровопостачання тканин, що позитивно впливає на зовнішній вигляд. Регулярні фізичні навантаження стимулюють вироблення колагену, що сприяє збереженню здорового вигляду шкіри. Люди, які займаються спортом, мають кращий обмін речовин, що сприяє довголіттю і гарному самопочуттю.

Життя – рух. Недарма кажуть, що життя – це рух. Активні люди зберігають бадьорість і продуктивність навіть у похилому віці. Фізична активність покращує роботу серця, легенів та всіх систем організму, що дозволяє підтримувати високу якість життя. Малорухливий спосіб життя сприяє розвитку багатьох хвороб, тому важливо регулярно рухатися, навіть якщо це проста ранкова зарядка або прогулянка на свіжому повітрі.

Різновиди фізичної активності. Існує безліч видів фізичної активності, які можна обрати відповідно до власних уподобань: біг, йога, фітнес, плавання, велосипед, командні види спорту або просто активний спосіб життя з великою кількістю прогулянок. Головне – знайти те, що приносить задоволення. Важливо вибрати фізичну активність, яка буде приносити задоволення, щоб її можна було включити у повсякденне життя.

Як себе мотивувати. Для багатьох людей складним є питання мотивації. Тут важливо поставити перед собою реальні цілі, знайти однодумців або тренера, скласти чіткий план занять і винагороджувати себе за досягнення. Важливим є також поступове збільшення навантажень, щоб уникнути перевтоми та зберігати інтерес до занять. Корисно вести щоденник тренувань, щоб слідкувати за своїм прогресом і бачити результати [1].

Висновок. Таким чином, фізична активність є необхідною складовою здорового способу життя, що позитивно впливає на фізичний стан, емоційний баланс та рівень енергії. Вона допомагає запобігти багатьом хворобам, зберегти молодість та підтримувати гарний настрій. Варто лише знайти свій вид активності, і тіло віддячить вам міцним здоров'ям і довголіттям.

Джерела: ВООЗ, Національний інститут здоров'я, праці сучасних дослідників у сфері медицини та фізичної культури.

Список використаних інформаційних джерел

1. ВООЗ, Національний інститут здоров'я, праці сучасних дослідників у сфері медицини та фізичної культури.

**ОЦІНКА СУЧАСНОГО РИНКУ БАНКІВСЬКОГО
КРЕДИТУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО І
СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ**

*К. Ю. Беззуб, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБ(зскфб)-31
Р. Г. Сніщенко, д-р екон. наук, професор, професор кафедри фінансів, обліку та аудиту – науковий керівник
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут*

Представники малого та середнього бізнесу є найбільш численною ланкою вітчизняної економіки. Станом на 01.01.2024 в Україні діючими рахувалися 1 913 193 суб'єктів господарювання, з яких лише 512 одиниць були великими за розміром, що складало 0,03 % від загального обсягу. До категорії малого та середнього бізнесу відносились решта 99,97 % від загальної кількості суб'єктів господарювання, з яких 14 296 одиниць або 0,75 % від загальної сукупності мали статус середніх за розміром і 1 898 385 одиниць або 97,66 % – малих [1].

На початок 2024 року в Україні статус суб'єктів ММСБ мали 1 912,7 тис. господарюючих суб'єктів. У порівнянні з початком 2022 року ця кількість зменшилась на 43,0 тис., що в процентному вираженні становить 2,20 %. Таку динаміку можна пояснити війною в Україні, окупацією та веденням військових дій на значній частині її територій. Динаміка кількості суб'єктів ММСБ за їх окремими категоріями за 2021–2023 рр. зображена на рис. 1.

На значну соціально-економічну роль суб'єктів ММСБ вказує показник кількості найманих працівників, які працевлаштовані ними. Станом на початок 2024 року усією сукупністю суб'єктів господарювання було охоплено 4 970,3 тис. працівників, з яких 1 324,1 тис. працювали на великих підприємствах, що складало 26,64 % від їхньої загальної чисельності, 2 335,2 тис. осіб – в представниках середнього підприємництва із часткою 46,98 % і 1 311,0 тис. осіб – в суб'єктах малого підприємництва

[3]. Тобто, для 3 646,3 тис. працівників із часткою в загальній чисельності 73,36 % місцем працевлаштування являються суб'єкти ММСБ.

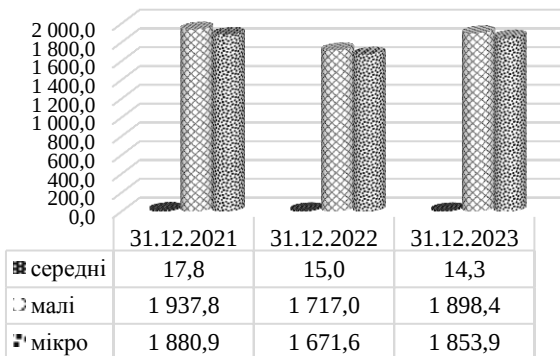


Рисунок 1 – Кількість суб'єктів ММСБ в Україні за 2021–2023 рр., тис. од.

Сформовано автором на основі: [1].

У порівнянні з початком 2022 року кількість осіб, які працевлаштовані на невеликих підприємствах зменшилась на 994,8 тис., що в процентному вираженні становить 21,43 %. Причиною такої динаміки також є війна в країні, яка спричинила закриття великої кількості роботодавців та вимушеним переселенням людей як в інші регіони країни, так і за її межі.

Участь суб'єктів ММСБ в економічному житті країни можна прослідкувати за показниками реалізованої та виробленої продукції (товарів, послуг). За 2023 рік в Україні було реалізовано продукції на загальну суму 13 456,4 млрд грн. На суб'єкти великого підприємництва приходить 4 797,0 млрд грн або 35,65 % від загального обсягу, на суб'єкти середнього підприємництва – 5 990,5 млрд грн або 44,52 % і на суб'єкти малого підприємництва – 2 668,9 млрд грн – 19,83 %. Таким чином, представники ММСБ забезпечили продаж 64,35 % загальнонаціонального обсягу продукції (товарів, послуг). На відміну від двох попередніх показників, обсяг реалізації продукції (товарів, послуг), який забезпечили суб'єкти ММСБ, у 2023 році, проти показника 2021 року збільшився на 183,0 млрд грн або 2,16 %.

Протягом 2023 року уся сукупність діючих в Україні суб'єктів господарювання забезпечили виробництво 8 884,8 млрд грн продукції (товарів, послуг). З цього обсягу 3 038,0 млрд грн або 34,19 % припадає на суб'єкти великого підприємництва, 3 654,7 млрд грн або 41,13 % – на суб'єкти середнього підприємництва і 2 192,1 млрд грн – на суб'єкти малого підприємництва. Тобто, суб'єкти ММСБ забезпечили виробництво 8 659,4 млрд грн або 64,35 % від загальнонаціонального обсягу продукції (товарів, послуг). Вартісне вираження обсягу виробленої суб'єктами ММСБ продукції у 2023 році проти показника 2021 року збільшився на 685,3 млрд грн або 13,28 % [3].

Проведення безперервної господарської діяльності вимагає від суб'єктів підприємництва постійного інвестування коштів. За даними НБУ, станом на 01.02.2025 залишок наданих кредитів суб'єктам ММСБ склав 491,7 млрд грн. Залишок наданих кредитів цієї категорії клієнтів станом на 31.12.2024 проти кінця 2022 року збільшився на 46,6 млрд грн або 10,46 %. Динаміка обсягу кредитного портфеля ММСБ України за 2022–2024 рр. зображена на рис. 2.

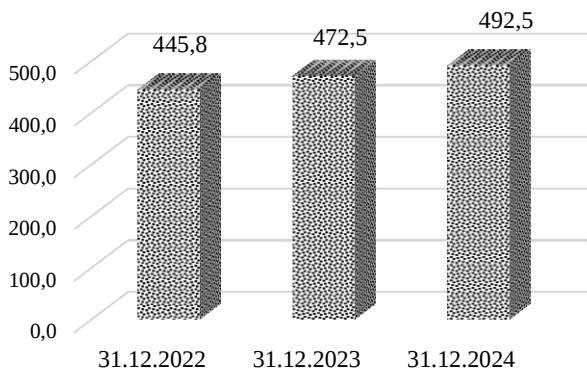


Рисунок 2 – Кредити, надані ММСБ в Україні за 2022–2024 рр., млрд грн

Сформовано автором на основі [2].

Список використаних інформаційних джерел

1. Кількість діючих суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за видами економічної діяльності у 2010–2023 ро-

ках. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.03.2025).

2. «Теплі» кредити для ОСББ і ЖБК. АТ КБ «Приватбанк» : веб-сайт. URL: <https://privatbank.ua/business/teplyje-kredyty-dl-a-osmd-i-zhsk>. (дата звернення: 09.03.2025).
3. Капітальні інвестиції підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства (2012–2023). Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 05.03.2025).

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

А. Д. Богдан, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група 261

*І. Р. Чуй, канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу – науковий керівник
Львівський торговельно-економічний університет*

Фінансова безпека суб'єктів господарювання є ключовим елементом стабільності та ефективності економіки України. Оцінювання фінансової безпеки суб'єктів господарювання базується на комплексному аналізі різноманітних фінансових показників, що відображають рентабельність, платоспроможність та ліквідність підприємств

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 27.08.2024 року № 984 [1], основними групами показників, які використовуються до оцінки фінансової безпеки підприємств є: показники рентабельності, зокрема коефіцієнти рентабельності за прибутком EBITDA, власного капіталу, активів, коефіцієнт зростання доходів; показники платоспроможності і фінансової стійкості коефіцієнт покриття EBITDA фінансових витрат коефіцієнт відношення боргу до EBITDA, коефіцієнт відношення боргу до власного капіталу, коефіцієнт відношення боргу до активів; показники ліквідності: поточної, швидкої та абсолютної; період обороту дебіторської заборгованості та кредиторської заборгованості та інші.

Для виявлення проблем та слабких місць у банківській системі та вжиття необхідних заходів для їх усунення застосовується процедура оцінювання фінансової безпеки банків через обчислення показників фінансової стійкості [2]. У 2025 році Національний банк України відновив стандартну процедуру оці-

нювання стійкості банків та банківської системи загалом, яка включає оцінку якості активів AQR; екстраполяцію; стрес-тестування.

Разом із переліченим вище, оцінювання фінансової безпеки ґрунтується на визначенні переліку ризиків, які впливають на діяльність суб'єкта господарювання та можуть зумовлювати загрози стабільності його фінансово-економічної діяльності.

Інший порядок визнання ризиковості платника податку затверджені постановою КМУ від 11.12.2019 № 1165 [3]. Рішення про віднесення платника до переліку ризикових приймає комісія регіонального рівня. Порядком передбачено критерії, які можуть стати підставою для віднесення до ризикових, зокрема:

- ✓ реєстрація на підставі недійсних (втрачених, загублених) та підроблених документів; на неіснуючих, померлих, безвісти зниклих осіб; особами, що не мали наміру провадити фінансово-господарську діяльність;

- ✓ суб'єкта зареєстровано та ним проваджено фінансово-господарську діяльність без відома і згоди його засновників і призначених у законному порядку керівників; він не має відкритих рахунків у банківських установах; ним не подано податкової звітності з ПДВ за два останніх звітних періоди, а з податку на прибуток підприємств – за останній звітний період;

- ✓ у контролюючих органах наявна податкова інформація, яка визначає ризиковість здійснення господарської операції, зазначеної в поданих для реєстрації податкових накладних.

На основі виявлених проблем та «вузьких місць» суб'єкти господарювання вживають заходи щодо вдосконалення критеріїв оцінки фінансової безпеки, що сприяє стабільності економіки та розвитку підприємництва загалом Підприємства, які ефективно управляють своєю фінансовою безпекою, мають більшу стійкість до кризових явищ, що дозволяє їм забезпечувати сталий розвиток, залучати інвестиції та підтримувати конкурентоспроможність. Враховуючи сучасні виклики, фінансова безпека стає пріоритетом для суб'єктів господарювання, що прагнуть успішно функціонувати у довгостроковій перспективі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про затвердження методики оцінювання фінансової безпеки суб'єктів господарювання : Постанова Кабінету Міністрів України від 27 серпня 2024 року № 984. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.

2. Оцінка стійкості банків і банківської системи у 2025 році. Національний банк України URL: <https://bank.gov.ua>.
3. Про затвердження порядків з питань зупинення реєстрації податкової накладної/розрахунку коригування в Єдиному реєстрі податкових накладних : Постанова КМУ від 11.12.2019 № 1165. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1165-2019-%D0%BF#Text>.

ПОРІВНЯЛЬНА ОЦІНКА ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ ЯК ФІНАНСОВИЙ ЧИННИК ПОКРАЩЕННЯ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Є. О. Бурік, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР 6-11;

В. В. Ткаченко, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР 6-11

С. П. Прасолова, канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

Важливою умовою розвитку будь-якої країни є забезпечення її економічного та соціального прогресу для формування соціально орієнтованої ринкової економіки. Водночас війна, інфляція та девальвація спричинили в Україні явище «раптової бідності», що робить дослідження доходів населення та їх впливу на міграційні процеси особливо актуальним. Адже в умовах продовження війни в Україні формується вплив такого додаткового соціального чинника як збільшення кількості працівників, які йдуть на пенсію, та міграція. Зокрема, за офіційними даними кількість мігрантів за межами України перевищила 6,9 млн осіб станом на лютий 2025 року, з них рівень працевлаштування вже сягнув 56 % опитаних, у результаті чого частка тих, хто планує повернутися в Україну, скоротилася до 43 % (з 73 % у листопаді 2022 року) [3, с. 21].

Результати досліджень багатьох відомих вчених, таких як Дж. Гікс, Дж. Кейнс, А. Маршал, А. Сміт, С. Волошина, С. Дембіцький та інших засвідчують, що однією з головних умов повернення мігрантів в Україну є не тільки поліпшення безпекової ситуації, але й забезпечення підвищення рівня життя. При цьому як свідчать дані табл. 1, грошові доходи населення формуються переважно за рахунок заробітної плати, частка якої в умовах війни має тенденцію до зростання, враховуючи нестачу кваліфі-

кованих працівників (з 45,5 % у 2021 р. до 52,3 % у 2022 р., табл. 1), а також частки соціальної допомоги (у т.ч. внутрішньо переміщеними особами) та інших одержаних від держави поточних трансфертів. Водночас, усі інші види доходів, – від підприємницької діяльності, доходів від власності, особистого підсобного господарства та інших джерел (аліментів, гонорарів, спадщини, благодійної допомоги тощо) мали тенденцію до зниження. Слід враховувати, що незважаючи на зростання в умовах війни середніх розмірів мінімальної заробітної плати, реальний наявний дохід домогосподарств у 2022 році, порівняно з 2021 роком знизився і складав тільки 85,9 % [2]. На сьогодні ж, у 2025 році мінімальна заробітна плата в Україні не перевищує 178 євро, що більш ніж у два рази менше, ніж у найбідніших країнах Євросоюзу, таких як Болгарія (550,67 євро) чи Угорщина (706,94 євро) [1].

Доходи домогосподарств України у 2021 та 2022 роках¹

Доходи домогосподарств	Разом всі домогосподарства			
	2021 рік		2022 рік	
	млн грн	%	млн грн	%
Доходи, всього	4 863 519	100,0	5 257 066	100,0
У тому числі: заробітна плата	2 211 720	45,5	2 750 808	52,3
прибуток та змішаний дохід	964 851	19,8	692 862	13,2
дохід від власності, одержаний	107 241	2,2	58 925	1,1
соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти	1 579 707	32,5	1 754 471	33,4

З іншого боку, слід також враховувати вплив такої загрози світового масштабу, як економічну нерівність, яка зростає внаслідок того, що темпи зростання інфляції випереджають темпи підвищення заробітної плати. Таку тенденцію характеризує зростання в Україні значення індексу (коефіцієнта) Джині², – з 24,1 % у 2014 р. до 26 % у 2024 р. Як свідчать дослідження Завгородньої С., така ситуація є характерною і для країн ЄС, де він зростав з 29,6 % у 2021 р. до 30,2 % у 2022 р. [1, 4]. Проте рівень життя в Україні є значно нижчим, ніж у тих країнах, де рівень поляризації населення за рівнем доходів є вищим

¹ Розраховано авторами за даними [2].

² Індекс (коефіцієнт) Джині – економічний показник, що використовується для розрахунку нерівності доходів, яка існує між громадянами певної країни.

(наприклад, Німеччина, Ірландія, Франція, Іспанія), оскільки офіційні статистичні дані не враховують значної тінізації доходів, яка переважно стосується груп населення з вищими доходами. Наслідком таких змін є відповідне стрімке зростання кількості домогосподарств, які не можуть дозволити собі певні товари першої необхідності (продуктів харчування та енергоресурсів) протягом дії режиму воєнного стану, що фактично означає їх перебування на межі бідності. Зазначене спостерігається на тлі збільшення частки неактивного та скорочення частки зайнятого населення.

Тим самим, формування економічної нерівності та бідності в Україні потребує рішучих заходів для їх подолання. Одним із шляхів зменшення економічної нерівності є посилення соціальних гарантій з боку держави, що потребує відповідних реформ щодо переходу України від моделі з дешевою робочою силою до моделі з високооплачуваною ефективною працею з відповідним удосконаленням ринкових механізмів регулювання оплати праці, стимулювання індивідуальних інвестицій в навчання протягом усього життя та професійну підготовку з універсальними компетенціями, що підвищують вартість їхньої праці. Не менш важливим є реалізація реформ у сфері детінізації зайнятості для повернення працюючого населення до формального сектору економіки, що також потребує активного залучення місцевого самоврядування та міжнародних організацій до співпраці в цьому напрямку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Завгородня С. Економічна нерівність серед населення України в контексті забезпечення стійкості. Київ : Офіційна сторінка Національного інституту стратегічних досліджень. 2024. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2024-02/az_eknerivnist_19022024.pdf.
2. Економічна статистика. Київ : Державна служба статистики України. 2025. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Макроекономічний та монетарний огляд за березень 2025 року. Київ : Офіційне Інтернет-представництво Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MMR_2025-03.pdf?v=12.
4. Україна – 2030. Стратегія зміни майбутнього. Київ : Офіційна сторінка Національного інституту стратегічних досліджень. 2020. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-12/ukraine-2030-1.pdf>.

ПЕРІОДИЗАЦІЯ РОЗВИТКУ БАЛАНСУ (ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН) ПІДПРИЄМСТВА

Т. О. Горбенко, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА 6-11;

Я. В. Щербань, студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА 6-11

О. В. Артюх-Пасюта, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник Полтавський університет економіки і торгівлі

Історичні аспекти виникнення Балансу були досліджені з точки зору різних наукових шкіл і напрямів, а також узагальнені в періодизації його розвитку численними науковцями [1; 2; 4–6]. Аналіз їхніх праць дав змогу виокремити ключові історичні аспекти формування Балансу та визначити сім основних етапів його розвитку.

Результатом розвитку Балансу на першому етапі (4000 р. до н. е. – VII ст. до н. е.) є його використання як облікового інструменту в Стародавньому світі. Баланс слугував системою показників, що відображала кількісне співвідношення двох елементів або сторін будь-якої діяльності, наприклад, доходів і витрат держави або вхідних і вихідних грошових потоків. Проте в облікових процедурах його застосування ще не було поширеним. Основними характеристиками складання Балансу були: обов'язковість, поступовий перехід до чіткої періодичності та орієнтація на інтереси державної казни.

На другому етапі (до XIII ст.) Баланс розглядався як економічна категорія, що полягала в урівноваженні взаємозалежних об'єктів. Це явище виникло внаслідок двоїстості господарських процесів та розвитку товарних, а згодом і товарно-грошових відносин.

Подвійний характер відображення господарських операцій призвів до того, що Баланс почали використовувати як облікову категорію лише на третьому етапі (XIII–XV ст.). Розподіл рахунків на активні та пасивні став основою для формування структури Балансу, яка й досі складається з двох частин – активу та пасиву. Однак у цей період Баланс не отримав широкого застосування в управлінні і, в основному, виконував контрольну функцію.

Наукове обґрунтування Балансу сформувалося на четвертому етапі його розвитку (XV – поч. XX ст.). У цей період розвиток Балансу науковці пов'язують з юридичними, економічними, процедурними та персональними аспектами розвитку обліку. Юридичний аспект розвитку обліку передбачав включення до активу Балансу заборгованості осіб, з якими укладено договори, а до пасиву Балансу – обсягу прав і зобов'язань, що виникають з цих угод. Економічний аспект розвитку обліку ґрунтувався на інвентарному тлумаченні Балансу.

Процедурний напрямок розвитку обліку знайшов своє відображення у працях німецького науковця І. Ф. Шера (1846–1924), який вперше визначив Баланс як рівність активів і пасивів, представлену у формі рахунків на останній день звітного періоду. Він також ввів терміни «активні» та «пасивні» рахунки, що започаткувало процес алгоритмізації обліку.

Прихильники персоналістичного підходу в розвитку облікових ідей прагнули вирішити практичні завдання обліку. Одним із представників цього напрямку був англійський вчений Л. Р. Діксі (1864–1932). У своїх працях він досліджував оцінку окремих об'єктів обліку та їх зміни під впливом інфляції; отримання підприємством потенційного прибутку або збитку внаслідок зміни цін на активи; необхідність проведення аудиторських процедур, які, на його думку, підтверджували б правильність і об'єктивність даних Балансу.

На четвертому етапі Баланс набув таких характеристик, як періодичність, достовірність і публічність. Складання Балансу ґрунтувалося на основних елементах бухгалтерського обліку: документуванні, інвентаризації, оцінці, рахунках і подвійній записі.

На п'ятому етапі (початок XX – 70-ті роки XX століття) Баланс використовувався як елемент бухгалтерського обліку для узагальнення облікової інформації та контролю за правильністю ведення обліку та як форма фінансової звітності, що відображає фінансовий стан підприємства. Уніфіковані форми Балансів і єдині методи ведення обліку дозволили скласти зведені Баланси для окремих галузей народного господарства. Проте, поряд із цими досягненнями, існували й недоліки: форми звітності були громіздкими та важкими для розуміння широкому колу осіб.

Шостий етап (з 70-х рр. XX ст. до 07.02.2013 р.) підкреслює, що Баланс став уніфікованою інформаційною базою про стан активів, зобов'язань і власного капіталу підприємства та вико-

ристовувався внутрішніми і зовнішніми користувачами для прийняття рішень. Основними вимогами складання Балансу стали достовірність, доречність, порівнянність, зрозумілість.

Сьомий етап (з 07.02.2013 р. – теперішній час) розвитку Балансу пов'язаний з реформаційними процесами в обліку. Мова йде про наказ МФУ від 02.07.2013 р. № 73, відповідно до якого Баланс – «Звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов'язання і власний капітал» [3].

Узагальнення історичних аспектів розвитку Балансу допомагає краще зрозуміти його сучасне значення та можливі напрямки подальшої еволюції.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кулик В. А. Бухгалтерський баланс: минуле, сучасне, майбутнє : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. 186 с.
2. Лега О. Баланс підприємства: історична ретроспектива методики складання. *Економічний аналіз*. 2010. № 6. С. 110–111.
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: наказ МФУ від 02.07.2013 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.
4. Писаренко Т. М., Кулинич М. Б. Зміна сутності, призначення та змісту бухгалтерського балансу в історичній ретроспективі. *Економічний форум*. 2021. № 4. С. 139–144.
5. Погорелова Т. П., Сьоміна О. Р. Бухгалтерський баланс: його сутність, історія виникнення та технологія складання. *Агросвіт*. 2017. № 1–2. С. 44–47.
6. Серединська В. М., Макачук Т. О. Баланс підприємства: історія виникнення та розвитку. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37378/1/38.pdf>.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

М. О. Дакало, студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА 6-11

*А. І. Мілька, канд. екон. наук, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Ефективне управління прибутком підприємств споживчої кооперації потребує удосконалення існуючих інструментів, підходів до обліку та управління, інформаційного забезпечення, які

б задовольняли потреби управління під час розробки та прийняття управлінських рішень.

Погоджуємося з думкою Мільки А. І., що «процес управління прибутком на сьогодні ускладнюється через: необхідність врахування інтересів всіх зацікавлених сторін в діяльності підприємств споживчої кооперації; конкуренцію, яка є невід'ємним елементом ринкової економіки та обумовлює необхідність постійного впровадження нововведень для підтримання та забезпечення конкурентоспроможності підприємства та розвитку бізнесу; значну кількість чинників і факторів прямої та опосередкованої дії, що постійно впливають на процес формування прибутку підприємств кооперації; фінансову та економічну кризу» [1].

Наразі, успішне функціонування моделі управління прибутком підприємств споживчої кооперації визначається якістю інформаційного забезпечення. Адже, використання внутрішніх та зовнішніх даних сприятиме створенню на підприємствах системи інформаційного забезпечення, яка сприятиме поточно-му та операційному управлінню формуванням і використанням прибутку.

Вважаємо, що інформаційну базу управління прибутком становлять внутрішні та зовнішні показники. Основними показниками інформаційного забезпечення управління прибутком внутрішніх та зовнішніх джерел інформації підприємства є:

- «планові та нормативні показники діяльності (у розрізі операційної, інвестиційної, фінансової діяльності);
- показники фінансової, статистичної та внутрішньовідомчої звітності підприємства;
- показники управлінського обліку (за видами продукції, за центрами відповідальності, за видами діяльності, за сегментами);
- нормативно-регулюючі показники (встановлені нормативи);
- показники, що характеризують загальноекономічний розвиток держави (показники галузевого та макроекономічного розвитку);
- показники, що характеризують кон'юнктуру ринку;
- показники, що характеризують діяльність контрагентів та конкурентів (постачальників, покупців, банків, тощо)» [2].

Особливого значення інформаційного забезпечення механізму управління прибутком підприємств споживчої кооперації становлять показники фінансового обліку, що мають наступні якісні характеристики:

- «уніфікованість (базуються на загальноприйнятих стандартизованих принципах обліку);
- надійність (форми звітності надаються як внутрішнім, так і зовнішнім користувачам, підлягають зовнішньому контролю);
- доступність (інформація є зрозумілою для сприйняття користувачами, які мають достатні знання та зацікавлені в її отриманні);
- регулярність формування (у чітко визначені терміни), порівнянність (є співставними по різних звітних періодах у зв'язку із послідовним застосуванням обраної облікової політики)» [3].

Отже, інформаційне забезпечення управління прибутком підприємств споживчої кооперації повинно забезпечувати необхідною інформацією власників, персонал управління, інтереси зовнішніх користувачів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мілька А. І. Модель управління прибутком підприємств і організацій споживчої кооперації України. *Економіка, фінанси, право*. 2013. № 6. С. 23–27.
2. Мілька А. І., Чижик Т. В. Інструментарій управління підприємствами у контексті підвищення ефективності їх діяльності. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 3 (20). С. 285–291.
3. Плаксієнко В. Я., Кулик В. А., Мілька А. І. Інформаційно-облікова модель управління прибутком підприємств : монографія. Житомир, 2020. С. 155–162.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ

А. С. Дашевський; М. П. Костогриз, студенти спеціальності Облік і оподаткування, група ОА м-11

А. І. Мілька, канд. екон. наук, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Ефективна організація аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю підтверджує результативність прийнятих на основі аналітичної інформації управлінських рішень. Недооцінка ролі

такого аналізу в сучасних умовах зумовлюється тим, що часто керівництво не приділяє значної уваги вивченню стану, структури та руху інвестиційної нерухомості.

Питаннями організації аналізу інвестицій у об'єкти нерухомого майна, а також оцінки ефективності їх утримання займалися зарубіжні та вітчизняні вчені, зокрема С. Блюмін, Ю. Брікхем, Л. Дж. Гитман, І. Д. Лазаришина, Є. В. Мних, В. О. Подольська, Л. В. Чижевська, А. В. Череп, А. Д. Шеремет та ін. Проте, віддаючи належне науковим розробкам провідних вчених, слід відзначити, що низка проблемних питань до сьогодні залишаються не достатньо вирішеними.

Організаційно-інформаційне забезпечення аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю формується за допомогою певних складових аналітичного процесу: «принципів, мети, завдань аналізу, предмета, об'єкта, суб'єкта, користувачів, інформаційної бази, етапів та плану аналізу інвестиційної нерухомості» [1].

Аналіз операцій з інвестиційною нерухомістю має за мету «пошук шляхів підвищення ефективності управління діяльністю підприємства в частині удосконалення аналізу інвестиційної нерухомості на основі своєчасного виявлення та запобігання негативним факторам у діяльності з інвестиційною нерухомістю та негативним чинникам, які впливають на показники руху інвестиційної нерухомості, а також порівняння показників ефективності використання інвестиційної нерухомості різних підприємств однієї чи кількох галузей регіону, та розробка заходів щодо реалізації таких резервів» [1].

У ході аналізу інвестиційної нерухомості вирішуються завдання:

- «визначається рівень інвестиційної нерухомості, при якому ефективність діяльності суб'єкта господарювання підвищується або як мінімум забезпечується беззбитковість діяльності;
- визначається обсяг інвестиційної нерухомості, при якому рівень ризику підприємства стати банкрутом становить критичне значення для існування як господарської одиниці;
- аналізується склад та структура інвестиційної нерухомості;
- аналізується динаміка та рух інвестиційної нерухомості;
- оцінюється вплив зміни інвестиційної нерухомості на зміну стану ліквідності Балансу (Звіту про фінансовий стан);

– оцінюється ефективність управління інвестиційною нерухомістю;

– виявляються причини і тенденції зміни інвестиційної нерухомості» [1].

Об'єктом аналізу інвестиційної нерухомості є діяльність підприємства в частині здачі в оренду землі та нерухомості.

Належна організація аналізу інвестиційної нерухомості визначає результативність аналізу. Тому предметом аналізу інвестиційної нерухомості є «результати діяльності підприємства в частині здачі в оренду інвестиційної нерухомості та взаємозв'язки операцій та процесів, що виникають у ході такої діяльності, які є визначальними для досягнення мети аналізу інвестиційної нерухомості» [1].

Суб'єктами аналізу інвестиційної нерухомості – економічні структурні підрозділи підприємства, які причетні до аналітичної роботи. При проведенні аналізу інвестиційної нерухомості слід визначити джерела інформації, які будуть використовувати суб'єкти аналізу.

Сформувавши повну інформаційну базу для аналізу інвестиційної нерухомості, суб'єкт аналізу повинен належним чином спланувати свою роботу. Вважаємо, що план аналізу інвестиційної нерухомості повинен включати: мету, об'єкт, етапи, терміни виконання, виконавців, завдання, інформаційну базу, узагальнюючі документи за результатами аналізу інвестиційної нерухомості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мойсеєнко І., Ревак І., Миськів Г., Чапляк Н. Інвестиційний аналіз : навч. посіб. Львів : ЛьвДУВС, 2019. 276 с.

INSURANCE FRAUD AND METHODS OF COMBATING IT

Anton Ivchenko, FC m-11

A. Sokolova, Associate Professor, Candidate of Economic Sciences – Academic Supervisor

Poltava University of Economics and Trade

The insurance sector plays a key role in the financial industry and has a significant impact on the country's economic development. However, the effective growth of the insurance industry is hampered by a number of factors, among which fraud is particularly prominent.

To ensure the efficient operation of insurance companies and their financial stability, it is necessary to implement an effective system for detecting and preventing insurance fraud. This is an extremely important task, as fraudulent actions can have serious negative consequences not only for the insurer itself, but also for its customers, partners and the entire insurance market [1].

According to L. Shirinyan's definition, «insurance fraud is a conspiracy or deliberately unlawful behavior of certain subjects of insurance relations, intentionally incorrect reflection (presentation) of data on the terms of the insurance contract, as a result of which such subjects are able to illegally change (use) the terms of the insurance contract in their favor or receive compensation without proper grounds arising from the law, to take possession of someone else's property or acquire rights to property by deception, breach of trust» [2].

Insurance fraud can be viewed as intentional actions of the parties to an insurance contract aimed at unlawfully obtaining personal benefits through deception or breach of trust [1].

The types of insurance fraud can be divided into several categories: by the level of participants: individual fraud, corporate fraud, internal fraud, etc.; by the stage of commission: at the stage of concluding a contract, at the stage of filing an insured event claim, at the stage of settling losses, etc.; by insurance sectors: auto insurance, health insurance, housing and property insurance, life and health, etc.

The main mechanisms and schemes of insurance fraud include fictitious insurance events, overstatement of losses, repeated receipt of compensation, forgery of documents, etc.

The main methods of combating insurance fraud are: the use of digital technologies (Big Data and AI to detect suspicious schemes; analysis of customer behavioral patterns; blockchain implementation to protect against fraud); creation of insurance claims databases (information exchange between insurance companies; blacklists of fraudsters); strengthening legal liability (introduction of criminal liability for insurance fraud; improvement of the regulatory framework; staff development; training of employees in detecting and investigating fraud).

Thus, one of the most effective ways to combat insurance fraud is to introduce digital technologies in the insurance sector, as they significantly reduce the time required to detect and investigate fraudulent schemes. The successful application of digital solutions plays a key role in the fight against criminals who are constantly improving their fraudulent methods.

In particular, artificial intelligence contributes to the effective prevention of insurance fraud by analyzing anomalies and behavioral patterns, monitoring insurance policies, detecting fraud, and assessing risks. The use of machine learning allows for continuous improvement of systems and a risk-based approach. This helps insurance companies minimize financial losses and increase the reliability of insurance programs.

In addition, biometric technologies provide a high level of security, allowing to confirm the identity of the client and prevent fraud at the identification stage. Online platforms and specialized portals help automate processes, allowing for a faster response to suspicious cases. The use of these technologies, combined with advanced data analysis algorithms, increases the efficiency and reliability of the insurance industry in the fight against fraud.

Thus, insurance fraud is a serious challenge for the insurance business, as it leads to financial losses, tariff increases and loss of customer confidence. The use of modern technologies, strengthening of control and cooperation between insurance companies help to effectively combat this problem.

List of used information sources

1. Bohrinovtseva, L., & Bondaruk, O., & Kliuchka, O. (2024). Methods of combating insurance fraud in modern development conditions. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. № 1(13). P. 107–117. URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/255/210> (in Ukrainian).
2. Shirinian, L. V. (2020). Competitiveness of the insurance market of Ukraine in conditions of intensification of globalization processes. Kuiv : Vydavnytstvo Lira. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/96299115-3a21-415c-809f-8c8f37895e22/content> (in Ukrainian).

ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Ю. О. Кусов, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР б 21

Ю. А. Глущенко, канд. екон. наук, доцент – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

Важливою складовою в структурі місцевих фінансів є доходи місцевих бюджетів, що дозволяють забезпечити виконання місцевими органами влади та органами місцевого самоврядування як власних, так і, делегованих державою повноважень.

Питання розподілу доходів між різними видами бюджетів завжди було важливим об'єктом дослідження науковців з огляду на забезпечення питання справедливості. Однак в умовах військового стану в Україні це питання набуває нових вимірів, адже виникає необхідність мобілізації додаткових ресурсів для фінансування зростаючих соціальних витрат. Зокрема, це стосується підтримки осіб з інвалідністю, відновлення зруйнованого житла, а також надання допомоги внутрішньо переміщеним особам, які постраждали внаслідок російського вторгнення [3, с. 54], (рис. 1).

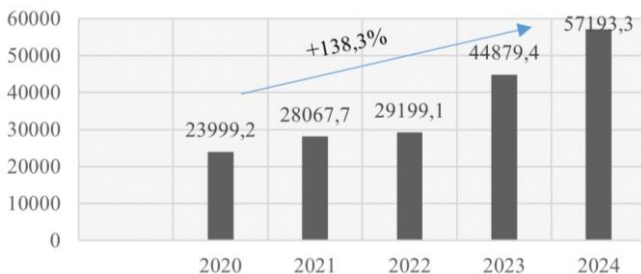


Рисунок 1 – Аналіз динаміки видатків місцевих бюджетів України на соціальний захист та соціальне забезпечення у 2020–2024 рр., млн грн (побудовано автором за даними [4])

Динаміка приросту видатків на соціальний захист та соціальне забезпечення за останні 5 років на 138,3 % наочно підтверджує потребу дослідження стану формування дохідної бази місцевих бюджетів, що є основою місцевого розвитку та безпосередньо впливає на забезпечення якості життя громадян.

Сутність доходів місцевих бюджетів визначається ст. 2 Бюджетного кодексу України, відповідно до якої це податкові, неподаткові та інші надходження [1]. Детальний їх перелік та нормативи визначаються статтями 64, 66, 67, 68, 69, 71 цього ж Кодексу. Дані свідчать, що значну частку у структурі доходів складають податкові надходження, зокрема податок на доходи фізичних осіб та місцеві податки і збори (рис. 2).

Податок на доходи фізичних осіб є важливою формою фіскального оподаткування доходів громадян. Розмежування податку, що є основним джерелом доходів місцевих органів влади, між видами бюджетів постійно змінюється, що відповідно

створює певні загрози для виконання бюджетів. Так, наприклад протягом 2010–2014 років податок у повному обсязі (крім м. Києва) залишався в місцевих бюджетах. Нині 25 % податку є джерелом державного бюджету, зокрема ПДФО з військово-службовців, що звісно вплинуло на скорочення надходжень податку у 2024 році та викликало невдоволення органів місцевого самоврядування [2]. Розрахунки експертів свідчать, що спрямування податку за місцем проживання сприятиме підвищенню надходження у 90 % загального обсягу громад та сприятиме зменшенню кількості дотаційних бюджетів до 55 % [5].

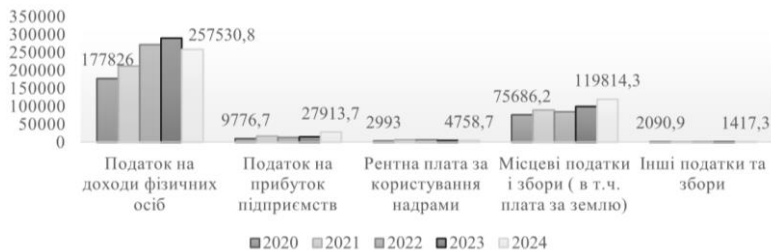


Рисунок 2 – Динаміка структури окремих податкових надходжень місцевих бюджетів України за 2020–2024 рр., млн грн (побудовано автором за даними [4])

Державні дотації забезпечують нестачу коштів для забезпечення бюджетних потреб відповідно до методики горизонтального вирівнювання (ст. 97 БКУ). Значну частина делегованих державою повноважень фінансується місцевою владою за рахунок субвенцій переданих з Державного бюджету. В зв’язку з цим проаналізуємо їх стан виконання (рис. 3).

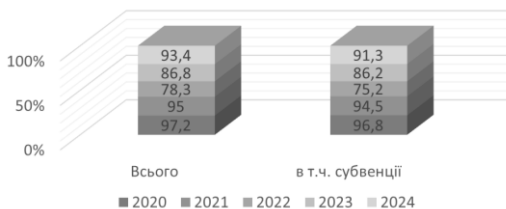


Рисунок 3 – Динаміка рівня виконання уточнених річних планових показників обсягів трансфертів до місцевих бюджетів від органів державного управління за 2020–2024 рр., %

Динаміка виконання уточнених планових показників трансфертних надходжень до місцевих бюджетів у 2020–2024 роках демонструє загальну тенденцію недофінансування, зокрема за рахунок субвенцій. Безумовно, однією з основних причин такого стану є вплив російського військового конфлікту, що негативно вплинув на всі сфери діяльності держави та життя громадян. Поряд з тим, розгалуженість структури субвенцій (понад 40 видів), щорічні зміни методики їх розрахунків ускладнює процес контролю та моніторингу як фахівцями, так і громадянами.

Незабезпечення державними органами влади повноцінного фінансування делегованих функцій створює складнощі в підтримці об'єктів критичної інфраструктури.

Підсумовуючи дослідження варто відмітити, що фінансова децентралізація в Україні для місцевих органів влади має як позитивні тенденції, так і створює окремі складнощі у бюджетному процесі. Проблеми збільшення обсягу бюджетних витрат, викликаних зовнішніми політичними факторами, існування фінансових ризиків та бюджетних касових розривів потребують удосконалення механізму міжбюджетних відносин, через закріплення доходів, оптимізації субвенцій з метою справедливого розподілу ресурсів, та забезпечення контролю за їх використанням.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бюджетний кодекс України: Кодекс № 2456 від 05.03.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text> (дата звернення: 17.03.2025).
2. Бюджетний процес-2025: повернути в місцеві бюджети «силовий» ПДФО та зберегти 64 % ПДФО. URL: <https://newch.tv/biudzhethnyy-protses-2025-povernuty-v-mistsevi-biudzhety-sylovyy-pdfo-ta-zberehty-64-pdfo-96803/>.
3. Глушенко Ю. А., Яріш О. В., Кононенко Ж. А., Лизун Р. Б. Проблеми управління публічними фінансами в умовах військового стану в Україні. Науковий вісник Полтавського університету *економіки і торгівлі*. 2024. Вип. 3(113). С. 53–59.
4. Дані державного веб-порталу бюджету для громадян. URL: <https://openbudget.gov.ua>. (дата звернення: 19.03.2025).
5. Проблемні питання виконання/планування місцевих бюджетів у 2024–2025 роках. URL: <https://hromady.org/problemni-pitannya-vikonannya-planuvannya-miscevix-byudzhetiv/>.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

А. Д. Лісняк, студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-31

*В. Я. Плаксієнко, д-р екон. наук, професор, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Сьогодні важко знайти людину, для якої заробітна плата не асоціюється з грошовим еквівалентом. Наймані працівники, вкладаючи свою енергію, працю, вміння та знання, мають право на винагороду, яка їй отримала назву «заробітна плата».

Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу [4].

За структурою заробітна плата складається з трьох основних компонентів:

- основна заробітна плата;
- додаткова заробітна плата;
- інші заохочувальні та компенсаційні виплати [3].

Основна заробітна плата – це винагорода за виконану роботу в межах установлених норм праці, таких як норми часу, обслуговування, виробітку, нормовані завдання та посадові обов'язки. Вона визначається відповідно до окладів, тарифних ставок і відрядних розцінок, що закріплені у штатному розписі.

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад встановлені норми, за трудові досягнення, винахідливість та особливі умови роботи. До її складу входять доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством, а також премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій.

Інші заохочувальні та компенсаційні виплати – це виплати у вигляді винагороди за підсумками року, премії за спеціальними системами та положеннями, а також компенсаційні й інші виплати, які не передбачені законодавчими актами або здійснюються понад установлені норми [5].

Для багатьох не секрет, що з заробітної плати кожен працівник відраховує відповідні податкові зобов'язання на користь держави та, перш за все, для забезпечення власних майбутніх фінансових потреб. Це включає:

- податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) за ставкою 18 %;
- військовий збір (ВЗ) за ставкою 5 % [1, 2].

На зарплату співробітника нараховується ЄСВ – 22 % від зарплати. На відміну від звичних працівників, за працівників з інвалідністю підприємець, який його сплачує, користується пільговою ставкою у розмірі – 8,41 %.

Питання «справедливої» заробітної плати постає чи не на кожному підприємстві, оскільки воно є важливим чинником, що впливає на мотивацію працівників і загальний рівень ефективності компанії. В Україні сучасні реалії показують, що справедлива заробітна плата повинна бути не лише достатньою для задоволення потреб працівників, але й відповідати рівню їхнього вкладу в розвиток компанії та економіки загалом. При цьому справедливість заробітної плати часто пов'язана не тільки з розміром винагороди, а й з умовами праці, соціальними гарантіями та нарахуванням відповідних податків і зборів.

Сучасні тенденції оподаткування говорять про те, що в Україні спостерігається тенденція посилення контролю за виконанням податкових зобов'язань та збільшення ефективності системи оподаткування заробітної плати. З одного боку, державні органи зосереджують власну увагу на боротьбі з ухиленням від сплати податків та детінізацією заробітної плати, з іншого – на підвищенні соціальних виплат і створенні більш сприятливих умов для малого та середнього бізнесу.

Саме з вказаних позицій, актуальність об'єктивної інформації, її точність та своєчасність підвищує контрольну функцію бухгалтерського обліку щодо нарахування оплати праці та обчислення утримань з неї, зокрема податків та зборів.

Однією з ключових тенденцій є постійне оновлення механізмів моніторингу виплат, зокрема через електронні системи, що дозволяють автоматично відслідковувати податкові зобов'язання роботодавців і працівників. Саме таке нововведення забезпечить більшу прозорість і зменшить можливості для «тіньових» схем виплати заробітної плати.

Крім того, спрощення процедур нарахування для підприємців, зокрема через удосконалення спрощеної системи оподаткування, має на меті зменшити адміністративні бар'єри та підтримати розвиток малого бізнесу. На мій розсуд ці заходи мають сприяти покращенню бізнес-клімату, стимулюючи легалізацію доходів та створення нових робочих місць.

З огляду на ці тенденції, важливим аспектом є також збільшення відповідальності роботодавців за правильність нарахування та виплати заробітної плати, а також за своєчасне виконання податкових зобов'язань. У цьому контексті розвиток електронних систем обліку та автоматизація процесів стають важливими інструментами для зменшення ризиків і помилок при розрахунку заробітної плати.

У цьому напрямку вже багато зроблено ще на стадії масового впровадження автоматизованих систем обліку, таких як: «BAS Бухгалтерія», «Універсал» та інших. Зокрема згідно меню «BAS Бухгалтерії» «Зарплата і кадри» можна вести кадровий облік, нараховувати заробітну плату, оформлювати її виплату та відображати інформацію з ПДФО і ЄСВ. Паралельно зі створенням електронного документу «Відомість на виплату зарплати через банк» формується платіж по внесках з фонду оплати праці шляхом вибору в меню «Документи за податками» та переходу в обробку інформації «Формування платіжних документів за податками». Таким чином забезпечується комплексність, взаємопов'язаність і взаємоконтроль відповідних показників, які формує облікова система.

Бухгалтерські програми, які не забезпечують такого взаємоз'язку, чи практика ведення не механізованих форм обліку (навіть при подачі податкової звітності в електронній формі) не забезпечують такого контролю. Саме на таких підприємствах фіскальні органи повинні більш ретельно перевіряти стан обліку в оподаткуванні та надавати всебічну допомогу у впровадженні сучасних автоматизованих облікових систем (АОС).

Список використаних інформаційних джерел

1. Державна податкова служба України. Військовий збір. URL: <https://surl.li/uluvnl> (дата звернення: 27.03.2025).
2. Державна податкова служба України. Податок на доходи фізичних осіб. URL: <https://surl.li/zonvwh> (дата звернення: 27.03.2025).
3. Заробітна плата: характеристика, структура та функції оплати праці. URL: <https://surl.li/gdyvsw> (дата звернення: 29.03.2025).
4. Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 р. № 108/95 ВР. Дата оновлення: 24.08.2024. URL: <https://surl.li/boeumv> (дата звернення: 27.03.2025).
5. Структура заробітної плати. URL: <https://surl.li/gponddd> (дата звернення: 30.03.2025).

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Н. О. Ляшкова, студентка спеціальності Фінанси та кредит, група ФКм (заочна)-11

А. М. Соколова, канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Фінансова безпека підприємства – це стан його фінансових ресурсів, що забезпечує та гарантує захист від негативних впливів, як всередині компанії, так і ззовні. Вона формує необхідні фінансові умови для стабільної роботи підприємства, його розвитку та зростання. Головною метою фінансової роботи підприємства є підтримка фінансової безпеки, яка полягає у підвищенні ефективності та стабільної діяльності компанії, а також запобігає потенційним загрозам, шляхом їх своєчасного виявлення.

Варто зазначити, що рівень фінансової безпеки не є сталим, адже він змінюється під впливом різних внутрішніх та зовнішніх чинників. Динаміка цих змін вимагає постійного аналізу та адаптації фінансових стратегій для забезпечення надійного функціонування підприємства (рис. 1).



Рисунок 1 – Умови забезпечення фінансової безпеки підприємства, сформовано автором за [1; 2]

Після досліджень підходів до сутності фінансової безпеки підприємства, узагальнивши їх, можна дати таке визначення

дефініції «фінансова безпека підприємства» – як «основна складова економічної безпеки підприємства, характеризується таким фінансовим станом, при якому забезпечується фінансова стійкість, ліквідність і платоспроможність підприємства за для реалізації його фінансових інтересів, місії і завдань шляхом ефективного використання ресурсів підприємства» [3].

Економічно-політичні виклики в країні, що виникли сьогодні, стали причиною фінансової незахищеності суб'єктів фінансових відносин країни. Зокрема, початок повномасштабної війни та запровадження воєнного стану спровокували появу реальних ризиків і загроз у веденні підприємницької діяльності.

Аналізуючи фінансову безпеку підприємства, вчені акцентують увагу на фінансових інтересах і фінансових потоках, що на відміну від економічної безпеки, яка стосується всієї господарської діяльності, зосереджуються на вивченні фінансів підприємства [4].

Отже, на сьогодні питання фінансової безпеки підприємства набуває особливої тактичної та стратегічної значущості. Адже від того, наскільки ефективно, раціонально та, що найголовніше, прибутково функціонуватиме суб'єкт господарювання, залежить добробут усієї країни.

Список використаних інформаційних джерел

1. Варналій З. С., Чеберяко О. В., Микитюк О. П., Бондаренко С. М. Актуалітети фінансової безпеки суб'єктів підприємництва України в умовах війни та повоєнний час. *Academy review*. 2024. № 1. С. 123–140. DOI: 10.32342/2074-5354-2024-1-60-9.
2. Вівчар О. Практичний базис системи фінансової безпеки підприємницьких структур: нові виклики та можливості. *MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS*. 2023. № 1. С. 8–13. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-1>
3. Пилявський О. О., Лепьохін О. В. Забезпечення платоспроможності як складова фінансової безпеки підприємства Інтеграція освіти, науки і бізнесу: монографія / за ред. А. В. Череп. Запоріжжя: Запорізький національний університет. 2024. Т. 13 С. 94–100. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/12345/25063/0060868.pdf?sequence=1#page=94>.
4. Коваль Н. І., Корніюк К. В. Забезпечення фінансової безпеки підприємства в умовах війни: проблеми та особливості. *Науково-практичний журнал «Агросвіт»*. 2024. № 4. С. 152–158. DOI: 10.32702/2306-6792.2024.4.152.

ОБЛІК ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ

Д. А. Матюха, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-21;

М. А. Шишкіна, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-21

О. В. Артюх-Пасюта, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник Полтавський університет економіки і торгівлі

Фінансові інвестиції сприяють зростанню інвестиційної привабливості та збільшенню притоку грошових коштів. Це підкреслює необхідність коректного відображення фінансових інвестицій у бухгалтерському обліку.

Під час дослідження авторами було визначено ряд невирішених та дискусійних питань, що стосуються обліку фінансових інвестицій. На нашу думку, найважливішими з них залишаються такі.

1. Недосконалість визначення сутності «фінансових інвестицій». Встановлено, що в процесі розвитку теорії фінансових інвестицій у нормативних документах та науковій літературі виникло кілька підходів до їх визначення, кожен з яких акцентує увагу на різних аспектах економічної природи фінансових інвестицій. Більшість нормативних актів та вітчизняних науковців характеризують фінансові інвестиції як: витрати; інвестиції в один актив або групу активів; джерело додаткового доходу; збільшення капіталу або інших вигод для інвестора.

2. Відсутність системної класифікації фінансових інвестицій. Так, у чинних нормативних документах, навчальній і науковій літературі складно знайти єдину системну класифікацію фінансових інвестицій. На жаль, ні НП(С)БО 12 «Фінансові інвестиції» [2], ні Інструкція про застосування Плану рахунків [3] не містять жодного конкретного групування фінансових інвестицій. І лише зі змісту наведених офіційних визначень та у контексті характеристики рахунку 14 «Довгострокові фінансові інвестиції», 35 «Поточні фінансові інвестиції» можна виокремити об'єкти, у які можуть здійснюватися фінансові інвестиції. Якщо підприємство виявило помилку в класифікації фінансових інвестицій, її необхідно виправити, враховуючи відповідні зміни в оцінці цих інвестицій на останню звітну дату.

3. Недостатня розробленість методів оцінки фінансових інвестицій. На сьогодні законодавчо не врегульованим залишається порядок оцінки фінансових інвестицій [2–3], який залежно від їх видів може бути різним. Первісна оцінка фінансових інвестицій не враховує витрати, пов'язані з їх придбанням. Зокрема, ігноруються витрати на сплату державного мита за укладення угод та комісійні винагороди фінансовим посередникам. Крім того, фінансові інвестиції в асоційовані та дочірні підприємства, а також у спільну діяльність, не підлягають оцінці на звітну дату за методом участі у капіталі. Для забезпечення правильної оцінки фінансових інвестицій за методом участі у капіталі необхідно мати достовірну інформацію про результати діяльності інвестованого об'єкта та його фінансовий стан. У разі виявлення помилки така оцінка коригується шляхом внесення змін до сальдо нерозподіленого прибутку на початок звітного періоду відповідно суми змін.

4. Поверхневість дослідження оцінки прибутку (збитку) від операцій із дочірніми, асоційованими та спільними підприємствами. Згідно з існуючою практикою, дохід (збиток) від реалізації чи придбання активів інвесторами визнається у повному обсязі та одразу після укладення угоди з дочірніми, асоційованим та спільним підприємствами без урахування даних відносно подальшого руху відповідних активів.

5. Недостатня обґрунтованість методичних підходів щодо коригування балансової вартості інвестицій. Зазначаємо, що балансова вартість інвестицій може збільшуватися (зменшуватися) в залежності від частки інвестора у сумі інших змін власного капіталу об'єкта інвестування. Зазначені зміни відображаються у відповідних статтях власного капіталу інвестора. Крім того, у МСБО 28 «Інвестиції в асоційовані та спільні підприємства» [1] зазначено, що можливі зміни величини іншого додаткового капіталу можуть бути пов'язані з переоцінкою основних засобів та фінансових інвестицій, від різниці у валютних курсах.

6. Зміни в капіталі інвестованого підприємства. Ці зміни мають бути відображені у відповідних статтях власного капіталу інвестора. Відповідно до НП(С)БО 12 «Фінансові інвестиції» [2], у випадку, коли сума зменшення такої частки перевищує розмір відповідної статті власного капіталу інвестора, різниця списується шляхом зменшення нерозподіленого прибутку або, у

разі його відсутності, шляхом збільшення непокритих збитків. Це підкреслює важливість точного відображення в обліку змін у власному капіталі підприємства;

7. Придбання активів інвестором у дочірнього підприємства. У разі придбання інвестором активів у дочірнього підприємства прибуток (збиток), який припадає на частку інвестора, не визнається відразу. Така сума відображається лише в момент подальшого продажу цих активів третім сторонам або поступово, залежно від періодів амортизації нематеріальних активів, що були придбані.

8. Необхідність підвищення вимог стосовно ведення первинного, синтетичного та аналітичного обліку фінансових інвестицій підприємств. Чинний порядок обліку фінансових інвестицій, що регулюється НП(С)БО 12 «Фінансові інвестиції» [2], потребує уточнення, оскільки не враховує міжнародно визнану різницю між борговими та корпоративними інвестиціями.

На наш погляд, напрямками удосконалення обліку фінансових інвестицій є: оптимізація методики обліку фінансових вкладень у спільні підприємства та пов'язані сторони через застосування методу участі в капіталі; удосконалення класифікації фінансових інвестицій, яка буде надавати інформацію управлінському персоналу підприємства про фінансові інвестиції для прийняття ефективного рішення в напрямку раціональності та ризиковості інвестування вільних коштів у фінансові активи, а також працівникам бухгалтерського обліку при оцінці фінансових інвестицій, визначенні субрахунків, складанні облікових регістрів, формуванні показників звітності; детальне відображення інвестиційних процесів у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності; забезпечення достовірності інформації про доходи та витрати, пов'язані з інвестиційною діяльністю; використання сучасних програмних засобів для ведення первинного, синтетичного та аналітичного обліку та процесів оцінки фінансових інвестицій.

Втілення перелічених заходів допоможе упорядкувати методику обліку та оцінки фінансових інвестицій, сприяючи їх систематизації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 28 «Інвестиції в асоційовані та спільні підприємства». URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IAS-28_ukr_2016.pdf.

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 12 «Фінансові інвестиції»: наказ Міністерства фінансів України від 26.04.2000 р. № 91. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-00#Text>.
3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291 (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11#Text>.

БОРГОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ЇЇ СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ

Д. О. Мигур; В. В. Сулим, студентки спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР 6-11

*С. П. Прасолова, канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

В умовах відкритої агресії проти України проблематика національної безпеки та оборони є ключовою нині та залишатиметься такою у стратегічній перспективі. Для розуміння ж рівня фінансової безпеки держави та ухвалення ефективних економічних і соціальних рішень критично важливим є дослідження державного боргу та індикаторів боргової безпеки як важливих інструментів формування боргової політики країни з урахуванням її впливу на фінансову стабільність. Разом з тим, навіть за таких умов держава не має залишати поза увагою питання соціального розвитку, які є взаємопов'язані із зростанням соціальної напруги, поглиблюючи негативні міграційні процеси.

Проблеми формування боргової політики в Україні, питання щодо ефективності управління державним боргом у контексті збереження боргової безпеки розглядалися в працях А. Бабенко, Вахненко, В. Дудченко, О. Мелих, В. Федосової та багатьох інших. Результати їх досліджень показують, що борговій політиці України останнього десятиліття були притаманні суттєві дисбаланси, які так і не вдалося багато в чому вирішити. Адже в процесі реалізації боргової політики має бути не тільки забезпечена платоспроможність держави, але й досягнута збалансованість її фінансової системи та макроекономічна стабільність. При цьому державний борг виступає ефективним інструментом

для держави за умови спрямування державних запозичень в реальні сектори економіки, що дозволяє підвищувати виробництво, стимулювати попит і, в результаті, – забезпечувати зростання реальних обсягів валового внутрішнього продукту.

На жаль, в умовах війни держава вимушена існувати в умовах хронічного бюджетного дефіциту через суттєве зростання військових витрат, витрат на відновлення пошкодженої інфраструктури, зниження економічної активності українських підприємств за відповідного падіння доходів державного бюджету, зменшення іноземних інвестицій тощо. За таких умов значно зростає необхідність запозичення фінансових ресурсів на ринках, що обумовлює зростання обсягів державного боргу за відповідного погіршення показників боргової безпеки. Зокрема, як свідчать дані табл. 1 основні індикатори боргової безпеки України у 2022 та 2023 роках різко зросли, перевищивши поріг 60 % та стали критичними.

Таблиця 1 – Динаміка основних індикаторів боргової безпеки України у 2019–2023 рр.¹

Індикатори боргової безпеки	Розрахункове значення				
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023р.
1. Відношення обсягу державного та гарантованого державою боргу до ВВП, %	44,3	53,9	43,3	71,6	79,4
2. Відношення обсягу валового зовнішнього боргу до ВВП ² , %	79,2	80,8	64,9	81,5	90,4

Тим самим, початок відкритої агресії проти України у лютому 2022 року поглибив прояви макрофінансових дисбалансів, максимально посиливши залежність нашої держави від надходжень з боку іноземних партнерів. За таких умов зростання обсягів видатків Пенсійного фонду України суттєво стримувалося, зростання розміру мінімальних пенсій відкладалося, а зростання середньої пенсії у 2024 році до 5 789,05 грн було не більше ніж 129 євро, ставши найнижчим серед країн Європи [2]. Це фактично дискредитує солідарний рівень пенсійної системи України, яка в умовах демографічної кризи фактично не спроможна забезпечити гідні пенсійні виплати.

¹ Розраховано авторами на основі даних [1, 3].

² Валовий зовнішній борг і ВВП у розрахунку взяті у млн дол. США.

На нашу думку, підвищення рівня боргової безпеки України є критично важливим для успішного відновлення економіки України після завершення воєнних дій. Залучення ж міжнародних партнерів до процесу списання боргів і їх реструктуризації може створити сприятливі умови для стабілізації фінансової системи, що, в свою чергу, сприятиме відновленню інвестиційної привабливості країни та забезпеченню її соціально-економічного розвитку в умовах повоєнного відновлення. З точки зору стратегічної перспективи Україна мусить кардинально переглянути власну боргову політику, акцентувавши увагу не тільки на необхідності поточного фінансування витрат на оборону, але й соціальної політики, перш за все, у частині реформування пенсійної системи нашої держави. Тільки комплексний підхід до вирішення існуючих проблем дасть можливість у період повоєнного відновлення України спрямовувати борговий капітал у важливі інфраструктурні проекти за відповідного зростання рівня життя українців.

Список використаних інформаційних джерел

1. Боргова статистика. Київ : Офіційна сторінка Міністерства фінансів України. 2025. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk/borgovi-pokazniki-st>.
2. Дані про середній розмір пенсії. Київ : Офіційна сторінка Пенсійного фонду України. 2025. URL: <https://www.pfu.gov.ua/2119090-dani-pro-serednij-rozmir-pensiyi>.
3. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : затв. наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України 29.10.2013 № 1277. Київ : Офіційне представництво Верховної Ради України, 2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#Text>.

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

А. І. Мізгір'ова, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-11

*М. О. Любимов, канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Актуальність дослідження історії бухгалтерського обліку полягає в тому, що його трансформація була зумовлена не лише економічними, а й політичними, соціальними та технологічними

факторами. Вивчення цих процесів дозволяє зрозуміти, як формувалися сучасні принципи обліку, чому вони працюють саме так, і які тенденції можуть визначати його майбутній розвиток. Розгляд та обговорення цієї теми є надзвичайно важливою для професійної та академічної спільноти.

Розвиток бухгалтерського обліку в Україні відображає складний історичний шлях, що поєднує вплив європейських традицій, періоди централізованого планування та сучасні прагнення до інтеграції з міжнародними стандартами.

На основі проведеного дослідження ми виділили 5 основних етапів розвитку бухгалтерського обліку в Україні [1–4].

1. Дорадянський період (до 1917 р.). Облік базувався на європейських традиціях (під впливом Російської імперії та Австро-Угорщини). Використовувалася система подвійного запису. Поширювалися бухгалтерські школи та перші професійні об'єднання бухгалтерів.

2. Радянський період (1917–1991 рр.). Запровадження жорсткої централізованої системи бухгалтерського обліку. Облік підпорядковувався державному плануванню та контролю. Використовувалася уніфікована система рахунків. Головна увага – на облік матеріальних ресурсів та планових показників.

3. Перехідний період (1991–1999 рр.) Впровадження ринкових механізмів після здобуття незалежності України. Перегляд радянської системи обліку, поступове наближення до міжнародних стандартів. Прийняття Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» (1999 р.).

4. Запровадження національних стандартів (2000–2010 рр.) Впровадження ринкових механізмів після здобуття незалежності України. Перегляд радянської системи обліку, поступове наближення до міжнародних стандартів. Прийняття Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» (1999 р.).

5. Перехід на МСФЗ (2011 – до сьогодні). Обов'язкове застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) для великих компаній, банків, страхових організацій. Активне впровадження цифрових технологій у бухгалтерський облік, автоматизація процесів. Діджиталізація звітності (XBRL, електронні документи).

Сьогодні Україна продовжує вдосконалювати систему бухгалтерського обліку, наближаючи її до найкращих світових практик. У майбутньому ключовими напрямками розвитку будуть подальша діджиталізація, впровадження штучного інтелек-

ту в бухгалтерські процеси та повна відмова від паперової документації. Такі кроки дозволять ще більше підвищити ефективність обліку та відповідність міжнародним стандартам, що сприятиме інтеграції України у світову економічну спільноту.

З огляду на історичні, економічні та соціальні особливості України, подальші реформи мають передбачати чітке визначення методологічних засад бухгалтерського обліку, враховуючи міжнародні вимоги та особливості національної економіки. Важливим кроком стане удосконалення нормативного регулювання, забезпечення чіткого дотримання вимог бухгалтерського законодавства та підвищення ролі професійних організацій у регулюванні обліку. Інституційна реформа має на меті створення ефективної системи державного регулювання, де баланс між державним контролем та професійним саморегулюванням сприятиме подальшому розвитку бухгалтерського обліку в Україні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Алексеева А. Історичні етапи становлення і розвитку сегментарного обліку та звітності в Україні / А. Алексеева, Т. Ігнатенко // Вісник Київського Національного торговельно-економічного університету. – 2010. – № 5. – С. 40–45.
2. Бугинець Ф. Ф. Історія бухгалтерського обліку : в 2 ч. : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. за спец. «Облік і аудит» / Ф. Ф. Бугинець ; ред. Л. Л. Горецька. – Житомир : Рута, 2001. – Ч. 1. – 2001. – 511 с. ; Ч. 2. – 2001. – 511 с.
3. Голов С. Ретроспективний погляд на реформування бухгалтерського обліку в Україні. Антиміфологія / С. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – № 11. – С. 5–10.
4. Кірейцев Г. Г. Розвиток бухгалтерського обліку: теорія, професія, міжпредметні зв'язки : монографія. Житомир : ЖДТУ 236, 6, 2007.

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ФОП В УМОВАХ ВІЙНИ

Д. К. Москаленко, студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА 6-31

*Н. В. Прохар, канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Військові дії та введення воєнного стану на території України забезпечили руйнування економічних зв'язків між суб'єктами господарювання, занепад економіки України, а отже –

уповільнили надходження на всіх рівнях до бюджету України та фінансування державних потреб. Пожвавлення економіки нашої держави в майбутньому залежить від продуманої та економічно обгрунтованої політики підтримки малого й середнього бізнесу, значну частину якого становлять ФОП. Тому виокремлення основних особливостей оподаткування ФОП в умовах війни є актуальним.

Основи оподаткування суб'єктів господарювання висвітлені у працях науковців, серед яких О. О. Бетлій, М. П. Войнаренко, О. І. Гринюк, О. А. Дем'янишина, Л. І. Ірха, Г. Ю. Коблянська, Ю. М. Лисенко, Т. М. Мельник, Ю. Федосюк, Н. В. Федькевич, Р. Л. Цебеня та інші.

Особливості оподаткування ФОП в умовах війни в Україні доцільно, на нашу думку, розглядати за наступними напрямками:

- правила оподаткування ФОП: порядок сплати єдиного податку, єдиного соціального внеску, податку на доходи фізичних осіб;
- порядок заповнення та подання звітності ФОП в період воєнного стану;
- введення спеціального мораторію на здійснення різного роду податкових перевірок ФОП;
- визначення основних факторів, що здійснюють негативний вплив на підтримку та подальший розвиток національного бізнесу в умовах війни в державі;
- узагальнення висновків щодо необхідності підтримки малого бізнесу в умовах війни в країні.

Проведене дослідження свідчить, що ФОП, які є платниками єдиного податку першої та другої груп, мають право не сплачувати єдиний податок та ЄСВ за себе у встановлені законодавством терміни. При цьому несплата цих податків є їхнім правом, але не обов'язком, тому остаточне рішення відносно звільнення від сплати податків ФОП приймає самостійно. До того ж, обов'язок щодо сплати єдиного податку або ЄСВ за місяці, в яких вони не сплачувалися, після припинення воєнного стану в Україні є відсутнім. Податок на доходи фізичних осіб не сплачується, якщо ФОП не має доходів.

Що ж стосується подачі звітності ФОП як платника єдиного податку або податку на доходи фізичних осіб, законодавством визначено наступні особливості, а саме:

1) на даний час, всі ФОП мають можливість продовжувати власну діяльність й надалі, або ж обрати для себе третю групу як платника єдиного податку на основі загальних правил;

2) для сплати й декларування ЄСВ для ФОП, які є платниками третьої групи єдиного податку на весь період воєнного стану в Україні, встановлені такі ж самі правила, як і для ФОП, які є платниками другої групи;

3) на весь період воєнного стану в країні, Податковим кодексом України [1] визначено можливість обрання/переходу на спрощену систему оподаткування, тобто третю групу платників єдиного податку з особливостями оподаткування, що встановлені законодавством [1].

З початку березня 2022 р. урядом країни було запроваджено спеціальний мораторій, що стосувався проведення різного роду податкових перевірок. Проте, починаючи з травня 2022 р., перевірки частково відновилися. Також, з березня 2022 р. призупинено визначені строки щодо сплати різних видів податків. Але, вже із травня 2022 р. цей процес відновлено, що значно ускладнило ведення малого бізнесу.

Отже, з 01.04.2022 р. й до повного припинення/скасування воєнного стану на всій території України для усіх ФОП набрали чинності та почали діяти особливі правила щодо ведення бізнесу. Фінансування державного та місцевих бюджетів в країні скоротилося, оскільки бізнес зазнав руйнувань, пошкоджень, втрати майна.

Зважаючи на важливість захисту України, найбільша частка фінансування тепер припадає на підтримку та забезпечення обороноздатності країни. Також збільшилися державні видатки для внутрішньоопереселених осіб, тимчасово безробітних громадян, громадян, які втратили житло тощо. Зваживши всі «за» та «проти» щодо такої ситуації, уряд держави, вже починаючи з літа 2022 р. розпочав поступове повернення деяких податків, щоб підтримати національний бізнес країни, та її фінансово-економічну спроможність.

Таким чином, державна політика щодо тимчасової зміни системи оподаткування ФОП була лояльною на початку війни в країні, що сприяло підтримці як ФОП, так і бізнесу в цілому. Проте, зараз поступки держави скорочуються. Тому, відновлення довоєнної системи оподаткування бізнесу, в т. ч. й ФОП, є виваженим та важливим кроком в забезпеченні підтримки фінансово-економічної стабільності країни.

Список використаних інформаційних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (із змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00>.

ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ДОВКІЛЛЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ (на прикладі м. Миколаївка, Донецька обл.)

К. Р. Нінічук, студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-11;

Д. Ю. Гусаренко, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-11

*А. І. Мілька, канд. екон. наук, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Військові дії на території України спричинили серйозні екологічні проблеми.

Серед основних екологічних загроз варто виділити:

- забруднення водних ресурсів;
- знищення лісів і зелених зон;
- вплив на ґрунти;
- забруднення повітря.

Забруднення водних ресурсів є одним із найнебезпечніших для населення. У наслідок руйнування інфраструктури, прориву дамб та бойових дій у водні ресурси потрапляють хімікати, паливно-мастильні матеріали та залишки вибухових речовин, що призводить до їх забруднення та непридатності використання населенням. Окрім того, через прориви дамб з'являється загроза затоплення інфраструктури, котра знаходиться поруч з ними, та ризик підвищення смертності серед населення через затоплення водними ресурсами.

Досліджуючи забруднення водних ресурсів на прикладі м. Миколаївки, Донецької обл. (далі м. Миколаївка) з'ясовано, що у зв'язку з бойовими діями, постачальники знезаражуючих речовин відмовилися виконувати договірні зобов'язання з постачання об'єктів підприємств рідким хлором та хлоровмісними реагентами. Споживачам перед вживанням рекомендовано кип'ятити воду протягом 15 хвилин.

Помітно позитивну прогресію забруднення повітря м. Миколаївка через:

- постійні вибухи, що підіймають у повітря пил, порох;
- пожежі після вибухів;
- витоки різних газоподібних речовин у повітря.

Розглядаючи вплив на ґрунти м. Миколаївки, військові дії призвели до:

- ерозії ґрунтів – через постійний рух військової техніки, що спричиняє порушення природу ґрунту і викликає його ерозію;
- хімічного забруднення – хімічними речовинами (масла, гази) після спаленої техніки, залишками вибухів (осадами після них);
- механічного забруднення – вирви після вибухів, що змінюють структуру та знищують родючість ґрунту, а також залишки мін і не розмінованих снарядів.

Знищення лісів і зелених зон м. Миколаївки є забрудненням в теплі пори року та при відсутності дощів, що призводить до виникнення пожеж через вибухи.

Вищезазначене підтверджує, що воєнний стан та війна з країною-агресором негативно впливає на екологічний стан України та викликає велику кількість екологічних проблем, наслідки котрих буде усувати не одне покоління українців. Післявоєнне відновлення України має відбуватись на засадах Європейського зеленого курсу та використання передових екологічних інструментів.

ГІБРИДНА ФІНАНСОВА СИСТЕМА: ПОЄДНАННЯ ФІАТНИХ ТА ЦИФРОВИХ ВАЛЮТ

***А. В. Павлиш**, студент спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР 6-21;*

***О. В. Ярш**, канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

З розвитком технологій фінансові системи зазнають значних трансформацій. Однією з ключових тенденцій є поєднання традиційних фіатних валют із цифровими активами, що створює гібридну фінансову систему. Такий підхід дозволяє розширити можливості ринку, збільшити фінансову доступність та підвищити ефективність фінансових операцій.

Гібридна фінансова система поєднує дві форми грошей, забезпечуючи їхню взаємодію через фінансові інструменти та платформи. Зокрема, фіатні валюти які випускаються центральними банками і визначені офіційними платіжними засобами та цифрові валюти, як децентралізовані активи, що функціонують на блокчейні, так і цифрові еквіваленти фіатних валют, що випускаються державними органами (цифрова валюта центрального банку (CBDC))

Серед основних переваг гібридної фінансової системи варто відмітити збільшення доступності фінансових послуг з одночасним зниженням транзакційних витрат, Цифрова валюта центрального банку (CBDC) також може суттєво вплинути на фінансову систему, забезпечивши ефективність монетарної політики. Водночас впровадження CBDC очевидно спровокує потребу перегляду банками власних бізнес-моделей через потенційний відтік частини коштів з традиційних депозитів у цифрову валюту.

Однією з вагомих переваг є сприяння детінізації економіки, через підвищення прозорості транзакцій та зниження рівня нелегальних фінансових операцій.

Ще один важливий аспект – швидкість та доступність платежів. Завдяки CBDC перекази можна буде здійснювати миттєво, без посередників, що суттєво знизить фінансові операції.

Наразі, понад 100 центробанків світу працюють над власними цифровими валютами [1]. Беззаперечним лідером у цій сфері визнано Китай, де тестування цифрового юаня стартувало ще у 2019 році. Згодом його випробування відбулися в кількох містах, а під час Олімпійських ігор у Пекіні 2022 року туристи отримали можливість використовувати е-юань без необхідності відкривати рахунки в китайських банках.

Серед піонерів впровадження цифрових валют варто згадати Багамські острови, які першими запустили власну CBDC – Sand Dollar. Вона була прив'язана до місцевого долара і стала доступною для всіх жителів країни ще у 2020 році.

Японія наразі на етапі вивчення можливості запровадження CBDC, створивши комітет для аналізу та обговорення цього питання з бізнесом і урядом [2].

Не менш активними є і європейські країни. Європейський центральний банк у 2020 році почав розглядати можливість впровадження цифрового євро, а у 2022 році офіційно оголосив про роботу над законопроектом щодо його запуску [3].

Наразі НБУ вивчає доцільність та можливі сценарії впровадження е-гривні, зокрема її використання для роздрібних безготівкових платежів, операцій з віртуальними активами та транскордонних переказів. Рішення про масштабний випуск е-гривні ще не ухвалене, а його реалізація буде залежати від результатів пілотного проєкту та подальших досліджень.

За прогнозними оцінками експертів CBDC може стати безпечним і нейтральним платіжним засобом, довкола якого сформується нова фінансова екосистема.

Таким чином, гібридна фінансова система має потенціал змінити глобальний фінансовий ландшафт, об'єднуючи найкращі риси традиційних та цифрових валют. Вона сприяє підвищенню ефективності фінансових операцій, розширенню доступу до фінансових послуг та забезпеченню стабільності цифрової економіки.

Список використаних інформаційних джерел

1. CBDC (Central Bank Digital Currencies) – statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/7782/central-bank-digital-currencies/#>.
2. Today's Central Bank Digital Currencies Status. Topic. Overview. URL: <https://cbdctracker.org/>
3. CBDC: чим національні цифрові валюти відрізняються від криптовалют та у чому їх перспективи. URL: <https://fintechinsider.com.ua/cbdc-chym-nacziionalni-czyfrovi-valyuty-vidriznyayutsya-vid-kryptovalyut-ta-u-chomu-yih-perspektyvy/>

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДУ У СТАБІЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

М. В. Пилат, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини;

*Ю. В. Полякова, д-р екон. наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин, декан факультету міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій – науковий керівник
Львівський торговельно-економічний університет*

22 липня 1944 року на Бреттон-Вудській конференції ООН, присвяченій валютно-фінансовим питанням, була запропонована та розроблена платформа угоди, відома під назвою Хартія МВФ. Потужний внесок у формування концепції діяльності Міжнародного валютного фонду зробили британський еконо-

міст Джон Мейнард Кейнс, який керував делегацією від Великої Британії, та Гаррі Декстер Уайт, високопосадовець з Міністерства фінансів США. Завершальний варіант угоди був підписаний 27 грудня 1945 року 29 країнами, і це вважається офіційною датою заснування МВФ. Інституція розпочала власну діяльність від 1 березня 1947 року в межах дії Бреттон-Вудської валютної системи, а першою країною, що скористалася кредитом від МВФ, виявилася Франція. За час діяльності Фонду ним керували представники від різних країн. Поміж директорів-розпорядників були бельгієць Каміль Гат, іспанець, нідерландець Йохан Уїттевін, німець, двоє шведів Івар Рут і Пер Якобссон, а також п'ятеро французів: П'єр-Пол Шведзер, Жак де Ларозьєр, Мішель Камдессю, Домінік Стросс-Кан і Крістін Лагард [1].

Міжнародний валютний фонд (МВФ) залишається сьогодні ключовою міжнародною фінансовою організацією, що відіграє провідну роль у процесах забезпечення глобальної економічної стабільності. Метою його створення було регулювання сфери валютно-фінансових відносин між країнами, запобігання економічним кризам та сприяння сталому розвитку міжнародного співтовариства. Ключовими механізмами для впливу з боку МВФ є надання фінансової допомоги тим країнам, що мають труднощі платіжного балансу, потребують програм економічного відновлення, а також здійснення макроекономічного аналізу і консультування. Україна співпрацює з Міжнародним валютним фондом, починаючи з 1992 року. На відміну від інших міжнародних фінансових інституцій, МВФ інтегрує у власній діяльності низку функцій у галузі валютно-фінансових відносин, зокрема регуляторні, фінансові, наглядові та консультаційні. Пріоритетності співпраця з МВФ набула в період повномасштабного військового вторгнення, так як надання кредитів країні протягом воєнного стану стало унікальним випадком для Фонду. Починаючи від 2014 року Україна отримала понад 12 млрд дол США в межах трьох останніх довоєнних програм, а загальний обсяг фінансування від МВФ з часу здобуття незалежності перевищує 37 млрд дол. Згадані ресурси відіграли кардинально важливу роль у процесі підтримки економічної та фінансової стабільності країни та її інвестиційної привабливості [2].

За допомогою програм МВФ Україна спромоглася стабілізувати макроекономічне середовище, зокрема запровадження на практиці плаваючого курсу гривні у 2015 році сприяло уник-

ненню різкої девальвації, а підтримка Фонду посприяла уповільненню інфляції після кризи 2014 року. Також завдяки підтримці МВФ вдалося реформувати сферу державних фінансів, скоротити обсяги бюджетного дефіциту та уникнути дефолту. Фінансова підтримка від інституції стала вагомою для стабілізації роботи банківської системи, яка постраждала внаслідок відпливу капіталу. У той же час чіткі фіскальні заходи, такі як збільшення тарифів і скорочення субсидіювання, спровокували певне соціальне напруження. Попри труднощі, без допомоги МВФ наша країна могла б зіткнутися з більш масштабною кризою. Під час пандемії COVID-19 Фонд надавав екстрене фінансування для підтримки стабільності економіки та медичної сфери. І у 2022 році в умовах повномасштабної війни, Фонд продовжив співпрацю шляхом виділення коштів на макроекономічну стабілізацію та відновлення. Фінансова співпраця між Україною та МВФ ґрунтується на нормативно-юридичних зобов'язаннях стосовно нагляду і контролю за бюджетною політикою, реформування фінансового сектору та дотримання прозорості державних фінансів. Верховна Рада займається ратифікацією угод, а Національний банк своєю чергою здійснює контроль за виконанням макроекономічних параметрів [3]. Підсумовуючи, що попри окремі суперечливі аспекти, МВФ був і залишається важливим партнером для України у напрямі фінансової стабільності, що особливо важливо у періоди кризи.

Міжнародний валютний фонд також відіграє вагомий роль у розвитку світової економіки шляхом сприяння фінансовій стабільності та розвитку країн через надання кредитів, консультацій та технічної допомоги. Його ключові функції охоплюють надання фінансової підтримки тим країнам, що переживають економічні труднощі, консультування щодо різноманітних аспектів макроекономічної політики та ефективного впровадження реформ. Організація також приділяє увагу моніторингу економічних процесів, публікуючи аналітичні звіти та роблячи прогнози щодо світової економіки. На фоні позитивного впливу діяльності МВФ супроводжується сукупністю сучасних викликів. Умови кредитування подекуди потребують реалізацію структурних реформ, що можуть бути складними та непопулярними серед мешканців, що призводить до соціальної напруги. Поза тим залучення фінансової допомоги від МВФ накопичує боргове навантаження країни, що обмежує її потенційні можли-

вості фінансувати соціальні програми та інфраструктурні проекти. Ще однією проблемою слід вважати нерівномірність у процесі прийняття рішень, так як економічно потужні країни справляють більший вплив на чинну політику Фонду, ніж менші держави. Для підвищення ефективності своєї діяльності МВФ потребує процесів реформування, зокрема розширення гнучкості та адаптивності у підходах до кредитування, врахування соціальних наслідків економічних програм та створення більш справедливої системи голосування, яка б забезпечувала рівноправне представництво всіх учасників [4].

Отже, міжнародний валютний фонд посідає важливу роль у світовій економіці, підтримуючи фінансову стабільність, надаючи кредити та рекомендації з економічної політики. Від часу заснування в рамках Бреттон-Вудської системи МВФ адаптувався до сучасних викликів, допомагаючи країнам подолати економічні труднощі та впроваджувати необхідні реформи. Для України співпраця з МВФ стала критично важливою, особливо в умовах війни. Надані кошти сприяли збереженню макроекономічної стабільності та довіри міжнародних партнерів. Водночас жорсткі умови кредитування іноді викликають соціальну напругу та економічні труднощі, оскільки реформи, передбачені програмами МВФ, можуть бути складними для виконання. Попри значний внесок у глобальну фінансову систему, діяльність Фонду часто піддається критиці через дисбаланс у процесі прийняття рішень, що надає більше впливу економічно потужним країнам, а також через збільшення боргового навантаження країн-одержувачів. Подальше реформування МВФ має включати гнучкіші умови кредитування, більший акцент на соціальні аспекти програм та справедливіший механізм ухвалення рішень. У сучасних економічних реаліях МВФ продовжує відігравати ключову роль у підтримці фінансової стабільності. Його здатність адаптуватися до викликів та ефективно підтримувати країни визначатиме подальший розвиток світової економіки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сидоренко В. О. Міжнародний валютний фонд: історія, мета, функції. *Конференції ВНТУ*. 2018.
2. Галустян Р. О. Співпраця України та Міжнародного валютного фонду під час війни. *Молодий вчений*. 2024. С. 32–25.

3. Черська Д. Роль України в Міжнародному валютному фонді (МВФ): економічні реформи та правові аспекти фінансових угод. UNIVERSUM. 2024. № (14). С. 173–183.
4. Юськевич В. Міжнародний валютний фонд у сприянні економічного розвитку країн. «Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід». 2024. С. 40–42.

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE BUSINESS STRATEGY OF FINANCIAL INSTITUTIONS AS A PREREQUISITE FOR THE DEVELOPMENT OF THE FINANCIAL MARKET

*Artem Ryzhkov, postgraduate student, specialty Management
Alona Sokolova, Associate Professor, Candidate of Economic
Sciences – Academic Supervisor
Poltava University of Economics and Trade*

Digital transformation involves large-scale organizational transformations that change business strategies, operational processes, and management procedures. In the process of implementing technologies, they interact with the organization's strategy and external environment characteristics, such as the legal framework, the level of infrastructure development, and government regulation.

An innovative business strategy is of particular importance in the digital era. Its effectiveness depends on the dynamic capabilities of the organization, contextual factors, leadership, and business thinking. It allows companies to remain competitive in the face of rapid technological change [1].

Analysis of financial market transformations indicates a rapid reduction in the number of financial institutions [2; 3]. This is due to the war, changes in the regulatory environment, and other economic challenges. Also, the practical experience of strategic analysis and planning in domestic non-bank financial institutions remains limited. Therefore, the development of modern strategic plans adapted to the specifics of the national market is an important step to ensure the sustainable development of the industry.

The transformation of strategic planning in Ukraine should be based on a combination of domestic experience and the best international practices in management, marketing, engineering, and controlling. Strategic planning is not just an imitation of foreign

approaches, but a desire to manage a business in a predictable manner, ensuring its value growth, cash flow stability and efficient resource management adapted to the national economy.

Although the evolutionary processes in the financial sector have largely been completed, competition remains high, especially in the banking and insurance markets, which reduces business profitability [2; 3]. In such conditions, the introduction of strategic planning, budgeting and business plans becomes a relevant tool for improving management efficiency.

A strategy should be viewed as a system of priorities, long-term goals, and the means to achieve them. It is a management tool that sets the general direction of the company's development and coordinates the work of the staff in this direction. A business strategy is a mutually agreed vision of shareholders, management and staff regarding the company's strategic and tactical goals and ways to achieve them, taking into account possible expectations and needs, which requires a systematic approach. The systemic approach involves a comprehensive analysis and management of the relationships between internal and external factors that affect the company's operations and competitiveness. This allows financial institutions not only to adapt to changes in the market but also to actively build competitive advantages, ensuring long-term growth and development.

The key areas of management influence aimed at ensuring and improving the efficiency and competitiveness of financial institutions include functional management subsystems in which competitive advantages are formed, the main of which are: management of the main activities of the institution, management of the quality and competitiveness of services, financial and investment activities and human resources management [2].

Implementation of a systematic approach to business management allows to coordinate all subsystems and ensure their mutual reinforcement. This allows financial institutions not only to maintain their market positions but also to expand their influence to new segments, remaining competitive in the current market environment.

Thus, a business strategy is a continuous process that serves as the basis for developing functional strategies in key areas of development, annual business plans and budgets, as well as forming a mechanism for managing the company's activities. Digitalization of the business strategy of financial institutions is not just a tool for improving efficiency, but also a foundation for their long-term

development, which contributes to: improving customer interaction through digital channels; accelerating business processes; reducing costs and increasing transparency; and strengthening competitive positions in the market.

List of used information sources

1. Dankevych, V., & Dankevych, Ye. (2024) Competency-based approach to ensuring the competitiveness of Ukrainian business during the war and recovery: creative solutions, innovations, and digitalization *Economic Space*, № 193, P. 163–168 DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.193.163-168>.
2. Brydun, Ye. (2024) Insurer Development Strategy: Basic Principles and Methodology of Development. *Insurance TOP*, № (97). P. 28–33.
3. Versal, N., & Dudnyk, Ya. (2024) Digital transformation of banking in Ukraine. *Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*. 1, 37 (Apr. 2024), 68–77. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2024-01-68-77>.

ВПЛИВ ДЕЦЕНТРАЛІЗОВАНИХ ФІНАНСІВ (DEFI) НА ТРАДИЦІЙНІ ФІНАНСОВІ СИСТЕМИ

А. А. Руденко, студент спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБСС б-31

*О. В. Яріш, канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Сучасний світ переживає стрімкий розвиток цифрових фінансових технологій, серед яких криптовалюти займають особливе місце. Вони швидко набули популярності завдяки децентралізованій структурі, анонімності та значному інвестиційному потенціалу. Кількість власників криптовалют також стрімко зростає. У першій половині 2024 року кількість криптовалютних користувачів досягла 617 мільйонів, що на 6,4 % більше у порівнянні з попереднім періодом. Це підкреслює зростаючий інтерес до цифрових активів серед населення [1].

Основою криптовалют є блокчейн – революційна технологія для зберігання та передачі інформації. Технологія працює як ланцюжок блоків: кожен блок містить набір транзакцій, які перевіряються і підтверджуються майнерами або валідаторами, після чого блок додається до ланцюжка. Кожен новий блок зберігає дані про попередній, що забезпечує зв'язність і незмінність

інформації. Будь-які спроби змінити дані в одному блоці порушують цілісність усього ланцюга, що робить фальсифікацію неможливою. Технологія застосовується не лише у криптовалютних, але й у фінансових сервісах, логістиці, управлінні даними та багатьох інших сферах, де потрібна надійність і захист інформації.

Ключовою особливістю блокчейну є децентралізація. Дані не зберігаються на єдиному сервері, а розміщуються на вузлах (нодах), які розташовані по всьому світу. Кожен вузол зберігає копію блокчейну та синхронізується з іншими. Це означає, що навіть у разі атаки на один вузол дані мережі залишаться недоторканими завдяки їхньому дублюванню на інших вузлах.

Технологія блокчейн використовується як основа криптовалют. Вона забезпечує користувачам повний контроль над їхніми фінансами без необхідності звертатися до посередників. Такі транзакції здійснюються без затримок, регуляторних обмежень або високих комісій, оскільки блокчейну байдуже, куди і кому ви надсилаєте кошти.

Одночасно блокчейн слугує і основою для смарт-контрактів (автоматизованих алгоритмів), які виконують певні умови угоди без участі посередників. Смарт-контракт може автоматично переказати кошти, якщо виконуються заздалегідь визначені умови, завдяки чому операції проводяться без централізованих установ.

Варто наголосити, що різноманіття блокчейнів виникло через обмеження та недоліки першої криптовалюти – Bitcoin. Цей блокчейн, хоча й залишається найбільшим за капіталізацією, має такі проблеми, як низька пропускна здатність (7tps), високі комісії та обмежений функціонал [2]. Bitcoin використовується лише для переказів BTC між гаманцями, тоді як сучасні вимоги до блокчейнів значно ширші.

Одним із найважливіших наступників Bitcoin став Ethereum, головною інновацією якого є смарт-контракти. Завдяки їм на платформі можна не лише обмінювати криптовалюти, а й створювати децентралізовані додатки та реалізовувати складні фінансові інструменти. Водночас, Ethereum також стикається з обмеженнями: висока завантаженість мережі призводить до значних комісій і низької пропускної здатності (12-15tps) [3].

Для розв'язання цих проблем з'явилися нові блокчейни, такі як Solana. Solana забезпечує високу швидкість обробки транзак-

цій (4000+tps та можливий потенціал до 70,000tps) та надзвичайно низькі комісії. Водночас вона також стикається з технічними труднощами (перебої в роботі мережі) [4].

Різноманіття блокчейнів обумовлено їхніми різними завданнями: для швидких переказів, анонімного зберігання, дешевих транзакцій, NFT, підвищення пропускну здатності та зниження комісій. Завдяки різним функціям і спеціалізаціям блокчейни розвиваються та доповнюють один одного, вирішуючи потреби сучасного ринку.

Отже, екосистема фінансових сервісів і додатків, що працюють на базі публічних блокчейнів, таких як Ethereum пропонує альтернативу традиційним фінансовим системам, замінюючи посередників (банки, біржі) відкритими протоколами та смарт-контрактами. DeFi дозволяє користувачам зберігати повний контроль над своїми активами та проводити операції без необхідності верифікації чи надання особистих даних. У 2024 році загальна заблокована вартість (TVL) у DeFi досягла \$127 млрд, продемонструвавши зростання на 145 % порівняно з 2023 роком. При чому Ethereum зберігає 56,5 %, Solana 7,09 %, решту загальної заблокованої ліквідності займають такі блокчейни як Tron, BSC, Bitcoin, Base, Arbitrum та інші [5].

Ключові компоненти DeFi включають смарт-контракти, цифрові активи, децентралізовані додатки (dApps) і протоколи, які забезпечують прозорість і безпеку. Сектор також охоплює децентралізовані обмінники (DEX), які дозволяють обмінювати токени безпосередньо через блокчейн, обходячи централізовані платформи, а також кредитні платформи які надають позики, використовуючи криптоактиви як заставу, мости для переказу між блокчейнами, страхування та інші фінансові інструменти. Стейкінг і фармінг дозволяють отримувати прибуток, який нерідко перевищує дохідність традиційних банківських депозитів.

На відміну від банківської системи, яка є централізованою та може обмежувати доступ до рахунків, DeFi побудований на принципах відкритості. Кожен бажаючи може перевірити смарт-контракти та самостійно оцінити їхню надійність. Завдяки цьому DeFi забезпечує фінансову свободу та прозорість, знижуючи залежність від централізованих інститутів.

Водночас DeFi має ризики. Вразливості в коді смартконтрактів можуть призвести до зломів, а відсутність регулювання і волатильність криптовалют створюють додаткові труднощі.

Проте прозорість, анонімність і доступність роблять DeFi революційною технологією, яка може змінити фінансовий сектор, відкриваючи нові можливості для інвесторів та звичайних користувачів.

Отже, криптовалюта стала символом нового етапу розвитку цифрових фінансових технологій. Технологія блокчейну забезпечила прозорість і надійність даних, ставши основою для інновацій. Попри всі перспективи, криптовалютний ринок залишається ризикованим через волатильність, регуляторну невизначеність і технічні вразливості. Це вимагає глибокого розуміння ринку та обачного підходу до її використання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Global cryptocurrency owners count increases in Q1 and Q2 2024: Guest Post by Cryptopolitan_News | CoinMarketCap.
2. Bitcoin explorer | View Bitcoin stats | OKX.
3. Ethereum explorer | View Ethereum stats | OKX.
4. Solana explorer | View Solana stats | OKX.
5. DefiLlama – DeFi Dashboard.

СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ: ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ

***Н. Я. Середа**, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-31*

***Н. В. Прохар**, канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

У більшості розвинених країн система оподаткування є гнучкою, що передбачає вибір суб'єктів господарювання між загальною системою оподаткування і спрощеною. Остання застосовується, переважно, у малому та середньому бізнесі. Її важливість пояснюється тим, що новостворені суб'єкти господарювання або малі (юридичні і фізичні особи) можуть розвивати свій бізнес, маючи певні привілеї в оподаткуванні. Однак, спрощена система оподаткування з моменту її введення зазнала багатьох змін, а тому в умовах сьогодення вже не є спрощеною. Дискусії в органах влади все більше і більше торкаються відміни спрощеної системи оподаткування, що не є економічно обгрунтованим.

Спрощена система оподаткування суб'єктів господарювання розглянута в працях науковців, серед яких М. П. Войнаренко, О. І. Гринюк, В. М. Кміть, О. В. Коба, Г. Ю. Коблянська, Ю. М. Лисенко, Ю. Федосюк, Р. Л. Цебень та інші.

Відповідно до Податкового кодексу України [1], спрощена система оподаткування передбачає сплату єдиного податку та поділ платників єдиного податку на групи, залежно від обсягу річного доходу, кількості найманих працівників та дозволених видів діяльності. При цій системі оподаткування менше податків, які сплачуються, менші ставки податків, менше відповідальності перед контролюючими органами та простіші форми звітності. Деякі групи єдиноплатників можуть не застосовувати РРО та ПРРО. Тому ФОП можуть вести облік самостійно, складати й подавати звітність, не залучаючи фахівців. Крім того, при сплаті єдиного податку не сплачуються такі податки:

- 1) податок на прибуток підприємств;
- 2) податок на доходи фізичних осіб, що сплачується на загальній системі оподаткування;
- 3) ПДВ, крім ПДВ, що сплачується при виборі ставки єдиного податку 3 %, а також що сплачується платниками єдиного податку четвертої групи;
- 4) податок на майно (в частині земельного податку);
- 5) рентна плата за спеціальне використання води платниками єдиного податку четвертої групи [1].

При перевищенні встановлених меж доходів за групами є можливість перейти на іншу (наступну) групу, що передбачає більші обсяги доходів для сплати єдиного податку.

Для платників єдиного податку не обов'язкове дотримання правила щодо реєстрації платником ПДВ при перевищенні обсягу доходу в 1 млн грн.

Єдиний податок відноситься до місцевих податків, тому коштами від сплати цього податку можуть розпоряджатися місцеві органи самоврядування.

До недоліків спрощеної системи оподаткування можна віднести можливість зловживання, здійснюючи поділ великого бізнесу на численну кількість ФОП з метою зменшення податкового тягаря. Також недоліком є неможливість звільнення новостворених суб'єктів від оподаткування на кілька перших років діяльності, а також відсутність для них пільгових умов кредитування.

Наступним суттєвим недоліком є те, що спрощена система оподаткування при її запровадженні дійсно передбачала сплату

єдиного податку, з часом кількість сплачуваних ФОП податків значно збільшилася (наприклад, запроваджено сплату ЄСВ).

Платникам єдиного податку заборонені окремі види діяльності, тому необхідно вибирати вид діяльності лише із числа дозволених. Також єдиноплатникам заборонений бартер, що пов'язано з особливостями нарахування цього податку.

Для першої та другої групи ФОП встановлені фіксовані ставки єдиного податку, що не залежать від обсягу діяльності та сплачуються обов'язково.

Враховуючи особливості, переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування, можна дійти висновків щодо проблем у цій сфері оподаткування, а саме: неузгодженість нормативно-правової бази оподаткування, недосконалість механізму нарахування та стягнення єдиного податку, адже він по суті не є єдиним – платники сплачують і інші платежі (ПДВ, ЄСВ тощо); неможливість використання спрощених процедур суб'єктами господарювання, які на невеликий відсоток перевищують межу за масштабами діяльності. Щоб вирішити ці проблеми, необхідно: розробити інструменти стимулювання розвитку малого підприємництва; знизити податкове навантаження на платників єдиного податку; включити ЄСВ до складу єдиного податку, як було раніше; удосконалити нормативно-правову базу даної системи оподаткування та розширити перелік видів діяльності, для яких не застосовується спрощена система.

Список використаних інформаційних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (із змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00>.

ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ ТА АДАПТАЦІЯ ДО ВИКЛИКІВ ВІЙНИ

І. В. Староста, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССб-41(Ж)

Г. М. Сидоренко-Мельник, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник Полтавський університет економіки і торгівлі

Ринок нерухомості України в період 2021–2025 років зазнав значних змін під впливом економічних, соціальних та геополітичних факторів. Як зазначають Павлов К., Красневич О.,

Ющак А. «На сьогодні, ринок нерухомості показує низьку ефективність діяльності, що є наслідком війни в Україні. Окрім того, наслідково, низька операційна ефективність виникла через неподільність нерухомості, стабільність на місці, непрозорість ринку, низький показник ліквідності нерухомості» [1]. Війна спричинила нові виклики для будівельного сектору та істотно змінила структуру попиту як на купівлю, так і на оренду житла. Водночас інвестори та покупці активно досліджують перспективи, пов'язані з відбудовою та модернізацією пошкодженої інфраструктури. Ці зміни відобразилися у формуванні нових трендів та адаптації ринку до сучасних викликів.

1. Диверсифікація продуктів нерухомості. Зростає попит на різноманітні формати житла, зокрема апартаменти під управлінням професійних операторів. Це дозволяє інвесторам отримувати стабільний дохід без необхідності самостійного управління нерухомістю. Крім того, популярність набувають проєкти зі змішаним використанням, які поєднують житлові, комерційні та рекреаційні зони, створюючи повноцінну екосистему для мешканців.

2. Відновлення будівельної активності у західних регіонах. Після спаду в 2022 році будівельна активність у західних областях України, зокрема у Львові, відновилася до рівня 2021 року. Це пов'язано з внутрішньою міграцією населення та зростанням попиту на житло в безпечніших регіонах.

3. Зміни в цінах на житло, в т. ч. його оренду. Цінові тенденції на первинному ринку житла наступні. У західних регіонах, таких як Львів та Івано-Франківськ, Закарпатській області через підвищений попит, спричинений масовою міграцією з небезпечних територій спостерігається значне зростання цін на первинному ринку нерухомості. Водночас, у центральних регіонах ціни залишаються більш стабільними. На сході країни ринок нерухомості фактично зупинився: ціни на новобудови суттєво впали або не демонструють змін через відсутність попиту та зупинку будівельних проєктів. Забудовники стикаються з серйозними труднощами у завершенні об'єктів, що призводить до заморожування багатьох будівництв.

Дослідження Поморцевої О. Є. доводить, що «З початком бойових дій орендні ставки на житло різко підскочили вгору, особливо це стосується західних областей. Якщо порівняти середню вартість оренди по містам у перший рік війни (2022 р.)

та навесні 2023 р. (другий рік війни), то можна простежити тенденцію до поступового зниження цін. Але для Києва ця тенденція не простежується» [2]. У довгостроковій перспективі рівень попиту на оренду житла визначатимуть два ключові фактори: відновлення зруйнованих регіонів та загальна економічна стабільність країни. Завершення бойових дій, відбудова інфраструктури та повернення населення до східних і південних областей можуть поступово поживити ринок оренди в цих регіонах. У містах з активним будівництвом, таких як Київ і Львів, оренда житла в нових житлових комплексах стає дедалі популярнішою, оскільки сучасна інфраструктура та комфортні умови проживання приваблюють орендарів.

4. Попит на нові формати нерухомості та розвиток модульного будівництва. Активізувався розвиток **co-living та co-working просторів** як реакція на зміну стилю життя та роботи, **зріс попит на енергоефективне житло** через зростання цін на комунальні послуги. Модульне будівництво набуває популярності завдяки швидкості зведення, економічності та екологічності. Ця технологія дозволяє швидко реагувати на потреби ринку та забезпечувати житлом постраждалі від війни регіони.

5. Вплив інфляції на ринок нерухомості. В умовах інфляції нерухомість розглядається як надійний засіб збереження капіталу. Інвестори активно вкладають кошти в нерухомість, що підтримує стабільність ринку та сприяє зростанню цін на об'єкти. В той же час, зростання цін на будівельні матеріали та робочу силу призводить до підвищення вартості новобудов. Інвестори обережніше вкладають кошти у нові проекти через непередбачуваність витрат.

6. Розвиток державних програм підтримки та альтернативних фінансових інструментів. Мельник Р., генеральний директор Корпорації Нерухомості РІЕЛ зауважує на виключно **значній ролі** державної політики у відбудові ринку нерухомості. Він наголошує, що «Уряд ініціював програму державної допомоги на відновлення пошкодженого житла – «Відновлення», що передбачає компенсацію за зруйноване або пошкоджене житло внаслідок агресії з боку рф. Такі заходи не лише стимулюють реконструкцію вже наявних об'єктів, але й підвищують активність на первинному ринку, де забудовники можуть відновлювати пошкоджені будинки або зводити нові» [3]. Популярність набирають REIT-фонди (фонди інвестицій у нерухо-

мість), що дозволяють вкладати у нерухомість без прямого володіння нею. Також краудфандингові платформи відкривають нові можливості для малих інвесторів.

Загалом, ринок нерухомості України в 2021–2025 роках демонструє адаптивність до викликів та здатність швидко реагувати на зміни, забезпечуючи потреби населення в якісному житті та інфраструктурі. Попри ризики, такі як інфляція, високі процентні ставки та коливання попиту, існують значні можливості для розвитку, зокрема завдяки новим форматам житла, технологіям та фінансовим інструментам. Коли війна буде закінчена, почнеться відновлення міського господарства, поживлення ринку та зріст вартості нерухомості [2]. Після завершення війни український ринок нерухомості може стати привабливішим для міжнародних інвесторів завдяки реформам і масштабній відбудові міст. Важливим фактором розвитку стане інтеграція до ЄС, що сприятиме залученню іноземного капіталу та фінансуванню інфраструктурних проєктів. Очікується, що до 2025 року ринок поступово відновиться, особливо в постраждалих регіонах. Динаміка цін на нерухомість у західних областях залежатиме від ситуації на фронті та можливості жителів східних регіонів повернутися додому. Майбутній розвиток ринку нерухомості залежатиме від рівня політичної стабільності та результативності програм відновлення, зокрема ініціативи «Відновлення», яка може сприяти швидкій реконструкції пошкодженого житла та поверненню населення до своїх осель.

Основні висновки: нерухомість залишається засобом збереження капіталу в кризові часи; розвиток альтернативних інвестиційних механізмів відкриває нові можливості; попит на енергоефективні та інноваційні формати нерухомості зростатиме. Отже, правильна стратегія інвестування та адаптація до нових умов дозволяють ефективно працювати на ринку навіть у складні економічні часи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Красневич О., Павлов К., Юшак А. Теоретичні аспекти дослідження ринку житлової нерухомості України під час воєнної економіки. Економіка і суспільство. 2023. Вип. 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2222>.
2. Поморцева О. Є. Шапочкін О. О. Дослідження ринку нерухомості України. Вплив військового стану. Proceedings of the 1st Interna-

tional Scientific and Practical Conference «Modern Knowledge: Research and Discoveries» (May 19–20, 2023). Vancouver, Canada. URL: https://www.researchgate.net/publication/371148122_Doslidzenna_rinku_neruhomosti_Ukraini_Vpliv_vijskovogo_stanu.

2. Мельник Р. Вплив війни на ринок нерухомості в Україні: прогноз на 2025 рік. URL: <https://riel.ua/blogs/vpliv-viini-na-rinok-nerukhomosti-v-ukrayini-prognoz-na-2025-rik>.

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ АВТОМАТИЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

С. С. Стешенко, студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-21

*М. О. Любимов, канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Автоматизація бухгалтерського обліку в Україні є важливим напрямом розвитку фінансового та управлінського обліку. Вона дозволяє зменшити витрати часу на ведення обліку, підвищити точність розрахунків і спростити процес подання звітності. Щоб оцінити сучасні проблеми і перспективи автоматизації бухгалтерського обліку, розглянемо етапи розвитку автоматизації бухгалтерського обліку в Україні. На основі проведеного дослідження, нами виділено 4 основні етапи [1–3].

1. Ручний облік та перші спроби автоматизації (до 1990-х рр.). Використання паперових носіїв, облік вівся вручну. Поява перших бухгалтерських програм на локальних ПК, зокрема «Інфобухгалтер».

2. Поява локальних бухгалтерських програм (1990-ті – початок 2000-х). Поширення програмного забезпечення, таких як 1С:Бухгалтерія, Парус, Акцент. Використання для ведення обліку малими та середніми підприємствами. Облік податкової звітності та фінансових операцій.

3. Масове впровадження бухгалтерських інформаційних систем (2000–2010 рр.). Розширення можливостей облікових програм, інтеграція з податковими системами, розвиток електронного документообігу. Впровадження онлайн-звітності (М.Е.Дос, Соната).

4. Перехід на хмарні технології та інтеграцію з ERP-системами (2011 – сьогодні). Використання сучасних ERP-систем (SAP, BAS, Microsoft Dynamics). Автоматизація фінансової

аналітики, розширення функцій облікових систем. Використання електронних документів, XBRL, інтеграція з банківськими сервісами та CRM.

Отже, вирішальне значення для ефективного управління фінансовими ресурсами підприємства має впровадження сучасних підходів. Безперервний розвиток і вдосконалення технологій у цій галузі створюють нові перспективи для покращення результативності та зміцнення конкурентних позицій бізнесу.

На нашу думку перспективами розвитку автоматизації бухгалтерського обліку в Україні є наступні:

1. Розвиток програмного забезпечення. Вважаємо що в найближчий час відбуватиметься подальший розвиток хмарних сервісів, які дозволяють працювати в режимі онлайн, забезпечуючи доступ до даних з будь-якої точки світу та з різних пристроїв.

2. Інтеграція з державними сервісами. Держава поступово розширює можливості електронного документообігу. Інтеграція бухгалтерських систем із державними ресурсами значно спрощує процес подання звітності, обміну податковими накладними та перевірки контрагентів.

3. Використання штучного інтелекту та аналітики. Штучний інтелект та машинне навчання мають потенціал для подальшої оптимізації процесів бухгалтерського обліку.

Попри очевидні переваги, існують і деякі виклики: низька цифрова грамотність деяких бухгалтерів, опір змінам у середовищі малого бізнесу, кібербезпека та захист персональних даних, висока вартість якісного програмного забезпечення для малого бізнесу.

Отже, автоматизація бухгалтерського обліку в Україні має великі перспективи, зокрема завдяки цифровізації бізнес-процесів та активній участі держави в розвитку Е-сервісів. У найближчі роки очікується стрімке зростання попиту на комплексні автоматизовані рішення, здатні забезпечити швидкий, точний та безпечний облік для підприємств будь-якого масштабу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Городянська Л. В. Еволюція автоматизації бухгалтерського обліку [Електронний ресурс] / Л. В. Городянська // Історія бухгалтерського обліку : навч. посіб. / Л. В. Городянська, Н. М. Нечай ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2014. – С. 108–114. URL: <https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/31158>.

2. Грицай, О., & Папіш, В. (2024). Розвиток інформаційних технологій в Україні та їх інтегрування у сфері бухгалтерського обліку. Економіка та суспільство, (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-88>.
3. Розвиток бухгалтерського обліку на основі новітніх ІТ-технологій : колективна монографія. За ред. Жука В. М., Бездушної Ю. С. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2017. 450 с.

ОПОДАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

А. О. Урясенко, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР б 21;

*Ю. А. Глущенко, канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Оподаткування бізнесу в Україні в умовах військового стану є важливим завданням для Уряду, бо потребує виконання ряду завдань, серед яких збалансування економіки, забезпечення надходжень до бюджету, підтримка діяльності підприємств.

В умовах сьогодення «...малий та середній бізнес розглядається в якості основи національної економіки, оскільки суб'єкти даного сектору створюють близько 60 % ВВП та 7 млн робочих місць і забезпечують майже 40 % податкових надходжень...» [2].

Зважаючи на це, в умовах військового стану, до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів було внесено зміни щодо особливостей здійснення оподаткування. Зокрема, введення мораторію на проведення податкових перевірок, зупинення перебігу строків, визначених податковим законодавством, відповідальності за порушення податкового законодавства, імпорту товарів, пільг тощо [5].

Проведені владою країни заходи тимчасових змін оподаткування були суттєвими для бізнесу, поряд з тим, послаблення податкового тиску та вразливість економіки в військових умовах негативно вплинули на стан окремих економічних показників держави (рис. 1). Їх аналіз дає змогу говорити про існуючу економічну кризу, інфляційні процеси, підвищення рівня життя населення, від'ємний зовнішньоторговельний баланс, що може

призвести до збільшення зовнішнього боргу та залежності від зовнішніх постачальників.

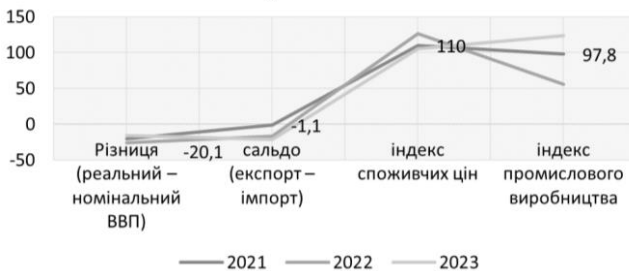


Рисунок 1 – Динаміка окремих економічних показників розвитку України у 2020–2024 роках, % (побудовано автором за даними [3])

Ураховуючи це, влада змушена була вдатися до дій щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень, забезпечення фінансування потреб, пов'язаних із обороною, відновленням економіки, а також соціальною підтримкою громадян, у період військового стану.

Посилення фіскальної політики та адаптування її до викликів війни позначилось рядом методів серед яких посилення податкового тиску, зокрема збільшення військового збору для фізичних осіб – підприємців 1, 2 та 4 груп – у розмірі 10 % від мінімальної зарплати, 3 групи – 1 % від отриманого доходу, відновлення ЄСВ (за себе) для ФОП та членів фермерських господарств, та ін. [3].

Ці зміни в оподаткуванні, без сумніву, викликають незадоволення серед підприємців, але важливо знайти баланс між потребами держави та інтересами бізнесу.

Фахівці вважають, що: «врахування проблемних аспектів функціонування податкової системи, врахування інтересів платників податків, стану економічної та політичної систем – шлях до розвитку держави та дотримання демократичних свобод її громадян» [1, с. 179].

Підсумовуючи дослідження варто зазначити, що в умовах глобальної конкуренції, внутрішніх та зовнішніх викликів, Україні необхідно формувати стабільні та сприятливі умови для бізнесу, оскільки саме підприємництво стане основою економічного відновлення та інтеграції країни у світову економіку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Глушенко Ю. А., Яріш О. В. Передумови реформування та перспективи розвитку податкової системи України. Вплив глобалізаційних процесів та цифрової трансформації на формування міжнародного економічного клімату та фінансової екосистеми : зб. матеріалів.
2. Дикань В. В., Фролова Н. Л. Напрями та інструменти державної підтримки розвитку малого та середнього бізнесу в Україні у воєнний час. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1309/1263>.
3. Індекси : офіційні дані сайту Міністерства фінансів України. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/eximp/> (дата звернення: 19.03.2025 р.).
4. Податковий кодекс України: Кодекс від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2755-17> (дата звернення: 20.03.2025 р.).
5. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану : Закон України від 03.03.2022 № 2118-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#Text> (дата звернення: (20.03.2025 р.).

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ АНАЛІТИКИ БІЗНЕСУ

М. М. Шорніков, студент спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБСС б-41

Г. М. Сидоренко-Мельник, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник Полтавський університет економіки і торгівлі

Фінансова аналітика бізнесу в умовах війни є критично важливим інструментом його виживання та адаптації в період економічної нестабільності. Вона дозволяє ефективно керувати ресурсами, прогнозувати фінансові ризики та швидко реагувати на зміни ринкових умов. Завдяки аналітиці бізнес може оптимізувати витрати, залучати фінансування, знаходити нові ніші та переглядати стратегію, забезпечуючи стабільність навіть у кризові часи.

У таких складних умовах важливо впроваджувати найкращі практики аналітики, використовувати автоматизовані системи та залучати досвідчених фахівців. Крім того, аналітика грає ключову роль у плануванні довгострокового відновлення після

завершення війни. Вона допомагає оцінити збитки, скласти реалістичні прогнози та відновити економічну діяльність. Таким чином, фінансова аналітика стає не лише інструментом для підтримки окремих підприємств, а й важливим фактором стабілізації економіки країни в цілому.

Як зазначає Бруханський Р., Спільник І. «ускладнення умов провадження бізнесу зумовлює необхідність застосування бізнес-аналітики як комплексного і повсякчасного моніторингу, оцінки та діагностування функціонування його процесів, а також здійснення змін за результатами бізнес-аналізу задля забезпечення життєздатності та розвитку. Це передбачає новий концептуальний підхід як у обробці інформації, так і в цілях та особливостях проведення такого аналізу. Зазначене підвищить дієвість аналізу та дозволить організаціям перетворити аналітичну роботу на невід’ємну складову успішного ведення бізнесу» [1]. Будучи складовою бізнес-аналітики фінансова аналітика бізнесу охоплює не лише аналіз минулих даних, а й прогнозування, сценарне моделювання, оцінку ризиків та застосування інтерактивних інструментів для візуалізації. Вона перетворилася на міждисциплінарну сферу, що поєднує статистику, математику, комп’ютерні науки та економіку, що дозволяє ідентифікувати можливості проведення змін в економічних процесах шляхом виявлення потреб і обґрунтування рішень, що описують можливі шляхи реалізації таких змін [2]. Завдяки цьому компанії можуть не лише розуміти свої фінансові показники, а й активно впливати на них. «Завдяки використанню сучасного програмного забезпечення фінансової аналітики бізнесу створюються умови для здійснення багатокритеріального прогнозного аналізу, що передбачає обробку, розрахунок та узагальнення багатоваріантних підходів і альтернативних рішень окреслених аналітиком завдань» [3].

У сучасному динамічному бізнес-середовищі фінансова аналітика набуває дедалі більшого значення, оскільки допомагає компаніям адаптуватися до нових викликів і ефективно використовувати можливості, які надають сучасні технології. За останні десять років ця сфера зазнала значних змін завдяки розвитку цифрових технологій, автоматизації, штучного інтелекту та аналізу великих даних.

Цифрова трансформація є однією з провідних тенденцій сучасного бізнесу, суттєво впливаючи на фінансову аналітику.

Вона включає впровадження передових технологій, зокрема штучного інтелекту, великих даних, автоматизації та хмарних обчислень, що змінюють класичні підходи до аналізу фінансових даних і прийняття управлінських рішень.

Набуття переваг від зазначеної трансформації входить до кола очікуваних результатів від її запровадження. Підвищення точності аналізу: використання великих даних, автоматизації та штучного інтелекту мінімізує людські помилки та покращує прогнозування; швидкість обробки даних: сучасні технології дозволяють обробляти великі обсяги фінансової інформації в режимі реального часу, що сприяє швидкому реагуванню на зміни ринку; автоматизація рутинних процесів: завдяки цифровим рішенням зменшується потреба у ручному введенні та обробці даних, що звільняє ресурси для стратегічного аналізу; поглиблення розуміння фінансових тенденцій: інтерактивні аналітичні платформи та інструменти візуалізації дозволяють бізнесу швидко і зручно оцінювати ключові показники та тенденції; оптимізація управлінських рішень: завдяки прогнозуванню на основі даних керівники можуть приймати більш обґрунтовані фінансові рішення та ефективно розподіляти ресурси; посилення конкурентних переваг: компанії, що впроваджують сучасні аналітичні технології, отримують доступ до більш точних прогнозів і ефективніших стратегій, що допомагає їм випереджати конкурентів; безпека та відповідність нормативним вимогам: сучасні цифрові рішення сприяють покращенню контролю за фінансовими даними та відповідності законодавчим нормам завдяки автоматизованим аудиторам і звітності.

Цифрова трансформація відкриває нові можливості для фінансової аналітики, роблячи її більш ефективною, гнучкою та точною. Однак для досягнення максимальних результатів компанії повинні не лише впроваджувати нові технології, а й адаптувати свої бізнес-процеси та забезпечувати розвиток компетенцій співробітників.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бруханський Руслан, Спільник Ірина. Бізнес-аналітика vs. бізнес-аналіз: сучасний дискурс, модель професійної компетенції ініціатора позитивних змін. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2022. Вип. 1–2. С. 7–21.
2. Виганійло С. М., В'юненко О. Б. Тенденції розвитку інформаційних технологій у бізнес-аналітиці. *Вчені записки ТНУ імені*

В. І. Вернадського. 2021. Серія: Технічні науки. Том 32 (71) Ч. 1 № 1. С. 51–55.

3. Сидоренко-Мельник Г. М. Актуальні методики та інформаційні технології у сфері фінансової бізнес-аналітики: застосування та потенціал. Розвиток фінансового та реального секторів як ключовий фактор забезпечення економічної безпеки України : монографія / [С. П. Прасолова, О. В. Гасій, А. М. Соколова та ін. ; за заг. ред. канд. екон. наук, доцента С. П. Прасолової]. Полтава : ПУЕТ, 2024. 196 с. С. 167–196.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ: КЕЙС ТНК L'ORÉAL

К. А. Бабаян, спеціальність Міжнародні економічні відносини група МЕВ МБ 6-11

*Л. С. Франко, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

У сучасних умовах глобалізації транснаціональні корпорації (ТНК) змушені враховувати не лише ринкові чинники попиту і пропозиції, але й державне регулювання, яке впливає на їхню діяльність у міжнародному контексті. Однією з таких компаній є L'Oréal – світовий лідер у сфері виробництва косметичних засобів, діяльність якої охоплює десятки країн із різними соціально-економічними та правовими умовами. Цей приклад демонструє, як стратегічна адаптація до нормативних вимог може гарантувати стабільне зростання та конкурентоспроможність.

Державне регулювання охоплює різні заходи, що впливають на операції ТНК, такі як митна політика, встановлення тарифів та накладення квот та інших обмежень щодо імпорту та експорту товарів. Стандарти безпеки продукції встановлюють рівень очікування якості та безпеки для споживачів. Екологічні норми дозволяють контролювати вплив виробництва на навколишнє середовище, тоді як правила торгівлі охоплюють закони, що регулюють ділові практики, такі як захист конкуренції та права інтелектуальної власності [1]. Європейський Союз має суворі правила для косметичних продуктів, відповідно яких виробники проводять ретельні випробування щоб забезпечити дотримання стандартів безпеки. Компанія L'Oréal змінила свої формули та методи виробництва, включаючи передові технології, які дотримуються європейських стандартів. Це дозволило компанії виконати вимоги, а також підвищити довіру споживачів. До недавнього часу китайське законодавство передбачало використання тварин для косметичного тестування. Це створювало виклики для L'Oréal, оскільки компанія прагне до сталого розвитку та виступає проти випробувань на тваринах. Після внесення змін до закону по даному питанню, компанія здобула можливість

розширити свою продуктову лінійку та зміцнити свою присутність на китайському ринку, що є одним з найбільших у світі. L'Oréal активно використовує різні програми та можливості на ринку Франції, що допомагає зменшити інноваційні витрати та дозволяє їм пропонувати нові продукти за конкурентними цінами [2].

Ще одним найважливішим елементом адаптації L'Oréal до державного регулювання є його стратегія локалізації виробництва. Компанія встановлює виробничі потужності у країнах, де високий попит на їхню продукцію та підтримуючу регуляторну базу, що дозволяє їм впорядкувати логістику, скоротити витрати та швидко адаптуватися до будь-яких змін у законодавстві.

Унаслідок діяльності L'Oréal стає очевидним, що успішна адаптація до державних норм має вирішальне значення для успіху транснаціональних компаній на світовому ринку. Здатність компанії до адаптації до регуляторних змін, інвестиції в інновації та локалізація виробництва забезпечує траєкторію зростання та посилює її конкурентну перевагу в глобальному масштабі.

Список використаних інформаційних джерел

1. L'Oréal PESTEL Analysis – The Strategy Story. URL: <https://thestrategystory.com/blog/loreal-pestel-analysis/> (дата звернення: 23.04.2025).
2. Nation attractive market for L'Oreal. URL: <https://www.chinadaily.com.cn/a/202503/28/WS67e6037da3101d4e4dc2b5dd.html> (дата звернення: 23.04.2025).
3. L'Oréal revenues rise 3.5% in Q1 on strong fragrance and haircare sales – Vogue Business. URL: <https://www.voguebusiness.com/story/beauty/loreal-revenues-rise-35-in-q1-on-strong-fragrance-and-ha> (дата звернення: 23.04.2025).

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

***К. В. Бендер**, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-41;*

***В. О. Чимириз**, аспірант Phd*

***А. Л. Флегантова**, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Під конкурентоспроможністю компаній розуміють її вміння успішно діяти на ринку, надаючи споживачам товари чи послуги, що за якістю, ціною та новаторством перевершують пропо-

зиції конкурентів. Йдеться не лише про вартість чи обсяг виробництва, а й про здатність швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, впроваджувати нововведення, покращувати якість продукції та налагоджувати ефективні бізнес-процеси.

Економічна глобалізація – це процес поглиблення взаємозв'язків між країнами світу через активізацію міжнародної торгівлі, руху капіталу, обміну технологіями та поширення спільних стандартів ведення бізнесу. Вона сприяє розширенню ринків збуту для компаній, але водночас посилює конкуренцію, вимагаючи від підприємств адаптивності та стратегічного мислення [1].

Глобалізація кардинально змінює правила ведення справ для бізнесу в усьому світі. Відкритість ринків, розвиток цифрових технологій, міжнародна співпраця та доступ до дешевшої сировини дають змогу компаніям збільшувати обсяги діяльності та виходити на нові ринки, як результат це розширює перспективи для розвитку та збільшує конкуренцію, зокрема з боку транснаціональних корпорацій [2].

У сучасних реаліях підприємства мусять швидко пристосовуватись до змін на глобальному ринку. Зростає важливість ефективного управління логістикою, маркетингом, цифровими каналами збуту. Окрім того, виникає необхідність враховувати зовнішні фактори – валютні коливання, міжнародні санкції, торговельні обмеження, стандарти якості, що діють у різних країнах.

У сучасному глобальному середовищі підвищення конкурентоспроможності компаній є ключовою умовою їхнього сталого розвитку. Для цього підприємства мають адаптуватися до змін ринку та впроваджувати стратегічні рішення, які дозволяють їм зберігати і зміцнювати свої позиції.

Одним із головних напрямів є впровадження інновацій та сучасних технологій. Це дає змогу покращити якість продукції, скоротити витрати та прискорити виробничі процеси. За словами Козака Ю. Г., інновації є головним фактором довгострокової конкурентної переваги в умовах глобалізації [3].

Також важливою умовою є постійне підвищення якості товарів і послуг, відповідність міжнародним стандартам та вимогам споживачів різних країн. Це особливо важливо при виході на нові експортні ринки, де конкуренція є вищою, а вимоги до продукції – жорсткішими.

Не менш важливо постійно покращувати якість товарів і послуг, щоб відповідати міжнародним стандартам та задовольняти потреби споживачів з різних країн. Це стає ще більш важливим, коли компанія виходить на нові експортні ринки, де конкуренція стає жорсткішою, а вимоги до продукції – більш суворими. Ще одним ефективним способом підвищити конкурентоспроможність є цифровізація бізнес-процесів. Використання сучасних інформаційних технологій дозволяє компаніям швидше реагувати на зміни ринку, покращувати взаємодію з клієнтами та партнерами, а також значно підвищувати продуктивність праці.

Крім того, важливу роль відіграє розвиток персоналу. Інвестування в підвищення кваліфікації працівників та створення сприятливих умов праці забезпечують зростання внутрішнього потенціалу компанії та зміцнюють її стійкість у довгостроковій перспективі [1].

Список використаних інформаційних джерел

1. Жаліло Я. А. Глобалізація і національна конкурентоспроможність. Стратегічна панорама. 2021. № 3.
2. Савчук В. С. Економічна глобалізація: сутність, тенденції, виклики. Економіка і держава, 2021.
3. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях. – Київ : Центр учбової л-ри, 2020.

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН

Б. І. Бергман, студент спеціальності *Міжнародні економічні відносини*, група *МЕВ МБ 6-41*

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

У сучасних умовах глобалізації міжнародних торговельних процесів, електронна комерція стала одним із ключових драйверів розвитку світової економіки. У 2024 році продажі електронної комерції перевищать \$6 трлн, що на 8,76 % більше, ніж у 2023 році. За прогнозами, в 2024–2027 роках продажі продовжу-

ватимуть зростати з середньорічним темпом 7,8 % і досягнуть \$8 трлн [1]. Це свідчить про стабільне зростання сектора, який продовжує демонструвати високу ефективність, адаптуюсь до цифрових трендів та змін у поведінці споживачів.

Інтернет-торгівля, або електронна комерція, є однією з найдинамічніших сфер світової економіки, що трансформує міжнародні торговельні процеси. Завдяки глобалізації та цифровій трансформації бізнесу електронна торгівля перетворилася на універсальний інструмент для здійснення трансграничних операцій.

Тема інтернет-торгівлі та її ролі у розвитку бізнесу знаходиться у центрі уваги українських науковців Стрілець В. Ю., Франко Л. С., Сокіл А. А., Соколовський В. Р., Богдан Є. С., Гаращенко Б. В., Пожар А. А., Флегантова А. А., Франко Л. Ю., Єжелей Ю. О., Зборик Д. С. [3–5].

Інтернет-торгівля забезпечує спрощений доступ до міжнародних ринків як для великих корпорацій, так і для малого та середнього бізнесу. Наприклад, за звітом OECD, завдяки цифровим платформам (Amazon, eBay, Shopify) спостерігається зростання кількості компаній, які здійснюють трансграничні операції, що сприяє зменшенню економічної нерівності та залученню нових гравців до глобального ринку [2].

Також цифровізація логістики, автоматизація складів та інтеграція штучного інтелекту у процеси обробки замовлень дозволяють скоротити час доставки та зменшити витрати.

Цифрова трансформація є ключовим фактором підвищення ефективності в роздрібній торгівлі. Компанії, які впроваджують автоматизацію, аналітику та персоналізацію, досягають зростання продуктивності та збільшення маржі до. Такі зміни сприяють кращій взаємодії з клієнтами, зміцненню лояльності та адаптації до нових викликів глобального ринку.

Таким чином, ефективність інтернет-торгівлі в умовах глобалізації обумовлюється не лише масштабністю охоплення ринків, але й високим рівнем адаптивності, технологічності та економічної доцільності її інструментів.

Суттєвий вплив на розвиток e-commerce мають цифрові торгові платформи – зокрема Amazon, Alibaba, Shopify та eBay та MercadoLibre, значно спрощують вихід малих і середніх

підприємств на міжнародні ринки. Вони знижують трансакційні витрати, забезпечують інфраструктуру для логістики та онлайн-платежів, а також відкривають доступ до іноземних споживачів, сприяючи масштабуванню бізнесу та диверсифікації доходів. За даними OECD, платформи дозволили значно спростити експортні операції, скоротивши бар'єри для участі в глобальній торгівлі [2].

У висновку можна сказати, що інтернет-торгівля виступає не лише як інструмент комерції, але й як ефективна платформа для реалізації принципів глобалізації. Її розвиток зумовлюється впровадженням цифрових технологій, поширенням міжнародних онлайн-платформ та підвищенням доступності ринків для підприємств усіх масштабів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Глобальна електронна комерція: ключові цифри та тренди e-commerce 2024. URL: <https://rau.ua/novyni/trendi-e-com-2024/>
2. OECD Digital Economy Outlook. 2024. С. 54–57. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/11/oecd-digital-economy-outlook-2024-volume-2_9b2801fc/3adf705b-en.pdf.
3. Стрілець В. Ю., Франко Л. С., Сокіл А. А., Соколовський В. Р., Богдан Є. С. Перспективи відновлення підприємств туристичної галузі після глобальних потрясінь з урахуванням цифрових трансформацій та екологічних інновацій. Ефективна економіка. 2025. № 2. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/5769>.
4. Стрілець В. Ю., Гаращенко Б. В., Соколовський В. Р., Аржаннікова А. С. Сучасні тренди та перспективи інтернет-торгівлі як інструменту стратегічного розвитку підприємств в умовах глобалізації. Підприємництво та інновації. Видавничий дім «Гельветика». 2024. № 32. С. 239–245. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/14167>.
5. Стрілець В. Ю., Пожар А. А., Флегантова А. А., Франко Л. Ю., Єжелей Ю. О., Зборик Д. С. Цифровізація як інструмент побудови інноваційної стратегії розвитку бізнесу країн ЄС в умовах адаптації до кризових тенденцій міжнародної економіки. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2024. № 3(113). С. 80–88 URL: <http://puet.poltava.ua/index.php/economics/article/view/277>.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ БІОЛОГІЧНОГО МЕДУ В НІДЕРЛАНДАХ

А. Р. Варуша, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-41

V. Chudesa, specialty student in Nursing and obstetrics, group BPS-19U, Utenos kolegija

*Л. С. Франко, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник
Полтавський університет економіки та торгівлі*

Біологічний мед (або органічний мед) – це натуральний продукт, отриманий з нектару квітів, вирощених на сертифікованих органічних землях без використання синтетичних пестицидів, гербіцидів та антибіотиків. Його виробництво регулюється строгими стандартами, які включають використання екологічно чистих зон для збору нектару, заборону хімічної обробки вуликів та мінімальну переробку для збереження природних ферментів і поживних властивостей. Такий підхід забезпечує високу якість продукту, його безпечність для здоров'я споживачів і довкілля [3].

Ринок біологічного меду в Нідерландах демонструє активне зростання, що є частиною загальної тенденції розвитку органічного сектору в Європі. Глобальний ринок органічного меду у 2022 році оцінювався у 720 млн дол США із прогнозом зростання до 1 147 млн дол США до 2030 року [2]. Обсяги імпорту органічного меду до ЄС збільшувалися на 2,8 % щорічно у 2018–2022 роках, що робить його одним тим органічним продуктом, який користується попитом у європейців [1] Нідерланди є серед країн-лідерів у Європі за темпами зростання органічного ринку, зокрема й сегменту біологічного меду. У 2023 році ринок органіки в Нідерландах зріс на 12,5 %, що є одним із найвищих показників у ЄС [7].

Це зростання обумовлене кількома ключовими факторами. По-перше, підвищенням свідомості споживачів щодо впливу харчування на здоров'я та довкілля. Все більше жителів віддають перевагу натуральним та екологічно чистим продуктам, що стимулює попит на біологічний мед. По-друге, розвитком технологій у сфері бджільництва, адже Нідерланди активно впроваджують інновації, такі як автоматизовані системи моніторингу стану бджіл, клімат-контроль у вуликах та використан-

ня спеціальних датчиків, що дозволяють контролювати вологість, температуру та рівень CO₂ у вуликах. Це допомагає покращити здоров'я бджіл і підвищити продуктивність пасік [5]. По-третє, підтримкою уряду, який стимулює розвиток органічного сільського господарства шляхом надання дотацій та грантів виробникам біомеду.

Основні тенденції розвитку ринку включають технологічні інновації, зокрема використання штучного інтелекту для моніторингу стану бджолиних родин і оптимізації ланцюгів постачання. Також активно розвивається онлайн-торгівля, 30 % органічного меду в ЄС реалізується через електронні платформи, що значно розширює доступність продукту для споживачів [4]. Автоматизація виробничих процесів дозволяє підвищити ефективність бджільництва та зменшити використання ресурсів, що робить процес виробництва меду більш сталим [5].

Експортний потенціал Нідерландів також зростає, країна активно експортує органічний мед до інших європейських держав завдяки високій якості продукції, відповідності міжнародним стандартам та стабільним виробничим практикам [7]. Крім того, зростає популярність локальних брендів серед споживачів, які цінують прозорість походження продукту та підтримку місцевих виробників.

Попри позитивні тенденції, ринок біологічного меду в Нідерландах стикається з певними викликами. Основною проблемою є висока собівартість виробництва. Сертифікація органічного меду, дотримання суворих стандартів та використання екологічних методів виробництва вимагають значних фінансових вкладень, що може обмежувати доступ малих виробників до ринку [7]. Також викликом є зміни клімату, які впливають на біорізноманіття квіткових рослин – основного джерела нектару для бджіл [5].

Перспективи розвитку ринку біомеду в Нідерландах залишаються позитивними. Очікується, що зростання продовжиться завдяки поширенню екологічної культури серед споживачів, подальшим інвестиціям у новітні технології та розширенню міжнародної співпраці. Значну роль у цьому процесі відіграють міжнародні виставки, такі як BIOFACH, які сприяють популяризації органічного меду та налагодженню партнерських відносин між виробниками, переробниками та дистриб'юторами [6].

Таким чином, ринок біологічного меду в Нідерландах демонструє стабільне зростання завдяки інноваціям, підтримці держави та підвищенню попиту на екологічно чисті продукти. Однак для подальшого розвитку необхідно вирішувати проблеми високої собівартості, адаптуватися до кліматичних викликів та продовжувати впроваджувати новітні технології у виробництво.

Список використаних інформаційних джерел

1. Centre for the Promotion of Imports from developing countries. (n.d.). What demand? Market information for honey. URL: <https://www.cbi.eu/market-information/honey/what-demand>.
2. Industry ARC. (n.d.). Organic honey market research report. URL: <https://www.industryarc.com/Research/organic-honey-market-research-800110>.
3. Kate's Real Food. (n.d.). Organic honey: An ultimate guide. URL: <https://katesrealfood.com/blogs/blog/organic-honey-an-ultimate-guide>.
4. Research and Markets. (2025). Organic honey market report: Industry size. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5801469/organic-honey-market-report-industry-size>.
5. Агропортал. (2021). Досвід Нідерландів: як сучасні теплиці наростили аграрне виробництво у 15 разів. URL: <https://agroportal.ua/agrocheck/inopressa/opyt-niderlandov-kak-sovremennye-teplitsy-narastili-agrarnoe-proizvodstvo-v-15-raz>.
6. АгроТаймс. (2025). 24 органічні компанії представляли Україну на Biofach-2025. URL: <https://agrotimes.ua/agromarket/24-organichni-kompaniyi-predstavlyaly-ukrayinu-na-biofach-2025>
7. Пропозиція. (2025). 24 українські компанії презентували органічну продукцію на Biofach-2025. URL: <https://propozitsiya.com/ua/24-ukrayinski-kompaniyi-prezentuvaly-organichnu-produkciyu-na-biofach-2025>.

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ ЯК РУШІЙНІ СИЛИ ПРОЦЕСУ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

А. Р. Варуша, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-41

А. А. Пожар, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Транснаціональні корпорації (ТНК) є одними з найвпливовіших учасників сучасної глобальної економіки. Їхня діяльність

охоплює різні країни, сектори економіки та регіони, що робить їх ключовими рушійними силами економічної глобалізації. Це явище можна розглядати як процес інтеграції національних економік у єдину глобальну систему, який супроводжується зростанням міжнародної торгівлі, потоків інвестицій та технологічного обміну [1].

З теоретичної точки зору, транснаціональні корпорації є великими бізнес-структурами, які здійснюють виробничу, торговельну або іншу діяльність у двох чи більше країнах. Їхня мета полягає у максимізації прибутку через ефективне використання глобальних ресурсів. Економічна глобалізація, у свою чергу, визначається як процес посилення взаємозалежності економік країн світу, що відбувається завдяки лібералізації торгівлі, розвитку транспортних та інформаційних технологій і міжнародному руху капіталу [2]. Взаємодія ТНК і глобалізації є взаємозалежною: з одного боку, ТНК використовують можливості, створені глобалізацією, а з іншого – сприяють її подальшому розширенню [3].

Роль ТНК у глобалізації проявляється через кілька ключових аспектів. По-перше, вони сприяють поширенню технологій, створюючи глобальні виробничі ланцюги. Наприклад, виробництво одного продукту може бути розподілене між кількома країнами: дослідження та розробки відбуваються в одній країні, виробництво комплектуючих – у другій, а фінальна збірка – у третій. Це дозволяє ефективніше використовувати ресурси, зменшувати витрати та збільшувати продуктивність [4].

По-друге, ТНК є ключовими інвесторами у світову економіку. Прямі іноземні інвестиції, які здійснюють транснаціональні корпорації, сприяють економічному зростанню країн-реципієнтів, створенню робочих місць, впровадженню новітніх технологій та розвитку інфраструктури [5]. Особливо це стосується країн, що розвиваються, які часто залежать від іноземного капіталу для свого економічного розвитку.

Вплив ТНК на міжнародну торгівлю є також значним. Вони контролюють значну частку світового товарообігу, формуючи глобальні торговельні потоки. Наприклад, великі корпорації, такі як Apple, Toyota чи Nestlé, експортують продукцію в десятки країн, тим самим стимулюючи інтеграцію національних економік. Окрім того, через свої масштабні операції вони мають змогу впливати на ціноутворення та ринкові стандарти [3].

Водночас, вплив ТНК на економіки країн світу варіюється залежно від їх класифікації. У розвинених країнах ТНК сприяють підвищенню ефективності виробництва та стимулюванню інновацій [4]. У країнах, що розвиваються, їхня роль може бути подвійною. З одного боку, вони сприяють створенню інфраструктури, залученню капіталу та розвитку людського потенціалу. З іншого – існують ризики, пов'язані з надмірною залежністю економік від ТНК, можливими екологічними проблемами та нерівномірним розподілом прибутків [5].

Таким чином, транснаціональні корпорації є ключовими рушійними силами економічної глобалізації, сприяючи інтеграції економік, поширенню інновацій, створенню робочих місць та зростанню конкурентоспроможності країн [2]. Їхній вплив багатогранний: вони відкривають нові можливості для розвитку, але водночас можуть створювати ризики економічної залежності, соціальної нерівності та екологічних проблем.

З огляду на це, важливим є впровадження ефективного регулювання на національному та міжнародному рівнях, щоб забезпечити справедливий розподіл вигід і мінімізувати негативні наслідки. Баланс між розвитком і відповідальністю ТНК має стати основою для сталого економічного зростання у глобалізованому світі.

Список використаних інформаційних джерел

1. World Investment Report 2023. UNCTAD. URL: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2024> (дата звернення 30.03.2025).
2. Воскобосва О. В., Ромащенко О. С. Транснаціональні корпорації в умовах глобалізації економіки України. *Бізнес Інформ*. 2021. № 1. С. 21–27.
3. Шацька З. Я., Костіна Н. С. Транснаціональні корпорації агропромислового сектору: сучасний стан та перспективи розвитку. *Формування ринкових відносин*. 2022. № 10. С. 14–19.
4. Радченко О. П., Шавлюк О. І. Розвиток та особливості впливу транснаціональних корпорацій на економіку України. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2020. Т. 19. Вип. 2(30). С. 102–111.
5. Ярмач О. В. Вплив транснаціональних компаній на економіку України. *Приазовський економічний вісник*. 2023. Вип. 3(14). С. 46–49.

CROWDFUNDING AND TIKTOK: A NEW ERA OF FUNDRAISING

A. Kalyna, specialty International Economic Relations, group IER IB b-21;

*Sujung Kim, department of media communication
Inha University, Republic of Korea*

*L. Franko, Associate Professor of the Department of International Economics and International Economic Relations, PHD
Poltava University of Economics and Trade*

In today's digital world, crowdfunding has become an important tool for financing businesses, social initiatives and charitable projects. Traditionally, platforms such as Kickstarter, Indiegogo, or GoFundMe were used for this purpose [1].

However, with the advent of TikTok, the fundraising process has reached a new level: now ordinary videos can go viral and raise funding in a matter of hours.

TikTok isn't only an entertainment platform, but also a powerful marketing tool that helps to reach millions of people around the world. TikTok works on the principle of viral content: if a video is interesting, emotional or trending, it quickly gains views and engagement. This creates an ideal environment for fundraising, as the platform's algorithms allow even little-known users to reach a large audience. Content formats, such as short stories, trends, and challenges, help to evoke an emotional response. Direct donations through TikTok Live allow you to support campaigns instantly.

There are already many stories of viral videos on TikTok helping to raise large sums of money:

✓ *Saving Grandma's Bakery:* In November 2024, a family-owned bakery in Colorado Springs was on the verge of closing due to financial difficulties. The daughter of the owners asked the popular tiktoker Jessie Terraza (JesFoodie) to visit the bakery and tell her story. After posting the video, which received more than 120,000 views, the bakery received significant support from customers, and in less than a week, people donated more than \$100,000, which helped save the business [2].

✓ *Betty the Waitress:* In 2025, 81-year-old waitress Betty from Pittsburgh could not afford to retire because her social security benefit was only \$915 a month. Her story was overheard by a

restaurant patron, Tami Conzier, who decided to help her and her son. She recorded a short video with Betty's story and posted it on TikTok. The video quickly went viral and touched millions of viewers. This led to the creation of a crowdfunding campaign on GoFundMe. In total, they managed to raise over \$328,000. These funds allowed Betty to finally think about a decent retirement [3].

✓ **Candy's Cupcakes:** In 2011, Candice Bannister founded Candy's Cupcakes in her home kitchen with an initial investment of £300. Thanks to the active use of social media, especially TikTok, the company has achieved significant growth. In 2023, the company's turnover was £900,000, up 31% year-on-year. In October 2023, a record 31,000 cupcakes were made and shipped. Since September of the same year, sales through TikTok have generated over £33,000 in revenue. The company plans to expand its presence on TikTok in 2024, with the goal of reaching a turnover of £1.5 million. Candice emphasises that a combination of passion for baking and ambition has contributed to the success of the business [4].

Although TikTok opens up new opportunities for fundraising, there are also some risks. First and foremost, there is the risk that some users may create false stories to get money. In addition, TikTok can suddenly change its rules and limit the reach of videos. Also, TikTok is not yet an official crowdfunding platform, so funds are often transferred through third-party services.

Despite these difficulties, TikTok has already become an important tool for project funding and is likely to grow in importance in the future. Using the platform's algorithms, video creators can quickly reach a large number of people and find support for their initiatives. Successful cases prove that TikTok is not just a social network, but a powerful financial tool for business, charity, and creative projects.

List of used information sources

1. A. Kalyna, M. T. Kairkenova, L. Franko. Crowdfunding as a tool for supporting entrepreneurship: Analysis of successful practices in Ukraine and international experiences. Science and youth in the XXI century: A collection of materials international youth scientific and practical internet conference (Poltava, 28 November 2024). Poltava : PUET, 2024. P. 549–552.
2. Viral TikTok video saves a struggling Colorado Springs family-owned business. URL: <https://krdo.com/news/2024/11/14/viral-tiktok-video->

saves-a-struggling-colorado-springs-family-owned-business (access date: 07.04.2025).

3. An 81-Year-Old Waitress Said She Couldn't Afford to Retire. Then a Stranger Raised \$300,000 for Her (Exclusive). URL: <https://people.com/81-year-old-waitress-struggled-to-retire-then-a-tiktok-raised-usd328k-exclusive-11708686> (access date: 07.04.2025).
4. Manchester-based Candy's Cupcakes achieves almost one million pound turnover in 2023. URL: <https://aboutmanchester.co.uk/manchester-based-candys-cupcakes-achieves-almost-one-million-pound-turnover-in-2023> (access date: 07.04.2025).

ЄС У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ: ГЕОПОЛІТИЧНІ ВИКЛИКИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ГЕОЕКОНОМІЧНОГО ВПЛИВУ

В. В. Ковтун, здобувачка спеціальності Міжнародні економічні відносини, ОС бакалавр

В. В. Опалько, канд. екон. наук, доцент – науковий керівник Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

У сучасних умовах глобальної нестабільності Європейський Союз змушений адаптувати свою економічну політику до нових геополітичних викликів, зокрема торгових війн, енергетичної кризи та інших глобальних викликів. Водночас ЄС активно використовує геоекономічні інструменти, такі як торговельні угоди, фінансові санкції та інвестиційні механізми, щоб зміцнити свою позицію на світовій арені. Дослідження цих процесів є важливим для розуміння стратегій економічної безпеки та конкурентоспроможності ЄС у глобальній економіці.

Європейський Союз (далі – ЄС) є важливим геоекономічним і геополітичним гравцем, який впливає на світову економіку та міжнародну безпеку. Завдяки єдиному ринку, спільній зовнішній політиці та партнерству з ключовими державами, ЄС визначає глобальні економічні та стратегічні тренди.

Розглянемо основні аспекти геоекономічного впливу ЄС на глобальне середовище.

Європейський Союз стикається з кількома важливими геополітичними викликами в умовах сучасної глобальної економіки. Серед основних викликів можна виділити такі: енергетична безпека (після скорочення постачань енергоресурсів з Росії у ЄС

постало питання диверсифікації джерел енергії та розвитку відновлювальних джерел); торгові війни та конкуренція з великими глобальними економічними гравцями, такими як США та Китай [1]; санкційна політика ЄС, яка створює економічні обмеження для європейської економіки; політична нестабільність, кризи та регіональні конфлікти (наприклад, військові конфлікти в Україні, Азії) змінюють ланцюги постачання, економічні відносини та стратегічне планування Європейського Союзу.

Ці геополітичні виклики змушують ЄС активно шукати нові інструменти геоекономічного впливу, щоб зміцнити свої позиції на міжнародній арені та забезпечити сталий розвиток (табл. 1).

Таблиця 1 – Інструментами геоекономічного впливу, які застосовує ЄС

Інструменти	Опис
Торговельні угоди	ЄС укладає стратегічні торгові угоди з іншими країнами для забезпечення доступу до ринків, зниження тарифів і економічних преференцій
Санкції та контрсанкції	ЄС застосовує економічні санкції для впливу на зовнішніх партнерів, наприклад, обмеження в торгівлі, фінансах тощо
Фінансові інструменти	ЄС використовує фінансові механізми, такі як інвестиційні фонди або кредитні лінії для підтримки економічного розвитку в регіоні
Інструмент стабільності та миру	ЄС фінансує програми підтримки стабільності в країнах, що переживають кризи, щоб зміцнити політичну та економічну стабільність.
Енергетична політика	ЄС застосовує диверсифікацією джерел енергії для підвищення енергетичної безпеки і скорочення залежності від окремих постачальників
Стратегічні партнерства	ЄС активно створює стратегічні альянси з іншими великими економіками та країнами для забезпечення геоекономічних і геополітичних інтересів

Сформовано на основі [1–2].

Ці інструменти дозволяють ЄС реалізовувати свою геоекономічну стратегію, впливаючи на глобальну економіку та політику, забезпечуючи свої інтереси та сприяючи стабільності в регіонах світу.

Отже, ЄС, як одна з провідних економічних сил на світовій арені, забезпечує свою економічну стабільність та впливає на

глобальні економічні процеси. Успішна реалізація геоекономічної стратегії ЄС є важливим фактором для підтримки його конкурентоспроможності та економічної безпеки в умовах постійно змінюваного глобального середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. Долгов І. Геополітичний вимір Євросоюзу: Як змінюється ЄС і як на це впливає Україна. *Укрінформ – актуальні новини України та світу*. URL: <https://surl.lu/ptwska> (дата звернення: 15.03.2025).
2. Європа, що змінюється: стратегічна автономія та безпека у 2025 році та надалі – Міжнародний кур'єр. *Міжнародний кур'єр – Новини України та світу, авторитетно*. URL: <https://surl.lu/qbygrp> (дата звернення: 15.03.2025).

УКРАЇНА В СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ КРЕДИТНИХ ВІДНОСИНАХ

Т. В. Котляр, студентка спеціальності *Міжнародні економічні відносини*, група *МЕВ МБ 6-41*

А. А. Пожар, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах глобальної економічної нестабільності міжнародні кредитні відносини набувають особливої ваги для країн, що перебувають у стані трансформації та відновлення. Для України питання залучення зовнішнього фінансування стало критично важливим у контексті повномасштабної війни, спричиненої агресією Російської Федерації. Країна змушена не лише мобілізувати внутрішні ресурси, а й активно залучати міжнародну допомогу – як фінансову, так і технічну. Саме тому участь України в міжнародних кредитних відносинах сьогодні є визначальним фактором забезпечення її макрофінансової стабільності, економічного виживання та післявоєнного відновлення.

Україна бере участь у різноманітних формах міжнародного фінансового співробітництва – від кредитних ліній до грантових програм. Найбільш масштабним кредитором України виступає Міжнародний валютний фонд. У березні 2023 року між Україною та МВФ було підписано чотирирічну програму EFF на суму близько 15,6 млрд доларів США, метою якої є підтримка фін-

кальної та зовнішньоекономічної стабільності, а також подальше проведення структурних реформ [1].

Поряд із МВФ, значну підтримку надає Світовий банк. Наприклад, у 2024 році банк затвердив програму допомоги Україні в обсязі понад 4 млрд доларів США, що спрямовуються на відновлення інфраструктури, соціальні програми, а також розвиток медичної та освітньої сфер [2]. Варто зазначити, що Світовий банк не лише надає кредити, а й виступає координатором міжнародної допомоги, акумулюючи кошти донорів через спеціалізовані трастові фонди.

Європейський Союз, у свою чергу, забезпечує Україну макрофінансовою допомогою. У 2023–2024 роках Україна отримала понад 18 млрд євро через механізм MFA+ (макрофінансова допомога плюс), з яких лівова частка – у вигляді пільгових кредитів із довгими термінами погашення [3].

Крім офіційних міжнародних інституцій, до фінансування українських потреб активно долучаються країни Великої сімки (G7), які домовилися у 2024 році про механізм використання прибутків від заморожених російських активів для фінансування кредиту Україні обсягом 50 млрд доларів США [4].

Не менш важливим напрямом є двостороннє кредитування, зокрема з боку Японії, Канади, Великої Британії, які надають як прямі бюджетні кредити, так і гарантії для підтримки українського фінансового сектору. При цьому вагомим залишається питання боргової стійкості. У серпні 2024 року Україна досягла попередньої угоди з приватними кредиторами щодо реструктуризації частини зовнішнього боргу, що дозволить уникнути дефолту в короткостроковій перспективі та поліпшити умови обслуговування боргу [5].

Таким чином, міжнародні кредитні відносини відіграють ключову роль у забезпеченні фінансової життєздатності України в умовах війни та підготовки до повоєнного відновлення. Вони дозволяють підтримувати платіжний баланс, фінансувати соціальні видатки, проводити структурні реформи. Водночас важливо, щоб зовнішнє запозичення супроводжувалося прозорою політикою управління боргом, підвітністю перед громадськістю та ефективним використанням ресурсів. У середньо- та довгостроковій перспективі стратегічною метою має бути перехід від залежності від зовнішніх позик до залучення інвестицій та сталого економічного розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Програма EFF для України. *Міжнародний валютний фонд*. URL: <https://www.imf.org/uk/News/Articles/2023/03/31/pr23101-ukraine-imf-executive-board-approves-usd-billion-new-eff-part-of-overall-support-package> (дата звернення: 5.04.2025).
2. Підтримка України у 2024 році. *Світовий банк*. URL: <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine/overview> (дата звернення: 5.04.2025).
3. Допомога Україні: MFA+. *Європейська Комісія*. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/eu-budget/eu-borrower-investor-relations/mfa-programmes-including-ukraine_en (дата звернення: 5.04.2025).
4. G7 leaders agree to deliver \$50 bln in loans to Ukraine as soon as December. *Reuters*. URL: <https://www.reuters.com/world/g7-leaders-agree-how-deliver-around-50-billion-loans-ukraine-2024-10-25/> (дата звернення: 5.04.2025).
5. Ukraine strikes deal to restructure \$20bn of debt. *Financial Times*. URL: <https://www.ft.com/content/2dcaff38-0fbf-4af2-8252-ee717c7e852e> (дата звернення: 5.04.2025).

ТЕХНОЛОГІЧНА АСИМЕТРІЯ КРАЇН ТА ФОРМИ ЇЇ ПРОЯВУ

Б. С. Лук'яненко, студент спеціальності *Міжнародні економічні відносини*, група *МЕВ МБ 6-41*

Ю. О. Єжелій, асистент кафедри *міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин* – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному глобалізованому світі технологічний прогрес є основним фактором економічного зростання та політичного впливу. Однак розподіл технологій між країнами є нерівномірним, що створює технологічну асиметрію. Ця асиметрія проявляється не лише у володінні передовими технологіями, але й у здатності їх створювати, адаптувати та використовувати. Технологічна асиметрія є конкретним проявом загальної нерівності у міжнародних відносинах, де одна країна має більшу політичну та економічну силу, що відображається у технологічних ресурсах. Вона також впливає на конкурентоспроможність та економічне домінування держав.

Ця нерівність чітко виражена через цифровий розрив, який виникає через нерівний доступ до інформаційно-комунікаційних

технологій і відповідних навичок. Така нерівність впливає на доступ до освіти, медичних послуг та інших важливих ресурсів, що посилює соціальні нерівності [1]. Історичні фактори, зокрема промислові революції та колоніалізм, створили первинну технологічну асиметрію, яка поглиблювалася на різних етапах розвитку. XX століття, з його технологічним прогресом у галузях електроніки та обчислювальної техніки, лише посилює цю нерівність.

Одним із основних проявів технологічної асиметрії є розрив у володінні сучасними технологіями. Наприклад, значна різниця в доступі до смартфонів та інтернету між багатими та країнами, що розвиваються, свідчить про великі технологічні диспропорції. Також спостерігається значна різниця в інвестиціях у науково-дослідні розробки, де країни з високим рівнем доходу є основними інвесторами. З іншого боку, країни середнього доходу, такі як Китай та Індія, активно розвивають свій потенціал.

Різниця в інноваційних можливостях також є важливою частиною технологічної асиметрії [2]. Провідні країни, як Швейцарія та Швеція, лідирують у глобальних індексах інновацій, тоді як країни середнього рівня доходу демонструють тенденцію до швидкого зростання. Різниця у доступі до кваліфікованих кадрів у галузях науки та технологій також підвищує асиметрію, оскільки деякі країни мають кращу підготовку в STEM-дисциплінах.

Технологічна асиметрія має суттєвий вплив на економічний, соціальний та політичний розвиток [3]. Країни з розвиненими технологіями зазвичай мають вищу конкурентоспроможність і економічне зростання, в той час як країни з меншими можливостями стикаються з проблемами у доступі до послуг і розвитку інфраструктури. Важливою складовою є також різниця у здатності країн розробляти передові технології в таких сферах, як штучний інтелект і біотехнології, що сприяє ще більшому зростанню асиметрії.

Фактори, що підтримують технологічну асиметрію, включають нерівний доступ до освіти, інвестиції в науку та технології, а також державні політики, які можуть підтримувати чи обмежувати інновації. Для подолання цієї асиметрії країни використовують стратегії інвестування в освіту, науку та технології, зміцнення національних інноваційних систем і розвиток

міжнародного співробітництва. Враховуючи ці зусилля, майбутні тенденції можуть привести до зменшення технологічних диспропорцій, хоча для цього потрібні координовані дії на національному та міжнародному рівнях.

Таким чином, технологічна асиметрія є важливим чинником, що визначає глобальну конкурентоспроможність, економічний розвиток та соціальні відносини між країнами. Вона проявляється у нерівному доступі до технологій, інновацій та науково-дослідних можливостей, що призводить до значних відмінностей у розвитку держав. Незважаючи на зростаючі інвестиції та прогрес у деяких країнах, розрив між технологічно розвиненими державами та країнами, що розвиваються, залишається значним. Проте існують шляхи для скорочення цього розриву, зокрема через покращення освіти, стимулювання наукових досліджень і технологічного обміну. Технологічна асиметрія не є незмінною, і за умови ефективних політик та міжнародного співробітництва є реальні можливості для забезпечення більш рівномірного технологічного розвитку в глобальному контексті.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гончаренко В., Пожар А., Єжелій Ю. «Третій сектор» і соціальна економіка у сучасному світі. *Економіка та суспільство*, 2024. № 69. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-15>.
2. Asymmetric Information in Economics Explained – Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/terms/a/asymmetricinformation.asp> (дата звернення: 18.03.2025).
3. Womack B. *Asymmetry and International Relationships*. Cambridge University Press, 2016. 244 p.

ТЕОРІЇ ТА КОНЦЕПЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

М. О. Протасевич, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41

А. А. Пожар, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Європейська інтеграція є унікальним політичним та економічним процесом, який охоплює широкий спектр інституційних, правових і культурних аспектів. Вона постає не лише як результат прагматичних домовленостей між державами, але й як

складний теоретичний конструкт, що втілює численні підходи до формування спільного європейського простору. Аналіз ключових теорій та концепцій європейської інтеграції дозволяє глибше зрозуміти логіку функціонування Європейського Союзу, його цілі, механізми розвитку та потенційні траєкторії майбутньої еволюції.

У процесі вивчення європейської інтеграції сформувався цілий спектр теоретичних підходів. Найбільш ранньою серед них стала *неофункціоналістська теорія*, запропонована Ернстом Хаасом. Вона виходила з ідеї «розлиття» інтеграції (spillover effect), коли співпраця в одній сфері природним чином спричиняє потребу в координації в інших [1].

На противагу неофункціоналізму виник *інтерговерменталізм*, представлений, зокрема, Стенлі Гоффманом. Цей підхід акцентує роль національних урядів як основних акторів інтеграційного процесу. У межах цієї теорії інтеграція трактується як серія міждержавних домовленостей, які укладаються виключно за національних інтересів [2].

Згодом виникла *теорія багаторівневого управління* (multi-level governance), яка відображає складну архітектуру управління в ЄС. Вона визнає існування численних рівнів ухвалення рішень: від локального до наднаціонального. Цей підхід дозволяє описати реальну політичну практику в ЄС, де прийняття рішень дедалі більше віддаляється від традиційної вертикальної моделі влади [3].

Паралельно розвивалися й критичні теорії інтеграції, зокрема *постструктуралізм*, що зосереджується на питаннях ідентичності, культури та мови в європейському контексті. Ці підходи ставлять під сумнів уніфікованість інтеграційного проєкту, підкреслюючи складність формування єдиного європейського нарративу [4].

Окремої уваги заслуговує *концепція диференційованої інтеграції*, яка пояснює різний рівень залученості держав-членів до окремих політик ЄС. Цей підхід набув популярності після Брекзиту та в контексті розширення ЄС на Схід. Диференціація дозволяє зберігати гнучкість об'єднання, надаючи окремим країнам можливість брати участь лише в тих проєктах, що відповідають їхнім інтересам [5].

Теоретичні підходи до європейської інтеграції відображають динамічну природу цього процесу та багатоманітність його

рушіїв. Неофункціоналізм підкреслює роль інституцій та автоматичного поширення інтеграції, тоді як інтерговерменталізм фокусується на політичному суверенітеті. Теорії багаторівневого управління та диференційованої інтеграції відкривають нові горизонти в аналізі політичної гнучкості ЄС. Водночас критичні підходи наголошують на важливості культурних чинників. Комплексне вивчення цих концепцій дозволяє не лише краще зрозуміти минулі етапи європейського об'єднання, але й сформулювати бачення його майбутнього в умовах глобальних трансформацій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Haas E. B. The Uniting of Europe: Political, Social, and Economic Forces, 1950–1957. Stanford University Press, 1958. 574 p.
2. Moravcsik A. Preferences and Power in the European Community: A Liberal Intergovernmentalist Approach. *Journal of Common Market Studies*. 1993. Vol. 31, № 4. P. 473–524.
3. Hooghe L., Marks G. Multi-Level Governance and European Integration. Lanham: Rowman & Littlefield, 2001. 251 p.
4. Diez T. The Paradoxes of Europe: From Unifying Modernity to Multiple Europes. In: Rumford C. (ed.) *The SAGE Handbook of European Studies*. London: SAGE Publications, 2009. P. 45–63.
5. Schimmelfennig F., Leuffen D., Rittberger B. The European Union as a System of Differentiated Integration: Interdependence, Politicization and Differentiation. *Journal of European Public Policy*. 2015. Vol. 22, № 6. P. 764–782.

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ У СИСТЕМІ СУЧАСНОГО МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

В. В. Самсонов, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-41

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

Транснаціональні корпорації – це великі бізнес-організації, які здійснюють свою діяльність у декількох країнах, маючи значний економічний впливу глобальному масштабі. Зазвичай, ТНК мають штаб квартиру в одній країні, а їхні філії, дочірні компанії або виробничі потужності розташовані в інших краї-

нах. Вони займаються торгівлею, виробництвом, постачанням послуг чи фінансовими операціями на міжнародному рівні [1]. Дякуючи працям вітчизняних науковців ми маємо можливість побачити розвиток та вплив ТНК на систему сучасного міжнародного бізнесу, а саме: Стебляк Д. М. надає розгорнуте трактування поняття ТНК [1]. Дані, отримані з Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) відіграють важливу роль в розумінні теми [2]; Свірський В. С. визначає сучасні тенденції транснаціоналізації економічної діяльності [3]; Стрілець В. Ю. та ін. досліджують проблеми, що виникають у діяльності міжнародного бізнесу [4–6].

З теоретичної точки зору ТНК відіграють ключову роль в системі сучасного міжнародного бізнесу, точну кількість ТНК визначити складно, оскільки їх кількість постійно змінюється через створення нових компаній, злиття та поглинання. Проте, за даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), у світі існують тисячі ТНК, які мають свої філії у багатьох країнах [2]. Філії ТНК розташовані по всьому світу, вони охоплюють різні галузі. Наприклад:

1. Apple inc. має свої філії та виробничі потужності в багатьох країнах, з них: Китай, Індія, Ірландія та багато інших.

2. Coca-Cola забезпечує виробництво та розповсюдження напоїв через свої філії у понад 200 країнах.

3. Toyota має заводи та офіси в різних регіонах, таких як США, Європа та Азія [2].

Станом на 2023 рік, сучасні ТНК володіють приблизно 95 % світових патентів та ліцензій [3].

ТНК відіграють значну роль у системі міжнародного бізнесу, вони забезпечують розвиток НТП в усіх його напрямках: технічний рівень якості продукції, ефективність виробництва, удосконалення форм менеджменту, управління підприємствами та інші, також сучасні ТНК допомогли створити сферу послуг для міжнародного виробництва, що сприяло перетворенню регіональних міжнародних відносин у глобальні [5].

Вплив ТНК на світовий ринок залишається вагомим, вони здійснюють активну виробничу, інвестиційну та торговельну діяльність, деякі з них перетворюються на міжнародних монополістів. Дослідження індексу транснаціоналізації, який був розра-

хований для деяких компаній показує зріст вагомості ТНК на світовому ринку [4].

Таким чином, ТНК є ключовими учасниками глобальної економіки, які не лише адаптують регіональні бізнес-моделі до міжнародних стандартів, а й впливають на економічні, соціальні та технологічні аспекти життя в різних країнах. Їх діяльність значною мірою визначає розвиток світового ринку та економічних відносин.

Важливим фактором існування ТНК у системі міжнародного бізнесу буде збереження гарних відносин між державами та ТНК щоб гарантувати економічне зростання та розвиток технологій, але не треба забувати про регулювання як на міжнародному рівні так і на національному для забезпечення здорового конкурентного середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стебляк Д. М. ТНК в міжнародному бізнесі. Науковий вісник Ужгородського національного університету випуск. 2024. № 51. С. 84–86.
2. UNCTAD-data hub. URL: <https://unctadstat.unctad.org/EN/Index.html>.
3. Свірський В. С. Сучасні тенденції транснаціоналізації економічної діяльності: інноваційний аспект. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 2. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua>.
4. Стрілець В. Ю., Пожар А. А., Франко Л. С., Єжелей Ю. О., Гаращенко Б. В. Стратегія подолання логістичних бар'єрів у контексті розвитку міжнародного туристичного бізнесу України. *Ефективна економіка*. 2025. № 1. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5540>.
5. Стрілець В. Ю., Пожар А. А., Флегантова А. А., Франко Л. Ю., Єжелей Ю. О., Зборик Д. С. Цифровізація як інструмент побудови інноваційної стратегії розвитку бізнесу країн ЄС в умовах адаптації до кризових тенденцій міжнародної економіки. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2024. № 3(113). С. 80–88 URL: <http://puet.poltava.ua/index.php/economics/article/view/277>.
6. Стрілець В. Ю. Досвід ТНК у застосуванні інноваційних методів мотивації персоналу (на прикладі компанії «BNP Paribas Group»). *Причорноморські економічні студії*. 2021. № 71. С. 40–47. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/71_2021/8.pdf.

РОЛЬ КРАУДФАНДИНГУ ТА ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ У ФІНАНСУВАННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

Д. Л. Сичук, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-31

*Л. С. Франко, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Цифрові платформи сьогодні кардинально змінюють можливості для малого бізнесу. Вони не лише спрощують залучення коштів, просування товарів та послуг, а й налагоджують ефективну комунікацію з клієнтами. Сервіси, від краудфандингових майданчиків до інвестиційних платформ, забезпечують швидкий доступ до фінансування, альтернативний традиційним банкам та інвесторам. Проте цифрові платформи не обмежуються лише краудфандингом. Наприклад, р2р-кредитування (peer-to-peer) пропонує малим компаніям можливість отримувати фінансування безпосередньо від інвесторів, без посередництва банків. Такі платформи виступають в ролі посередників, які виконують функції перевірки, оцінки кредитоспроможності та управління позиками. Крім того, є інвестиційні платформи, на яких підприємства можуть залучати інвестиції від приватних осіб в обмін на частку в бізнесі або відсоткові виплати.

На відміну від краудфандингу, інші цифрові фінансові платформи, як правило, використовують більш структурований підхід, що передбачає юридично оформлені угоди, обов'язкове повернення інвестицій, а в деяких випадках – розподіл прибутків. Краудфандинг, з іншого боку, пропонує більш адаптивну та доступну модель фінансування, хоча і з меншою гарантією успіху, оскільки результат кампанії значною мірою залежить від привабливості проєкту, зусиль автора та здатності зацікавити потенційних спонсорів. Отже, цифрові платформи формують адаптивне середовище для малого бізнесу, яке дозволяє поєднувати різні джерела фінансування в залежності від етапу розвитку, поставлених цілей та рівня готовності до фінансових зобов'язань [2].

Краудфандинг в Україні, представлений платформами Спільнокошт (BiggggIdea) та StartEra, трансформує спосіб фінансування малого бізнесу, особливо на початкових етапах

[4]. Замість традиційних інвесторів, підприємці звертаються до широкої публіки, пропонуючи їм стати частиною їхньої історії. Це не просто збір коштів, а додаткова можливість налагодити зв'язок із потенційними клієнтами, отримати цінний фідбек та створити спільноту навколо бренду. Успіх краудфандингової кампанії залежить від довіри, креативності та відкритої комунікації, що робить його ідеальним інструментом для підтримки креативних, локальних та соціально-орієнтованих проєктів.

Цифрові платформи надають широкий вибір фінансових інструментів для малих підприємств, що виходить за межі лише краудфандингу. В Україні активно функціонують фінансові технології, такі як IZiBank, Sportbank та NEOBANK, які пропонують онлайн-кредитування, миттєві транзакції та автоматизовані банківські рішення для підприємців. У зоні р2р-кредитування популярністю користуються міжнародні платформи, такі як Mintos та PeerBerry, що дозволяють українським бізнесам отримувати фінансування безпосередньо від інвесторів. Крім того, грантові платформи, такі як Взаємодія, House of Europe, Prostir Grants та GURT Resource Center, стають все більш актуальними, адже вони допомагають підприємцям знайти доступні грантові програми від ЄС, ООН, USAID та інших донорських організацій [5]. Існують і електронні платформи державного фінансування, такі як ProZorro. Продажі, які дозволяють взяти участь у програмі «Робота» або отримати державну допомогу для розвитку малих бізнесів [1]. Ці цифрові сервіси відкривають можливості доступу до безповоротних коштів, що сприяє сталому розвитку бізнесу без додаткового фінансового навантаження.

Цифрові платформи перетворилися на ключове джерело фінансування для малого бізнесу, пропонуючи швидкий доступ до гнучких фінансових інструментів. Вони стимулюють нові форми співпраці, підтримки спільноти та взаємодії з клієнтами. Малий бізнес може обирати між краудфандингом, інвестиційними платформами, кредитами та грантами, враховуючи свої потреби та стадію розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аналітична записка – Дослідницька служба Верховної Ради України. URL: research.rada.gov.ua (дата звернення: 22.04.2025 р.).

2. Диба О. М., Іващенко А., Поліщук С. Перспективи розвитку краудфандингу в Україні як інструменту залучення коштів для підприємств малого та середнього бізнесу. URL: ir.kneu.edu.ua (дата звернення: 23.04.2025 р.).
3. Міжнародна р2р-платформа Mintos. URL: mintos.com (дата звернення: 22.04.2025 р.).
4. Платформа «Спільнокошт (BiggggIdea)». URL: biggggidea.com (дата звернення: 23.04.2025 р.).
5. GURT Resource Center. URL: gurt.org.ua (дата звернення: 23.04.2025 р.).

THE EFFICIENCY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF DOMESTIC ENTERPRISES IN UKRAINE: CHALLENGES AND STRATEGIC PRIORITIES

Д. Л. Сичук, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б 41

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

Amid the ongoing aggression by the Russian Federation and the global economic instability, enhancing the effectiveness of foreign economic activity (FEA) of Ukrainian enterprises is of critical importance for maintaining economic resilience, strengthening positions in international markets, and securing foreign exchange earnings. The issue of FEA effectiveness is at the forefront of academic discourse among Ukrainian scholars. For instance, Sobkevych O. V. and colleagues identify development priorities for the real sector during wartime and in the context of post-war recovery [2]; Strilets V. Yu. and co-authors explore the prospects for the recovery of tourism enterprises following global disruptions, taking into account digital transformation and ecological innovation [1]; Dykha M. et al. examine the impact of the innovation environment on the competitive behavior of Ukrainian enterprises in the market [3]; Pedchenko N. S. and co-authors analyze state support mechanisms for the recovery of small businesses in the post-war period [4].

The effectiveness of FEA by domestic Ukrainian enterprises in 2023 requires a comprehensive assessment that considers both macroeconomic indicators and sector-specific dynamics. Over the

course of the year, the total volume of goods exported from Ukraine amounted to approximately USD 36 billion, representing an 18% decline compared to the previous year. This decrease was driven, on the one hand, by the prolonged consequences of the war, including the destruction of logistics infrastructure and restricted access to seaports, and, on the other hand, by a general decline in industrial production, particularly in the metallurgical sector. At the same time, the export of services remained stable, reaching nearly USD 9 billion, which indicates relative resilience and promising potential in this sphere.

Agriculture remains a key driver of Ukraine's foreign economic activity. In 2023, the export of agricultural products amounted to USD 22 billion. Oilseed crops, especially sunflower oil, continued to hold a significant share in the export structure. In addition, corn exports generated nearly USD 5 billion, underscoring the country's high dependence on raw material-oriented production. However, such dependence also represents a vulnerability, as commodity markets are volatile and agricultural prices are extremely sensitive to global fluctuations and political factors.

Exports of metallurgical products turned out to be among the most affected sectors. In 2023, exports of ferrous and non-ferrous metals totaled only USD 3.9 billion, a significant decline compared to pre-war levels [5]. This figure illustrates the critical state of Ukraine's industrial sector, which, due to the destruction of factories and the suspension of production capacities in front-line regions, requires not only recovery but also deep modernization.

The development of the services sector is also noteworthy, as it continues to demonstrate growth potential amidst digital transformation. In 2023, more than 37% of service exports came from telecommunications, computer, and information services. This reflects the adaptability of the Ukrainian IT sector, its sustained competitiveness, and its capacity to generate value-added even under wartime conditions. Transport services accounted for more than 35% of total service exports, underscoring the vital role of logistics while also exposing its vulnerability due to route blockages and infrastructure damage [5]. In the context of FEA, it is important to highlight the geographical diversification of Ukraine's trade partnerships. In 2023, Poland, Romania, and China remained Ukraine's top trading partners. Exports to Poland exceeded USD 4.4 billion, while exports to Romania reached over USD 3.6 billion.

China ranked third among key destination markets for Ukrainian products [5]. This structure allows for a certain degree of reduced dependence on individual markets and provides strategic flexibility in the face of global uncertainties.

Overall, Ukraine's FEA in 2023 demonstrated relative resilience due to the performance of the agricultural and digital sectors. However, the overall decline in goods exports and deteriorating industrial indicators point to the urgent need to transition to a new model of foreign economic policy. To increase the effectiveness of FEA, Ukraine should prioritize the development of exports with high added value, stimulate the processing industry, modernize the metallurgical complex, and support innovative activities in the services sector. Equally crucial is the development of modern transport and logistics infrastructure that will enable the effective integration of Ukrainian enterprises into global supply chains. In the long term, structural transformation of the economy, combined with an adaptive trade strategy, will be the cornerstone of sustainable economic growth and the enhancement of Ukraine's international competitiveness.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стрілець В. Ю., Франко Л. С., Сокіл А. А., Соколовський В. Р., Богдан Є. С. Перспективи відновлення підприємств туристичної галузі після глобальних потрясінь з урахуванням цифрових трансформацій та екологічних інновацій. Ефективна економіка. 2025. № 2. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/5769>.
2. Собкевич О. В., Шевченко А. В., Русан В. М. та ін. Пріоритети розвитку реального сектора в умовах війни та повоєнного відновлення економіки України : аналіт. доп. ; за заг. ред. Я. А. Жаліла. Київ : НІСД, 2024. 104 с.
3. Dykha M., Franko L., Strilets V., Ivanov M. and Rybina L. The influence of innovative development in the EU countries and Ukraine on the competitiveness of national economies: A comparative analysis. (Scopus та ін.) 2024. Problems and Perspectives in Management. № 22(2). P. 1–16. doi:10.21511/ppm.22(2).2024.
4. Педченко Н. С., Стрілець В. Ю., Яріш О. В., Сокіл А. А., Муха М. Ю. Державна підтримка відновлення малого підприємництва в Україні у післявоєнний період: галузевий аспект. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». 2023. № 57. С. 37–47. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2023/57-2023/7.pdf>.
5. Ukraine – statistics & facts. URL: <https://www.statista.com/topics/2473/ukraine/>

МЕТОДИ НАЛАГОДЖЕННЯ ПОЗИТИВНИХ СТОСУНКІВ У КРОС-КУЛЬТУРНИХ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРАХ

В. Ю. Шахматєєв, студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ 6-41

А. А. Пожар, канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі, що стрімко глобалізується, міжкультурна взаємодія стала невід'ємною частиною ділового середовища. Підприємства виходять на міжнародні ринки, формуються транснаціональні команди, а переговори дедалі частіше ведуться представниками різних культурних традицій. У цьому контексті успішність переговорного процесу багато в чому залежить не тільки від економічної доцільності чи юридичних аспектів, а й від уміння налагоджувати позитивні, довірливі міжособистісні відносини з урахуванням культурних особливостей кожної зі сторін [1].

Крос-культурна комунікація супроводжується низкою труднощів. Відмінності у мовних звичках, невербальній поведінці, нормах етикету, системах цінностей і очікуваннях щодо формальності процесу можуть спричинити непорозуміння, образи, а іноді й провал переговорів. Так, представники західної культури можуть цінувати чіткість і прямоту, тоді як у східних культурах пріоритет часто надається непрямому стилю спілкування, гармонії та уникненню конфронтацій [2].

Незважаючи на наявні виклики, досвід багатьох міжнародних компаній свідчить про те, що ефективна міжкультурна комунікація є навиком, якого можна і потрібно набувати. Використання відповідних методів сприяє створенню продуктивного переговорного клімату, зменшує рівень стресу й допомагає встановити довготривалі партнерські зв'язки. До найбільш результативних методів, спрямованих на налагодження позитивних стосунків у крос-культурних ділових переговорах, належать:

1. *Попереднє культурне занурення.* Перш ніж розпочати переговори, важливо зібрати максимум інформації про культурне походження партнера: систему цінностей, релігійні особливості, бізнес-етикет, стиль прийняття рішень. Наприклад, у німецькій діловій культурі цінується точність, логіка та послідов-

ність, а в арабських країнах важливою складовою переговорів може бути неформальна довіра, заснована на особистих контактах [3].

2. *Розвиток міжкультурної компетентності.* Це інтегративна якість, що включає здатність усвідомлювати культурні відмінності, емпатійно сприймати іншу точку зору, адаптувати свою поведінку до контексту та уникати культурного етноцентризму. Міжкультурна компетентність потребує як теоретичних знань, так і практичного досвіду, набутого через спілкування з представниками різних культур [4].

3. *Активне слухання та уточнення.* Через мовні бар'єри чи відмінності в інтерпретації одна й та ж фраза може мати різне значення для різних учасників. Тому в переговорах важливо підтверджувати розуміння: перефразувати, ставити уточнювальні запитання, проявляти уважність до невербальних сигналів. Активне слухання сприяє формуванню відчуття поваги та взаємного визнання.

4. *Пошук культурних точок дотику.* Незалежно від культурних відмінностей, учасники переговорів часто мають спільні інтереси – економічну вигоду, безпеку, інновації чи сталий розвиток. Ідентифікація таких точок перетину дозволяє зосередити увагу не на відмінностях, а на можливостях співпраці, що створює сприятливий клімат для конструктивного діалогу [5].

5. *Залучення культурних фасилітаторів або посередників.* У складних ситуаціях доцільним є звернення до професіоналів, які мають досвід у сфері міжкультурної комунікації. Це можуть бути перекладачі, локальні бізнес-консультанти або навіть спеціально підготовлені фасилітатори, які розуміють особливості обох культур і можуть допомогти сторонам краще зрозуміти одна одну.

Крім вищезазначених методів, важливу роль відіграють гнучкість, відкритість до зворотного зв'язку та готовність до саморефлексії. Адже в міжкультурному контексті помилки неминучі, але ставлення до них і здатність вчитися на них визначають якість ділових стосунків у довгостроковій перспективі.

Таким чином, налагодження позитивних стосунків у кроскультурних ділових переговорах є стратегічно важливою умовою для досягнення ефективної співпраці у глобальному середовищі. Методи, описані в цій доповіді, сприяють розвитку довіри, взаємної поваги й конструктивного діалогу, що, своєю

чергою, забезпечує довготривалі переваги для всіх учасників переговорного процесу. Сучасний бізнес вимагає від учасників не тільки професійних знань, а й високого рівня культурної чутливості, що перетворює крос-культурні виклики на нові можливості партнерства та зростання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Самойленко І. Г. Міжкультурна комунікація в міжнародному бізнесі : навч. посіб. Київ : Центр учбової л-ри, 2021. 328 с.
2. Захарченко В. С. Крос-культурні особливості ведення переговорів. *Вісник КНТЕУ*. 2022. № 5. С. 47–55.
3. Гофстеде Г. Культури та організації: програмування розуму. Київ : Основи, 2019. 448 с.
4. Павленко А. О., Соловійов Д. В. Міжкультурна компетентність як складова професійного розвитку. *Проблеми економіки та управління*. 2020. № 3. С. 35–41.
5. Мартін Дж., Накаяма Т. Міжкультурна комунікація у контексті. Київ : Ліра-К, 2023. 384 с.

**ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПРОВЕДЕННЯ
ЗАКУПІВЕЛЬ ТОВАРІВ, РОБІТ І ПОСЛУГ**

*В. В. Антоненко; В. В. Преснов, студенти спеціальності
Підприємництво та торгівля, група ПЗ м-11*

*А. І. Мілька, канд. екон. наук, завідувач кафедри бухгалтер-
ського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Для підвищення ефективності публічних закупівель, вдосконалення законодавчої бази, забезпечення раціонального використання державних коштів, а також приведення окремих правових норм у відповідність до європейських стандартів, необхідно розглянути досвід європейських країн та визначити можливі способи вдосконалення його застосування в Україні. Стійкий інноваційний та економічний розвиток США, Японії, Китаю та інших країн свідчить про високу ефективність та якість державного регулювання економічної діяльності в цих країнах, тому їх досвід може бути корисним для України.

Наразі бракує комплексних наукових досліджень, які стосуються перспективних напрямів застосування позитивного зарубіжного досвіду у господарському законодавстві України в сфері регулювання публічних закупівель.

У законодавстві зарубіжних країн, що регулює організацію та проведення публічних закупівель, значна увага приділяється забезпеченню прозорості та відкритості інформації, а також попередженню зловживань з боку організаторів, замовників та учасників процесу закупівлі. Використання процедури відкритих торгів дає змогу найбільш ефективно реалізувати принципи та гарантувати дотримання відповідних вимог усіма учасниками процесу закупівлі.

Так, у США законодавство передбачає «необхідність впровадження політики, що запобігає виникненню конфлікту інтересів і стимулює належну поведінку працівників, відповідальних за публічні закупівлі. У цьому контексті, зокрема, забороняється

розкриття інформації про заявку на контракт, за винятком випадків, передбачених законодавством, до моменту оголошення про укладення контракту. Ця заборона поширюється не тільки на співробітників федеральних органів США, але й на інших учасників процесу організації закупівель» [3, с. 261–269].

У США, як і в багатьох інших країнах, процедура закупівлі здійснюється переважно через централізовану електронну систему, втручання в яку вважається правопорушенням.

Зокрема, в Австрії, Іспанії та Португалії «установи центрального рівня зобов'язані законом здійснювати закупівлі через централізовані закупівельні організації, тоді як для інших замовників ця процедура не є обов'язковою.

У Бельгії така обов'язковість діє у разі перевищення певного вартісного порогу. В Німеччині, де централізовані закупівельні організації працюють на рівні Міністерства внутрішніх справ, усі закупівельні тендери федеральних міністерств вище певного порогового рівня повинні проводитися лише через ці організації» [1].

Варто зауважити, що в Швейцарії «процедури закупівель регулюються кантональним, міжкантональним і місцевим законодавством, яке забезпечує рівний і недискримінаційний доступ на ринок постачальників як зі Швейцарії, так і з інших країн, за умовами, аналогічними швейцарському режиму державних закупівель. Особлива увага в законодавстві приділяється сфері застосування та суб'єктам державних закупівель» [2, с. 545–551].

Законодавство Бразилії встановлює, що, «за винятком випадків, передбачених законом, публічні роботи, послуги, закупівля та передача права власності на товари та іншу продукцію повинні здійснюватися через відкриту тендерну процедуру, яка забезпечує рівні умови для всіх учасників. Процедура повинна включати положення, що передбачають оплату зобов'язань. Умови участі в тендері повинні бути ефективними та відповідати вимогам закону, який дозволяє лише встановлення вимог до технічних та економічних кваліфікацій, необхідних для забезпечення виконання зобов'язань» [1, 2].

Таким чином, у багатьох країнах світу публічні закупівлі розглядаються як ефективний інструмент забезпечення раціонального та оптимального використання бюджетних коштів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Малолітнева В. К. Господарсько-правовий інститут закупівель: монографія. Київ: ДУ «Інститут економіко-правових досліджень ім. В. К. Макутова Національної академії наук України», 2020, 412 с.
2. Садовенко О. Л. Досвід правового регулювання державного замовлення в зарубіжних країнах та втілення його в законодавство України. Актуальні проблеми держави і права. 2011. Вип. 61. С. 545–551.
3. Фалко Ю. В. Організація державних закупівель: зарубіжний досвід та практика України. Університетські наукові записки. 2014. № 1 (49). С. 261–269.

КОМУНІКАЦІЇ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ РОБОТИ ПРОФЕСІЙНОГО ЗАКУПІВЕЛЬНИКА

О. С. Антоненко, магістр освітньої програми «Публічні закупівлі»

*О. В. Манжура, д-р екон. наук, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

У оновленому стандарті фахівця з публічних закупівель значну увагу приділено м'яким навичкам (soft-skills), які важливо розвивати, щоб бути більш конкурентним на ринку праці [1].

Згідно зі звітом дослідницької групи APQC навчання спеціалістів з закупівель є «неадекватним» для розвитку найважливіших навичок на майбутнє, тому на виході багатьом організаціям важко знайти кваліфікованих спеціалістів із закупівель, які б «керували функцією на майбутнє».

Виходячи з отриманих даних, можна констатувати, що ключові ділові навички менеджерів із закупівель розподіляються за кількома основними кластерами: **етичні та комунікаційні компетенції** (ділова етика – 59,8 %, комунікація – 55,9 %), **навички взаємодії зі стейкхолдерами** (управління зацікав-

леними сторонами – 54,9 %, побудова стосунків і управління – 52 %, управління відносинами з постачальниками – 47,1 %), а також **когнітивні та лідерські якості** (критичне мислення – 48 %, лідерство – 46,6 %, прийняття рішень – 42,2 %). Важливо також відзначити значущість **переговорних компетенцій** (традиційні переговори – 41,2 %) та **навички командної роботи** (39,7 %), які є невід’ємними складовими професійної ефективності у сфері закупівель.

Очевидно, що навчання своїх відділів має бути одним з пріоритетів для керівників функції закупівель в організаціях.

Відповідно, важливим результатом навчання професійних закупівельників для виконання своїх трудових функцій є комунікативні навички.

Професійний закупівельник – професійний комунікатор, адже він має чи не найбільше в організації каналів і потоків комунікацій: і з ініціаторами, і з постачальниками, і з юристами/фінансистами, і з керівниками, і з технічними службами тощо. Комунікації для закупівельника – важливий інструмент роботи, володіти яким бажано професійно.

Комунікації з ініціаторами закупівлі є надважливою частиною закупівельного процесу, адже остаточне бачення предмету і процесу закупівлі виникає в результаті обговорення саме між цими двома сторонами. Більш того, підтримка спілкування в процесі закупівлі буде корисною для розуміння ініціатором вашої роботи з аналізу ринку, пошуку і оцінці альтернатив, подолання всіх можливих перешкод з логістикою, погодженням і укладанням договору тощо.

Ефективна взаємодія між фахівцями із закупівель та ініціаторами є ключовим фактором успіху закупівельного процесу. Для досягнення цієї мети, рекомендується дотримуватися наступних принципів та практик:

1. Чітка регламентація процедур збору заявок. Важливо розробити та впровадити прості, зрозумілі та зручні для обох сторін правила збору заявок від ініціаторів, забезпечивши їх широке ознайомлення з цією інформацією. Послідовне дотримання затверджених процедур та заохочення колег до подання заявок у визначені терміни є запорукою системності. Водночас,

слід зберігати гнучкість на випадок форс-мажорних обставин. Оптимізувати процес збору заявок допоможе попередня розробка стандартизованих анкет або форм.

2. Налагодження емоційного контакту та узгоджене бачення. Встановлення позитивного емоційного контакту сприяє ефективнішій комунікації протягом усього закупівельного циклу. Необхідно досягти узгодженого бачення етапів закупівельного процесу для бажаного предмета закупівлі та спільно узгодити терміни виконання.

3. Ефективна комунікація та спільний аналіз. Після проведення аналізу ринку та оцінки варіантів, важливо тісно взаємодіяти з ініціатором, узгоджуючи подальші кроки. Рекомендується використовувати один узгоджений канал для всіх письмових комунікацій (наприклад, електронна пошта, корпоративні месенджери). Важливо регулярно інформувати ініціатора про хід закупівлі.

У випадках, коли предмет закупівлі вимагає особистих зустрічей з постачальниками, обов'язково слід запрошувати ініціатора, спільно працювати над сценарієм зустрічі та переліком питань.

Після завершення закупівлі, вкрай важливо провести спільний аналіз результатів, зробити висновки на майбутнє та провести роботу над помилками. Перед початком нової закупівлі для того ж ініціатора, доцільно почати з аналізу попереднього «спільного» кейсу, що дозволить врахувати набутий досвід та підвищити ефективність майбутніх процесів [2].

Не менш важливою частиною закупівельного процесу є комунікація з постачальниками, і тут закупівельник теж може управляти процесом спілкування на користь всіх задіяних сторін.

Основною тенденцією в світових закупівлях є зміна ставлення до постачальника як до суперника на користь побудови довірливих, передбачуваних стосунків і партнерства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Професійний стандарт «Фахівець з публічних закупівель». URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&id=2561616f-819f44b68e9239a01b2024f8&title=ObgovorenniaProektuProfesiinogoStandartufakhivetsZPublichnikhZakupivel>.

2. Гайд з комунікацій. Центр вдосконалення закупівель КШЕ. URL: https://cep.kse.ua/article/CEP_Communication_guide_final.pdf.

ПРОБЛЕМИ, НЕДОЛІКИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕСЗ PROZORRO

***О. М. Артюх**, студент спеціальності Підприємництво та торгівля», група ПЗ м-11;*

***Р. С. Таровик**, студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПЗ м-11*

***М. О. Любимов**, канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

ProZorro є яскравим прикладом успішної реформи, яка докорінно змінила підхід до державних закупівель в Україні. Завдяки її запровадженню вдалося досягти більшої прозорості, посилити конкуренцію та забезпечити економію бюджетних коштів. Крім того, система стала платформою для подальших змін у сфері державного управління. У перспективі ProZorro має потенціал для зростання ефективності за рахунок впровадження новітніх технологій та розширення функціональних можливостей.

Незважаючи на досягнення, система стикається з рядом проблем [1–5], серед яких можна виділити наступні:

1. Низька якість товарів: прагнучи зекономити, замовники іноді обирають найдешевші пропозиції, що не завжди відповідають стандартам якості.

2. Технічні труднощі: користувачі стикаються з технічними збоями та незручністю інтерфейсу, що ускладнює проведення тендерів.

3. Складність для нових учасників: малі підприємства часто зіштовхуються з проблемами через складність тендерної документації та відсутність необхідного досвіду.

Україна має значний потенціал для розвитку системи електронних закупівель, яка може стати ключовим елементом економічної модернізації. Подолання поточних бар'єрів – технічних, фінансових та законодавчих – сприятиме підвищенню ефективності й прозорості закупівельних процесів. Для цього необхідно

розробити всебічну стратегію, яка охоплює: удосконалення освітніх програм, щоб підвищити обізнаність та навички державних службовців, підприємців і громадян у сфері електронних закупівель; пріоритетне інвестування в технології та інфраструктуру; активну співпрацю з міжнародними партнерами задля отримання фінансової й технічної підтримки; розширення громадського контролю, що сприятиме зниженню рівня корупції та підвищенню прозорості.

На основі результатів дослідження можна прогнозувати, що протягом наступного десятиліття система ProZorro зазнає значних інноваційних змін [1–5], зокрема:

1. Максимальна автоматизація процесів за допомогою штучного інтелекту, що дозволить здійснювати аналіз даних та виявляти ризики без участі людини.

2. Розширення можливостей системи шляхом створення нових модулів для ефективного управління контрактами та формування звітності.

3. Вихід на міжнародний рівень: інтеграція з глобальними ринками для участі у транскордонних закупівлях через єдину електронну платформу.

4. Інновації у сфері сталого розвитку: сприяння екологічно чистим закупівлям і заохочення соціально відповідального підприємництва.

Таким чином, ProZorro залишається прикладом успішної трансформації державних закупівель в Україні. Система вже принесла прозорість, чесну конкуренцію та значну економію бюджетних коштів. У майбутньому її подальший розвиток завдяки інноваційним підходам і функціональному вдосконаленню має всі шанси ще більше підвищити ефективність державного управління.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вальковець, А., & Поляк, К. (2023). Сучасний стан та перспективи розвитку електронних публічних закупівель в Україні. Економіка та суспільство, (49). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-1>.
2. Дудар А. А. Впровадження системи електронних закупівель «Prozorro». Європейська інтеграція в контексті світових глобалі-

- заційних процесів / А. А. Дудар // Матеріали науково-практичної конференції (5 травня 2017 року). – Одеса : Одеський регіональний інститут державного управління, 2017. – С. 94–96.
3. Педченко, Н., Кудаський, О., & Педченко, М. (2023). Публічні закупівлі в Україні: переваги на недоліки. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки», (2 (108), 31-35. <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-2-4>.
 4. Чебан Ю. Ю., Сирцева С. В. Електронна система публічних закупівель в Україні: особливості функціонування та перспективи розвитку. Modern Economics. 2021. № 27(2021). С. 220–227. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V27\(2021\)-31](https://doi.org/10.31521/modecon.V27(2021)-31).
 5. Prozorro : офіційний сайт. URL: <https://prozorro.gov.ua/>.

ШТРАФИ ТА СТРОКИ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У СФЕРІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

А. А. Козаков, студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПЗ м-11;

Д. В. Паламарчук, студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПЗ м-11

О. В. Артюх-Пасюта, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник Полтавський університет економіки і торгівлі

У ч. 1 ст. 44 Закону України «Про публічні закупівлі» (редакція від 23.10.2024 р. № 3988-IX) зазначено коло осіб, які несуть відповідальність за невиконання вимог законодавства у сфері публічних закупівель, зокрема, до них належать: «службові (посадові) особи замовника, уповноважена особа замовника та керівники замовників» [2]. Санкцією за порушення законодавства про закупівлю, визначені у статті 164¹⁴ КпАП є штраф. Відповідно до КУпАП «штраф – застосування до правопорушника, через певну, встановлену законодавством процедуру, грошового стягнення, що накладається на громадян, які вчинили правопорушення, що передбачене КУпАП. Штраф застосовується лише і виключно до фізичних осіб (у певних видах правопорушень посадових осіб), а не до підприємств, установ, або організацій» [1]. Розміри штрафів та строки їх застосування у сфері публічних закупівель розглянуто у табл. 1.

Таблиця 1 – Розміри штрафів та строки їх застосування у сфері публічних закупівель

Підстава та склад порушення	Відповідальність	Строк застосування штрафу
<i>ч. 1 ст. 164^а КпАП</i> Порушення порядку визначення предмета закупівлі; несвочасне надання або ненадання замовником роз'яснень щодо змісту тендерної документації; тендерна документація складена не у відповідності із вимогами закону; розмір забезпечення тендерної пропозиції перевищує межі, визначені законом; неоприлюднення або порушення строків оприлюднення інформації про закупівлі; неоприлюднення або порушення порядку оприлюднення інформації про закупівлі, ненадання інформації, документів у випадках, передбачених законом; порушення строків розгляду тендерної пропозиції	Штраф 100 НМДГ на: службових (посадових) осіб замовника; уповноважених осіб замовника	Не пізніше як через 2 місяці з дня вчинення правопорушення; при триваючому правопорушенні – не пізніше як через 2 місяці з дня його виявлення
<i>ч. 2 ст. 164^а КпАП</i> Дії, передбачені у ч. 1, вчинені особою, яку протягом року було притягнуто до адміністративного стягнення за такі ж порушення	Штраф 200 НМДГ на: службових (посадових) осіб замовника; уповноважених осіб замовника	
<i>ч. 3 ст. 164^а КпАП</i> Придбання товарів, робіт і послуг до/без проведення процедур закупівель/спрощених закупівель відповідно до вимог закону; застосування конкурентного діалогу або торгів з обмеженою участю, або переговорної процедури закупівлі на умовах, не передбачених законом; невідхилення тендерних пропозицій, які підлягали відхиленню відповідно до закону; відхилення тендерних пропозицій на підставах, не передбачених законом або не у відповідності до вимог закону (безпідставне відхилення); укладення з учасником, який став переможцем процедури закупівлі, договору про закупівлю, умови якого не відповідають вимогам тендерної документації та/або тендерної пропозиції переможця процедури закупівлі; внесення змін до істотних умов договору про закупівлю у випадках, не передбачених законом; внесення недостовірних персональних даних до електронної системи закупівель та неоновлення у разі їх зміни; порушення строків оприлюднення тендерної документації	Штраф від 1 500 до 3 000 НМДГ на: службових (посадових) осіб замовника; уповноважених осіб замовника	Протягом 6-ти місяців з дня його виявлення, але не пізніше 2-х років з дня вчинення порушення

Продовж. табл. 1

Підстава та склад порушення	Відповідальність	Строк застосування штрафу
Дії, передбачені в ч. 3, вчинені особою, яка протягом року була притягнута до адміністративного стягнення за такі ж порушення <i>ч. 4 ст. 164^{1а} КпАП</i>	Штраф від 3 000 до 5 000 НМДГ на: службових (посадових) осіб замовника; уповноважених осіб замовника	
Невиконання рішення Антимонопольного комітету України як організаційного оскарження за результатами розгляду скарг суб'єктів оскарження, подання яких передбачено законом <i>ч. 5 ст. 164^{1а} КпАП</i>	Штраф від 2 000 до 5 000 НМДГ на: керівника замовника	Протягом 6-ти місяців з дня його виявлення, але не пізніше 2-х років з дня вчинення порушення
Укладення договорів, які передбачають оплату замовником товарів, робіт і послуг до/без проведення процедур закупівель/спрошених закупівель, визначених законом <i>ч. 6 ст. 164^{1а} КпАП</i>	Штраф від 2 000 до 10 000 НМДГ на: керівника замовника	Протягом 6-ти місяців з дня його виявлення, але не пізніше 2-х років з дня вчинення порушення

Джерело: складено авторами за [1].

У ст. 307 КУпАП зазначено, що «штраф має бути сплачений порушником: не пізніше ніж через 15 днів – з дня вручення йому постанови про накладення штрафу; не пізніш ніж через 15 днів – з дня повідомлення про залишення скарги без задоволення, у разі оскарження такої постанови» [1].

Якщо порушник не сплачує штраф у термін, встановлений ст. 307 КпАП, то «постанова про накладення штрафу надсилається для примусового виконання до органу державної виконавчої служби за місцем проживання порушника, роботи або за місцезнаходженням його майна в порядку, встановленому законом» [1].

У рамках примусового виконання постанови про стягнення штрафу за адміністративне правопорушення з порушника утримується: «подвійний розмір штрафу, зазначеного у постанові про стягнення штрафу; витрати на облік зазначених правопорушень» [1].

Список використаних інформаційних джерел

1. Кодекс України про адміністративні правопорушення (редакція від 01.02.2025 р. № 4200-IX). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#Text>.
2. Про публічні закупівлі: Закон України (редакція від 23.10.2024 р. № 3988-IX). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text>.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ B2C І B2B-СЕГМЕНТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

О. В. Новікова, студентка спеціальності Економіка, група E PhD тр-21

*О. В. Манжура, д-р екон. наук, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Електронна торгівля є ключовим елементом цифрової економіки, що трансформує традиційні бізнес-моделі в умовах глобалізації та розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. В Україні спостерігається зростання B2C і B2B-сегментів завдяки підвищенню цифрової грамотності, розвитку платіжної інфраструктури та адаптації бізнесу до онлайн-середовища. Водночас галузь стикається з викликами, зокрема нерівномірним розвитком логістики, правовою невизначеністю та недовірою споживачів. Аналіз стану та перспектив електронної торгівлі є необ-

хідним для розробки ефективної стратегії цифрової трансформації економіки [1, с. 184].

Стан електронної торгівлі в Україні демонструє стійку позитивну динаміку, незважаючи на глибокі макроекономічні та безпекові виклики. Обсяги B2C-сегмента продовжують зростати за рахунок активізації онлайн-споживання, зростання мобільної комерції та розширення асортименту товарів і послуг у цифровому середовищі. Водночас B2B-сегмент, орієнтований на автоматизацію закупівель, логістичних процесів і взаємодії між юридичними особами, демонструє структурну перебудову на основі впровадження CRM-, ERP- та e-procurement-платформ. Серед ключових гравців ринку B2C в Україні виділяються такі маркетплейси, як *Rozetka*, *Prom.ua*, *Epicentr* та *Allo*, тоді як у сфері B2B – *Zakupki*, *Prom.ua*, *SAP Ariba*, а також спеціалізовані системи електронних торгів [3].

Поведінкові патерни споживачів і бізнес-клієнтів демонструють поступове формування цифрової компетентності, високий попит на персоналізовані сервіси та зростаюче значення факторів надійності, швидкості доставки та безпеки транзакцій. B2C-споживачі дедалі частіше надають перевагу омніканальній взаємодії з брендом, тоді як бізнес-структури в B2B-сегменті орієнтуються на інтеграцію інформаційних систем для підвищення операційної ефективності.

Водночас зовнішні фактори – зокрема воєнна агресія РФ, внутрішня економічна нестабільність, порушення логістичних ланцюгів та релокація бізнесу – істотно вплинули на структуру попиту, географію замовлень та загальну адаптивність ринку. Разом з тим цифровізація, стимульована необхідністю оперативного реагування на кризові явища, стала ключовим драйвером трансформації українського ринку електронної торгівлі [2, с. 231–232].

Перспективи розвитку B2C і B2B-сегментів електронної торгівлі в Україні визначаються впровадженням новітніх цифрових технологій – штучного інтелекту, Big Data, блокчейн-рішень і хмарних сервісів. У B2C це сприяє персоналізації сервісів, покращенню логістики й підвищенню залученості споживачів, тоді як у B2B – автоматизації бізнес-процесів, цифровізації закупівель і підвищенню ефективності управління ресурсами.

Розвиток омніканальних стратегій забезпечує інтеграцію всіх каналів взаємодії з клієнтами, що стає ключовим для конкурен-

тоспроможності B2C-компаній. У B2B-секторі зростає попит на масштабовані рішення та зниження транзакційних витрат. Важливою умовою сталого зростання ринку виступає державна підтримка цифрової торгівлі – через дерегуляцію, розвиток кібербезпеки, підтримку інновацій та сприяння міжнародній інтеграції українських компаній [1, с. 188].

Отже, електронна торгівля в Україні, зокрема її B2C та B2B-сегменти, демонструє високий динамізм розвитку на тлі глибоких трансформацій у цифровому середовищі, попри наявні виклики логістичного, правового та інфраструктурного характеру. Інтеграція інноваційних технологій, формування нових поведінкових моделей споживання, а також адаптація бізнесу до умов цифрової економіки створюють передумови для довгострокового зростання ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Іванов К. Р. Електронна комерція: сутність, функції, форми та сучасний стан. *Актуальні проблеми економіки*. № 6 (276). 2024. С. 183–194. DOI: <https://doi.org/10.32752/1993–6788–2024–1-276–183–194>.
2. Подра О. П., Рогожинська А. В. Особливості розвитку електронного бізнесу в умовах становлення цифрової економіки. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2023. № 1 (9). С. 224–235.
3. Шведа Н. М., Краузе О. І. Електронна комерція: сучасний стан та стратегії розвитку. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер.: Економічні науки*. 2024. Вип. 2 (82). URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/economic2024/2/9639> (дата звернення: 01.05.2025). DOI: <https://doi.org/10.25313/2520–2294–2024–2-9639>.

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЙ РЕФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

М. В. Табаркевич, магістр освітньої програми «Публічні закупівлі»

О. В. Манжура, д-р екон. наук, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі

Прийняття Стратегії реформування системи публічних закупівель у 2015 році стало важливим кроком у напрямку створення сучасної та ефективної системи державних закупівель в Україні. Цей стратегічний документ визначив чітку дорожню

карту реформ, об'єднавши зусилля державних органів, бізнесу та громадськості [1].

У контексті реалізованої стратегії особливу увагу слід приділити прогресу, досягнутому за напрямом «Професіоналізація публічних закупівель». Цей напрям передбачав комплексні зміни, спрямовані на підвищення кваліфікації та ефективності фахівців у сфері закупівель.

Зокрема, в рамках Стратегії було успішно здійснено:

- Ліквідацію комітетів конкурсних торгів та запровадження інституту уповноваженої особи, що спростило та оптимізувало структуру управління закупівельним процесом.
- Впровадження кваліфікації «Спеціаліст з питань публічних закупівель» різних рівнів, що забезпечило стандартизацію професійних вимог.
- Встановлення кваліфікаційних вимог до осіб, які залучаються до відповідних функцій в організаціях-замовниках, гарантуючи необхідний рівень компетентності.
- Запровадження сучасних програм підготовки спеціалістів з питань публічних закупівель, що базуються на інноваційних методах навчання, таких як онлайн-курси та модульне дистанційне навчання.

Ці кроки суттєво сприяли підвищенню професійного рівня учасників закупівельного процесу та загальній прозорості й ефективності системи публічних закупівель.

Нова Стратегія реформування системи публічних закупівель визначає нові пріоритети, які відображають сучасні виклики:

- Швидка та ефективна відбудова: Забезпечення швидкого відновлення критично важливої інфраструктури.
- Підтримка вітчизняного виробника: Створення умов для розвитку національної економіки.
- Прозорість та підзвітність: Посилення контролю за використанням державних коштів.
- Стійкість до криз: Здатність системи адаптуватися до змін та непередбачуваних ситуацій.

Нова Стратегія реформування системи публічних закупівель на період 2024–2026 років ставить за мету забезпечити ефективну та прозору систему закупівель, яка сприятиме швидкій відбудові України після війни [2].

Ключовими завданнями Стратегії є:

- Гармонізація з європейським законодавством: Наближення українського законодавства до стандартів ЄС.
- Розвиток інституційної спроможності: Посилення ролі державних органів у сфері закупівель.
- Цифрова трансформація: Впровадження сучасних технологій та електронних систем.
- Професіоналізація: Підвищення кваліфікації фахівців у сфері закупівель.
- Підтримка вітчизняного виробника: Створення умов для розвитку національної економіки.

Прийняття Стратегії з чіткими орієнтирами та строками реформування публічних закупівель є беззаперечно позитивним кроком для подальшого розвитку цієї сфери. Документ передбачає вирішення низки критично важливих питань, серед яких: **гармонізація національного законодавства з директивами Європейського Союзу, оновлення автоматичних ризик-індикаторів**, а також **забезпечення участі громадянського суспільства у нормотворчих процесах**.

Попри зазначені переваги, необхідно визнати, що Стратегія не охоплює низку суттєвих проблемних аспектів функціонування системи публічних закупівель. До таких невирішених питань належать:

- Недостатня прозорість формування очікуваної вартості та вартості прямих договорів. Відсутність чітких механізмів обґрунтування цих показників створює ризики та знижує довіру до системи.
- Недостатня прозорість виконання договорів. Існуючі механізми не забезпечують повного та відкритого моніторингу на етапі реалізації укладених угод, що може призводити до зловживань.
- Низький рівень залученості бізнесу до участі в закупівлях. Існують бар'єри, які перешкоджають ширшому залученню підприємців до конкурентних процедур.
- Складність виконання судових рішень. Ефективність правосуддя у сфері закупівель обмежується проблемами з фактичним виконанням рішень суду.
- Недоліки моніторингу закупівель. Хоча Стратегія підкреслює важливість державного контролю, вона обмежується лише згадкою про оновлення ризик-індикаторів та зміни до Кодексу

України про адміністративні правопорушення, не пропонуючи комплексних рішень для підвищення ефективності моніторингу.

Врахування цих не вирішених питань є критично важливим для розробки подальших ініціатив з реформування та забезпечення комплексної ефективності системи публічних закупівель [3].

Вкрай важливо не ігнорувати виявлені виклики та не відкладати їхнє вирішення на майбутнє. Ці проблеми є настільки ж нагальними, як і ті, що вже включені до чинної Стратегії реформування публічних закупівель.

Уряд може і повинен спрямувати свої зусилля на виправлення зазначених недоліків. Крім того, під час подальшого коригування Стратегії необхідно обов'язково включити ці питання до пріоритетів розвитку публічних закупівель, що забезпечить комплексний та ефективний підхід до реформування системи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про Стратегію реформування системи публічних закупівель («дорожню карту»). URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/248902169>.
2. Стратегія реформування системи публічних закупівель на 2024–2026 рр. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/76-2024-%D1%80#Text>.
3. Шатковський О. Курс на розвиток: як зміняться публічні закупівлі до 2026 року. URL: <https://e-tender.ua/news/kurs-na-rozvitok-yak-zminyatsya-publichni-zakupivli-do-2026-1665>.

НЕЙРОЕКОНОМІКА ТА ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ В
УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

А. В. Гоцелюк, студентка спеціальності Економіка, група Е УПМК 6-41

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

Нейроекономіка – це міждисциплінарна галузь знань на перетині економіки, психології та нейронаук, що досліджує механізми прийняття рішень на основі нейрофізіологічних процесів. Її завданням є виявлення того, як емоції, когнітивні процеси, інтуїція, мотивація та середовище впливають на економічну поведінку людини. У традиційних економічних моделях домінує припущення про раціонального індивіда, однак нейроекономіка доводить, що реальна поведінка людей часто відхиляється від раціонального сценарію – через страх, задоволення, попередній досвід або соціальний контекст.

У цілому нейроекономіка вивчає процес прийняття рішень на різних рівнях складності, а саме на генному, нейронному, структурно-анатомічному, функціональному, особистісному, соціальному. Таке різноманіття методів вивчення і рівнів, на яких вони застосовуються, зумовлене вихідними постулатами нейроекономіки [1, с. 2005].

Управління персоналом – це сфера, де прийняття рішень і поведінкові реакції відіграють ключову роль. У цьому контексті нейроекономіка надає нові інструменти для аналізу й прогнозування реакцій працівників на різні управлінські впливи. Результати нейроекономічних досліджень допомагають глибше зрозуміти мотиваційні механізми, емоційні реакції на організаційні зміни, процеси прийняття рішень у стресових ситуаціях, а також когнітивні бар'єри, які можуть перешкоджати ефективному навчанню або взаємодії в колективі.

Одним із практичних застосувань нейроекономіки є підвищення ефективності системи стимулювання та мотивації.

Наприклад, розуміння того, як мозок реагує на винагороду (не лише матеріальну, а й соціальну – визнання, похвалу, статус), дозволяє формувати більш індивідуалізовані системи мотивації, орієнтовані на внутрішні драйвери працівників. Нейроекономічний підхід також дає можливість краще налаштовувати навчальні програми, враховуючи когнітивні особливості співробітників, зокрема увагу, запам'ятовування, обробку інформації.

Крім того, знання про функціонування мозку сприяють розвитку ефективнішої системи лідерства та комунікації в організації. Лідери, які володіють уявленням про нейрофізіологічну основу поведінки, краще адаптують свій стиль управління до потреб команди, враховують, як працівники сприймають стрес, конфлікти чи незрозумілі завдання, і як ці фактори впливають на їхню продуктивність.

Ще одним напрямом є добір персоналу. Нейроекономічні підходи – зокрема за допомогою нейротестування – можуть забезпечити глибший аналіз не лише знань і досвіду кандидата, а й його потенційної поведінки в команді, емоційної стійкості, здатності до навчання та прийняття рішень у складних ситуаціях.

Разом з тим, слід визнати, що широке впровадження нейроекономіки у сферу HR супроводжується певними етичними та практичними викликами. Наприклад, питання приватності нейроданих, добровільності участі в нейротестах, а також потреба у кваліфікованих спеціалістах, здатних правильно інтерпретувати результати досліджень.

Таким чином, нейроекономіка створює нові горизонти для глибшого розуміння людини в економічному середовищі. У сфері управління персоналом це означає перехід від шаблонного HR-менеджменту до більш персоналізованого, гнучкого та науково обґрунтованого підходу, здатного суттєво підвищити ефективність організаційних процесів і благополуччя працівників.

Список використаних інформаційних джерел

1. Благодир Л. М. Нейроекономічні механізми прийняття управлінських рішень. Матеріали XLV науково-технічної конференції підрозділів Вінницького національного технічного університету (НТКП ВНТУ–2016) [Електронне мережне наукове видання]: збірник доповідей. – Вінниця : ВНТУ, 2016. URL: https://conferences.vntu.edu.ua/public/files/1/fm_2016_netpub.pdf#page=259.

РОЗВИТОК СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

***І. І. Гриценко**, здобувач ступеня доктора філософії, спеціальності Економіка, група Е PhD січ-21*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний світ знаходиться на зламі індустріальної та пост-індустріальної епох. Впровадження сучасних технологій у виробничі цикли, що спочатку виражались у комп'ютеризації та науково-технічній революції кінця 60-тих початку 80-х років минулого століття зараз отримало новий поштовх у зв'язку із стрімким розвитком технологій штучного інтелекту. За теперішніх умов бізнес усе частіше намагається залучити такі технології для підвищення продуктивності працівників та масштабування виробництва.

Подібний розвиток не новий для історії адже в минулому були подібні події. Наприклад, багато хто боявся втратити роботу після винайдення ткацького верстату, конвеєра Генрі Форда та багатьох інших інновацій, яких люди спочатку боялись через страх, що їх замінять і вони втратять роботу. Час показав, що ці страхи не виправдані і ті хто раніше збирав кілька автомобілів ручним способом зараз контролюють процес збірки десятків або ж навіть сотень автомобілів перекававши важку роботу на механізми.

Саме тому розвиток системи управління персоналом в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємства за сучасного стрімкого розвитку технологій є важливою темою для дослідження.

Ця тема для Української науки не є новою. Її дослідженням займалися такі вчені як: Герасимова В. О., Сидоренко В. О. [1]; Шевченко І., Кубіцький С., Кубіцький Ю. [2] та інші.

У сучасних умовах господарювання ефективного досягнення стратегічних цілей підприємства неможливе без системного підвищення кваліфікації кадрів, що стосується однаковою мірою виробничого та управлінського персоналу. Проведення підготовки та підвищення кваліфікації кадрів на підприємстві сприятиме формуванню висококваліфікованого кадрового потенціалу та забезпеченню кадрових потреб організації. Конкурентоспроможність персоналу є об'єктивною умовою розвитку, оскільки

забезпечує високий рівень конкурентоспроможності підприємства та стає найкращою формою соціального захисту працівника на підприємстві та ринку праці через забезпечення економічних і соціальних переваг. Таким чином, ефективний розвиток управлінського персоналу сприяє набуттю ним конкурентних переваг, що, в свою чергу, забезпечує підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, що є запорукою його ефективного функціонування [1 с. 64].

Розвиток персоналу – цілеспрямований та комплексний процес, який охоплює систематичне підвищення кваліфікації, особистісний ріст та професійне удосконалення співробітників. Основна мета розвитку персоналу полягає у формуванні компетентних працівників, котрі ефективно виконують операційні завдання, використовуючи техніку та технології, що відповідають стратегії компанії. Компетентність працівника інтегрує його професійні, особистісні та ділові якості, які сприяють реалізації його потенціалу в умовах конкретного підприємства. Управління розвитком персоналу зосереджене на підвищенні конкурентоспроможності організації через визначення потреб у кваліфікованих працівниках, формування трудового потенціалу, що важко копіювати конкурентами, та створення стійких конкурентних переваг [2].

Таким чином можна зробити висновок про те, що в сучасному суспільстві люди (персонал) здобувають все більшого значення при провадженні підприємницької діяльності. Одним із важливих чинників в управлінні персоналом є способи розвитку із використанням різних підходів та методів.

Дослідження розвитку системи управління персоналом в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємства за сучасного стрімкого розвитку технологій є важливою і актуальною темою для дослідження.

Список використаних інформаційних джерел

1. Герасимова В. О., Сидоренко В. О. Вдосконалення системи управління персоналом як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Modern Economics*. 2019. № 14(2019). С. 60–65.
2. Шевченко І., Кубіцький С., Кубіцький Ю. Вплив ефективного ефективного управління розвитком персоналу на конкурентоспроможність підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. № 62. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-56> (дата звернення: 14.03.2025).

ІНСТРУМЕНТИ ТА МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ МЕДИЧНОГО ПЕРСОНАЛУ

Г. С. Жураківська, здобувачка спеціальності Менеджмент, група 120

*Ю. О. Головчук, д-р екон. наук, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу – науковий керівник
Вінницький національний медичний університет імені М. І. Пирогова*

Мотивація медичного персоналу є ключовим чинником, що впливає на якість надання медичних послуг, задоволеність пацієнтів і загальну ефективність системи охорони здоров'я. Високий рівень мотивації у працівників не лише сприяє покращенню їхньої продуктивності, але й знижує рівень вигорання та плинності кадрів. Оскільки медичний персонал працює в стресових умовах і під великим тиском, важливо використовувати різноманітні інструменти та методи, які можуть підвищити їхню мотивацію і залученість до роботи.

Першим важливим інструментом є система фінансового винагородження. Конкурентоспроможна заробітна плата та додаткові фінансові стимули можуть значно підвищити мотивацію медичного персоналу. Бонуси за досягнення конкретних цілей, премії за вислугу років або за виконання особливо важливих завдань можуть заохотити працівників до більшої віддачі. Однак фінансове винагородження повинно бути справедливим і прозорим, щоб уникнути відчуття несправедливості серед співробітників [1, с. 302–304; 2, с. 13–16].

По-друге, важливо створювати позитивну робочу атмосферу. Емоційний клімат у колективі безпосередньо впливає на мотивацію працівників. Підтримка з боку керівництва, взаємоповага між колегами та можливість для командної роботи можуть сприяти підвищенню морального духу медичного персоналу. Проведення регулярних зборів, на яких співробітники можуть ділитися своїми думками та ідеями, також допомагає створити атмосферу відкритості та довіри.

Третім важливим елементом є професійний розвиток і навчання. Мотивація медичних працівників може суттєво зростати, якщо вони мають можливість розвивати свої навички та знання. Інвестиції в навчання, курси підвищення кваліфікації та участь у конференціях дозволяють медичному персоналу почу-

ватися цінним і важливим для організації. Більш того, можливість кар'єрного зростання, що пов'язана з навчанням, також підвищує мотивацію, оскільки співробітники бачать перспективи для свого розвитку [2, с. 13–16; 3, с. 348–351].

Окрім цього, важливим інструментом мотивації є визнання досягнень співробітників. Позитивний зворотний зв'язок від керівництва та колег може значно підвищити моральний дух працівників. Відзначення успіхів через нагороди, публікації в внутрішніх комунікаціях або нарадах можуть підвищити впевненість медичних працівників у своїх силах і спонукати їх до подальших досягнень. Коли співробітники відчувають, що їхній внесок цінується, вони більш зацікавлені у виконанні своїх обов'язків.

Ще одним важливим елементом є забезпечення балансу між роботою та особистим життям. Медичні працівники часто піддаються великому стресу і емоційним навантаженням, тому важливо забезпечити їм можливість відпочивати та відновлюватися. Гнучкий графік роботи, можливість працювати на неповний робочий день або надання додаткових днів відпустки можуть суттєво знизити рівень вигорання та підвищити загальну задоволеність працівників.

Управління мотивацією медичного персоналу є складним, але надзвичайно важливим завданням. Застосування різноманітних інструментів та методів, таких як фінансове винагородження, створення позитивної атмосфери, професійний розвиток, визнання досягнень і забезпечення балансу між роботою та особистим життям, може суттєво підвищити мотивацію медичних працівників. В результаті, це не лише покращить якість надання медичних послуг, але й забезпечить сталий розвиток системи охорони здоров'я.

Список використаних інформаційних джерел

1. Головчук Ю. О., Палагнюк Г. О. Формування професійного іміджу через комунікаційні навички та інформаційно-освітній простір. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 04–05 березня 2024 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму / за заг. ред. : Н. В. Писаренко, І. С. Чорнодіда. – Київ : Вид-во АПСВТ, 2024. 325 с. С. 302–304.
2. Головчук Ю. Трансформація лідерства в закладах охорони здоров'я в умовах Європейських тенденцій та глобальних викликів. Управ-

ління та інновації в освіті: досвід, проблеми та перспективи : збірник матеріалів міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 21–22 лист.; 2024 р.). – Одеса : ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2024. С. 13–16. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/21066>.

3. Головчук Ю. О. Менеджмент конфліктів у закладах охорони здоров'я. Медіація та Університети 1.0 : Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (15 листопада 2024 р., Чернівці) / редкол.: Амелічева Л., Гаврилук Р., Горецька Х., Романадзе Л. та ін. – Чернівці : 2024. 520 с. С. 348–351.

МІКРОНАВЧАННЯ ЯК НОВИЙ ТРЕНД У ПІДГОТОВЦІ ПЕРСОНАЛУ

В. В. Кабашна, студентка спеціальності Економіка, група Е УПМК 6-21

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

У добу цифровізації та прискорених трансформацій бізнес-середовища зростає потреба у гнучких, динамічних підходах до розвитку персоналу. Одним із таких сучасних трендів у сфері професійного навчання є мікронавчання – формат подачі навчального контенту у вигляді коротких, структурованих модулів, що мають чітку практичну спрямованість. Мікронавчання базується на ідеї засвоєння невеликих обсягів знань або навичок за короткий проміжок часу, часто з використанням цифрових технологій. Це відповідає сучасним умовам багатозадачності, зниження концентрації уваги та зростання попиту на персоналізоване навчання.

Цей підхід дедалі активніше застосовується в корпоративному середовищі, оскільки дозволяє швидко закривати поточні освітні потреби працівників, підтримувати їхню професійну компетентність і сприяти адаптації до змін. Мікронавчання зручне для використання під час виконання щоденних робочих завдань: працівник може проходити короткі навчальні модулі без відриву від основної діяльності, у зручному темпі, часто з мобільного пристрою. Цей формат дозволяє впроваджувати навчання в робочий процес як невід'ємний елемент професійного розвитку.

Перевагами мікронавчання є оперативність, економічність, висока гнучкість, а також легкість оновлення контенту відповідно до актуальних потреб організації. Мікроформати підвищують рівень залученості працівників до навчального процесу, а також сприяють кращому запам'ятовуванню інформації завдяки фокусуванню на одному конкретному питанні або навичці. Крім того, мікронавчання легко інтегрується в системи електронного навчання (LMS), що дозволяє моніторити прогрес та ефективність навчання.

Одним із ключових аргументів на користь мікронавчання є його висока ефективність. Згідно з дослідженнями, працівники краще запам'ятовують інформацію, подану в компактному та концентрованому форматі, а рівень залученості до навчального процесу зростає майже вдвічі. Порівняно з традиційним навчанням, мікроформати демонструють вищий рівень завершення курсів, скорочення часу на оволодіння знаннями та більшу ймовірність практичного застосування матеріалу на робочому місці. Це пояснюється тим, що працівник фокусується на конкретному питанні, яке є актуальним для виконання поточного завдання, а отже, відразу бачить користь від навчання [1].

Водночас існують і певні обмеження цього підходу. Мікронавчання не є універсальним рішенням для усіх типів компетентностей, особливо коли йдеться про глибоке опанування складних концепцій або розвиток системного мислення. Надмірна фрагментація знань може призводити до втрати цілісного бачення предметної області. Крім того, розробка якісного мікроконтенту потребує ретельного педагогічного дизайну, ресурсів і часу, що не завжди враховується під час впровадження таких рішень у практику підготовки персоналу.

Мікронавчання вимагає нової ролі фахівців з навчання і розвитку: від традиційних викладачів до фасилітаторів індивідуального освітнього шляху працівника. Це також потребує формування нової культури навчання в організації, де самонавчання і розвиток стають частиною щоденної практики.

Загалом, мікронавчання є важливим елементом сучасної стратегії управління знаннями в організаціях. Його ефективне застосування може суттєво підвищити швидкість і якість підготовки персоналу, сприяти розвитку професійної гнучкості та підтримці конкурентоспроможності як окремих працівників, так і компаній загалом. Успішна реалізація мікронавчання потребує

системного підходу, що поєднує технологічні інструменти з урахуванням освітніх потреб, цілей і особливостей організаційного середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. Переваги мікронавчання [Електронний ресурс]. URL: <https://academyocean.com/ua/blog/post/perevagi-mikronavchannya>.

СТИЛІ ЛІДЕРСТВА ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОБОТУ КОМАНДИ

Д. С. Касян, студент спеціальності Економіка, група Е УПМК 6-11

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі, де ефективність командної роботи відіграє ключову роль у досягненні результатів, лідерство постає як важливий соціально-психологічний феномен. Лідерство не зводиться лише до виконання адміністративних функцій або володіння владою. Це насамперед здатність особистості впливати на інших, надихати команду та вести її до спільної мети, використовуючи як власні якості, так і вибраний стиль керування.

У науковій літературі лідерство визначають як процес впливу на поведінку інших осіб з метою досягнення цілей групи або організації. Особливість лідерства полягає в тому, що цей вплив здійснюється на основі авторитету, довіри та переконання, а не через примус чи формальну владу. Лідером може бути не лише керівник організації, а й будь-який член колективу, який демонструє ініціативу, відповідальність та вміння організовувати спільну діяльність.

«Лідери визначають командні цінності, організаційну культуру, мотивацію працівників, толерантність до змін. Вони формують рівень виконання та ефективність інституційних стратегій. ... Лідерство виступає процесом використання непримусового впливу для формування цілей та культури команди та/або підприємства, мотивації поведінки для досягнення поставленої мети» [1].

Окрему увагу варто приділити стилям лідерства, оскільки саме вони значною мірою визначають ефективність взаємодії в колективі. Згідно з класифікацією Курта Левіна, існує три основні стилі: авторитарний, демократичний та ліберальний.

Авторитарний стиль характеризується одноосібним прийняттям рішень, чітким контролем та жорсткою дисципліною. Такий підхід може бути ефективним у кризових ситуаціях або при потребі швидкої реакції, однак має суттєві недоліки, зокрема зниження мотивації працівників, обмеження ініціативи та ймовірність емоційного вигорання.

Демократичний стиль передбачає участь усіх членів колективу в процесі ухвалення рішень. Лідер виступає не як командир, а як координатор, який слухає думки інших, заохочує обговорення та створює атмосферу довіри. Такий стиль сприяє розвитку креативності, підвищенню відповідальності кожного учасника та зміцненню командного духу, хоча й може уповільнити процес прийняття рішень.

Ліберальний стиль ґрунтується на максимальній автономії членів колективу. Лідер у цьому випадку практично не втручається в процес роботи, надаючи свободу у виборі методів і підходів. Такий стиль може бути ефективним при наявності висококваліфікованої та самостійної команди, однак за відсутності самодисципліни він часто призводить до хаосу, втрати цілей і неефективності.

Маємо погодитися із тим, що «кожен лідерський стиль має свої сильні та слабкі сторони, ефективність яких залежить від конкретних умов. Авторитарний стиль ефективний у певних ситуаціях завдяки своїй прямоті та ефективності, але може призвести до зниження ініціативності та недовіри до керівництва. Демократичний стиль сприяє залученню і співучасті, але може ускладнити швидке прийняття рішень. Ліберальний підхід підкреслює незалежність членів команди, але ефективний тільки при їх високій кваліфікації» [2, с. 37].

Висновки дослідження свідчать, що жоден стиль не є універсальним. Успішні лідери вміють адаптувати стиль керування до конкретної ситуації, типу завдань, рівня зрілості команди та поставлених цілей. Саме гнучкість і здатність змінювати стиль взаємодії залежно від обставин забезпечує ефективну командну роботу, високі результати та здорову психологічну атмосферу в колективі. Таким чином, знання та усвідомлене використання

стилів лідерства є важливими складовими успішної діяльності будь-якої організації та ключем до формування ефективних команд.

Список використаних інформаційних джерел

1. Томах В. В., Дорошенко Т. М., Тимошенко Ю. В. Стилі лідерства та їх вплив на управління підприємством. Економіка і суспільство. 2024. Вип. 60. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/3682/3612/>
2. Копчак Ю. С., Матвеев М. Е., Моторнюк У. І. Особливості впливу різних стилів лідерства на управління підприємством. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2024. Том 35 (74). № 2. С. 33–39. URL: https://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/35_74_2/9.pdf.

ПРОФЕСІЙНЕ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ЗМІН

С. М. Козурман, аспірант Phd

С. І. Нестуля, д-р пед. наук, професор кафедри педагогіки та суспільних наук, директор Навчально-наукового інституту лідерства – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах постійних соціально-економічних трансформацій, цифровізації виробничих процесів, нестабільності ринку праці та глобальної конкуренції все більшого значення набуває здатність організацій адаптуватися до змін. Одним із ключових інструментів забезпечення такої адаптації виступає ефективне управління персоналом, зокрема через систематичне професійне навчання та розвиток працівників.

Професійне навчання є не лише засобом підвищення кваліфікації працівників, а й стратегічним ресурсом організації, що забезпечує формування компетенцій, необхідних для реалізації інновацій, впровадження змін та підтримання конкурентоспроможності. В умовах швидких технологічних змін та ускладнення функціонування бізнес-середовища, професійне навчання розглядається як важливий елемент гнучкої системи управління персоналом, здатної оперативно реагувати на нові виклики. Про це йдеться у дослідженнях таких науковців, як О. Борисяк,

В. Брич, Л. Вербовська, Г. Жосан, Н. Кириченко, П. Плавчан, Й. Ясінська та ін.

Цілком погоджуємося з дослідниками, що «професійне навчання персоналу є складовою забезпечення інноваційного розвитку і зміцнення конкурентоспроможності підприємства і розглядається у межах підприємства як процес з набуття, поглиблення знань і формування, удосконалення навичок працівників» (Плавчан, Брич, Борисяк, 2022, с. 286).

Нині постає потреба в переосмисленні традиційних підходів до управління людськими ресурсами. Перехід від адміністративного до стратегічного підходу вимагає нових моделей навчання, орієнтованих на розвиток не лише фахових, а й лідерських, комунікативних, креативних та адаптаційних навичок. Таким чином, дослідження професійного навчання як засобу управління персоналом в умовах змін є своєчасним і затребуваним з огляду на зростаючу потребу організацій в адаптивності, інноваційності та ефективному використанні людського потенціалу.

Ми переконані, що без професійного навчання не може відбуватися й професійний розвиток працівників, котрий являє собою цілеспрямований і безперервний процес удосконалення їхньої кваліфікації та розширення професійних компетентностей, що забезпечує ефективне виконання як поточних, так і перспективних виробничих завдань. До ключових компонентів цього процесу належать організоване навчання, підвищення кваліфікації, наставництво та підтримка освітнього зростання впродовж усього трудового шляху. Розвиток персоналу сприяє не лише зростанню індивідуальної результативності працівника, а й загальному підвищенню продуктивності підприємства, його адаптивності до галузевих трансформацій, а також узгодженості з міжнародними стандартами та інноваційними тенденціями.

Під час вивчення праць науковців виявлено, що залежно від цільових орієнтирів підприємства у сфері організації та реалізації освітніх програм для персоналу, виокремлюють кілька основних форм професійного навчання. По-перше, *спеціалізоване навчання*, яке фокусується на досягненні короткострокових або тактичних завдань підприємства в межах конкретної професійної діяльності чи посадових обов'язків. По-друге, *мультидис-*

циплінарне (багатопрофільне) навчання, що передбачає опанування знань і умінь, які виходять за межі однієї галузі, тим самим сприяючи підвищенню внутрішньої мобільності персоналу та підвищенню його функціональної гнучкості у межах організаційної структури. Третій напрям охоплює *навчання, орієнтоване на особистісний розвиток*, у межах якого працівники здобувають так звані «м'які навички» (soft skills), зокрема: лідерські якості, ефективну комунікацію, здатність до командної роботи, навички тайм-менеджменту, делегування повноважень, розвиток емоційного інтелекту тощо. Ці компетенції забезпечують ефективну інтеграцію й застосування фахових знань («твердих» навичок) у професійному середовищі (рис. 1).

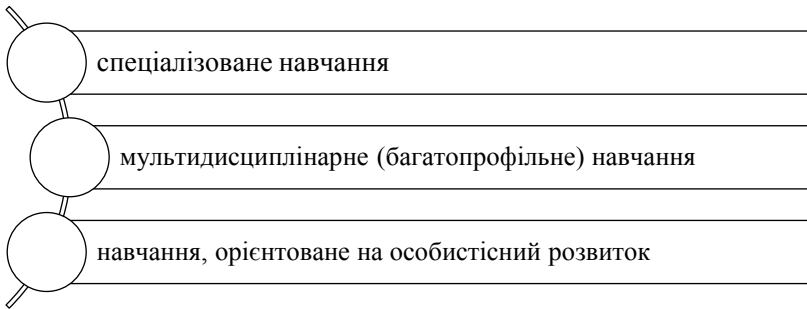


Рисунок 1 – Види професійного навчання

Пропонуємо три ключові механізми реалізації професійного навчання працівників на підприємстві, які можна використовувати як у практичній діяльності підприємстві у якості засобу управління персоналом в умовах змін (рис. 2):

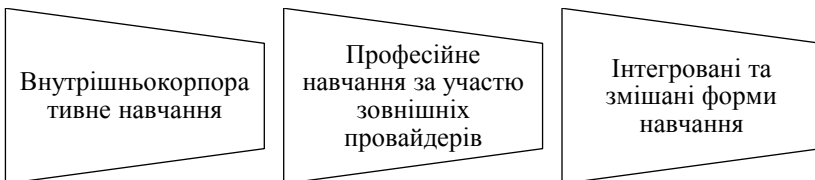


Рисунок 2 – Механізми реалізації професійного навчання працівників на підприємстві

1. *Внутрішньокорпоративне навчання* Цей механізм передбачає організацію навчального процесу безпосередньо на підприємстві із залученням внутрішніх ресурсів – досвідчених працівників, наставників, корпоративних тренерів або керівників підрозділів. До переваг належить адаптованість навчального контенту до специфіки діяльності підприємства, оперативність та економічність. Форми реалізації: тренінги, наставництво, майстер-класи, внутрішні семінари.

2. *Професійне навчання за участю зовнішніх провайдерів.* У цьому випадку підприємство укладає договори з освітніми установами, бізнес-школами чи тренінговими компаніями для підвищення кваліфікації або перепідготовки працівників. Це дає змогу застосовувати сучасні методики навчання, отримати доступ до сертифікованих програм і забезпечити відповідність знань працівників до вимог ринку. Також може включати участь у конференціях, онлайн-курсах (MOOCs), воркшопах.

3. *Інтегровані та змішані форми навчання.* Поєднання традиційних очних форм навчання з електронними освітніми ресурсами та самостійною підготовкою працівників. Такий підхід забезпечує гнучкість і доступність навчального процесу, особливо в умовах динамічного графіку роботи чи віддаленого формату. Використовуються корпоративні платформи, LMS-системи (Learning Management System), відеолекції, інтерактивні тести, симулятори (Нестуля, Нестуля, Кононец, 2021).

Ці механізми можуть працювати окремо або у взаємозв'язку, створюючи багаторівневу систему безперервного професійного розвитку персоналу в умовах змін.

Список використаних інформаційних джерел

1. Жосан Г., Кириченко Н. (2022). Менеджмент персоналу в умовах постпандемії та воєнного стану в Україні. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2022. № 12. С. 46–51.
2. Нестуля О. О., Нестуля С. І., Кононец Н. В. (2021). Варіативні моделі змішаного навчання (blended learning) у вищій школі: досвід ПУЕТ. *Вища школа : науково-практичне видання*. № 11. С. 7–20.
3. Плавчан П., Брич В., Борисяк О. Особливості навчання персоналу і розвитку лідерства у системі інноваційного менеджменту підприємства. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32, № 2. С. 286–293.
4. Verbovska L. S. Kompetencja jak główny aspekt rozwoju zasobów ludzkich : monografia „Zarządzanie relacjami organizacji z

interesariuszami” wydana przez UEP i PTE Poznań, red. Prof. Barbara Borusiak, 2013 r. 167 st.

5. Joanna Jasińska. Zmiany w organizacjach: sprawne zarządzanie, sytuacje kryzysowe i warunki osiągnięcia sukcesu : monografia. Wydawnictwo FREL, Warszawa, 2015. 530 s.

РОЛЬ ОСОБИСТІСНОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКІВ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ЗМІН

А. В. Крилов, аспірант Phd

С. І. Нестуля, д-р пед. наук, професор кафедри педагогіки та суспільних наук, директор Навчально-наукового інституту лідерства – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному середовищі, що характеризується динамічними соціально-економічними трансформаціями, цифровізацією, нестабільністю ринку праці та зростаючими вимогами до адаптивності організацій, особистісний розвиток працівників набуває ключового значення в системі управління персоналом. Здатність співробітників швидко адаптуватися до нових умов, проявляти ініціативу, відповідальність, емоційну стійкість та готовність до самовдосконалення виступає необхідною передумовою ефективного функціонування підприємства в умовах змін.

Особистісний розвиток охоплює формування так званих «м'яких навичок» (soft skills), зокрема комунікативних, лідерських, аналітичних та емоційно-регулятивних умінь, які доповнюють і підсилюють професійну компетентність працівника. Саме ці навички дозволяють не лише якісно виконувати професійні обов'язки, а й ефективно взаємодіяти в команді, приймати гнучкі рішення та брати участь у трансформаційних процесах в межах організації.

Проблематика особистісного розвитку персоналу слугувала предметом досліджень багатьох учених (В. Брич, О. Борисяк, О. Гарват, І. Грузіна, В. Дериховська, П. Плавчан, Л. Федоришина та ін.), які переконливо доводять, що у контексті стратегічного управління людськими ресурсами акцент на особистісному розвитку сприяє формуванню стійкого людського капі-

талу, здатного забезпечувати конкурентні переваги підприємства. Отже, дослідження ролі особистісного розвитку працівників в умовах організаційних змін є актуальним з погляду теорії та практики управління персоналом, і має суттєве значення для формування ефективної кадрової політики.

Особистісний розвиток є процесом цілеспрямованого самовдосконалення, який веде до позитивних трансформацій в різних сферах життєдіяльності людини, зокрема у контексті фізичного здоров'я, психологічного стану, соціальної взаємодії та емоційного добробуту. Він сприяє розкриттю особистісного потенціалу, досягненню індивідуальних цілей, а також формуванню гармонійних взаємин і покращенню загальної якості життя. Такий розвиток може зосереджуватися на формуванні ефективних комунікативних навичок, покращенні міжособистісної взаємодії або на усвідомленому підході до власного здоров'я та стилю життя. Серед інструментів, що сприяють особистісному зростанню, виокремлюють самостійну освітню діяльність, участь у спеціалізованих тренінгах та залучення до програм індивідуального наставництва чи коучингу (Грузіна, Дериховська, 2014).

Постійний розвиток кадрового потенціалу охоплює реалізацію заходів, спрямованих на їх особистісний розвиток, розкриття внутрішніх можливостей працівників, підвищення їхньої здатності ефективно впливати на виробничі процеси та сприяти досягненню стратегічних цілей організації. Такий розвиток передбачає безперервне вдосконалення професійних умінь і навичок, оновлення та практичне застосування набутих знань, а також формування психологічної стійкості. У цьому контексті важливими характеристиками є резистентність – здатність працівника протидіяти негативним впливам зовнішнього середовища або мінімізувати їх наслідки, та резильєнтність – здатність особистості адаптуватися до життєвих викликів і відновлювати функціональний стан після дії стресових чинників (Федоришина, Гарват, 2022).

Пропонуємо низку ефективних підходів і методик які сприятимуть особистісному розвитку працівників у процесі управління персоналом в умовах змін (рис. 1).



Рисунок 1 – Методики особистісного розвитку працівників у процесі управління персоналом в умовах змін

- Коучинг і наставництво (менторинг). Ці методи забезпечують індивідуальну підтримку працівників у процесі особистісного та професійного зростання. Коучинг допомагає виявити внутрішні ресурси, формулювати цілі та знаходити шляхи їх досягнення, а менторинг забезпечує передачу досвіду та розвиток лідерських якостей.
- Тренінги з розвитку «soft skills». Спеціалізовані тренінгові програми спрямовані на формування навичок ефективної комунікації, емоційного інтелекту, адаптивності, управління часом та конфліктами. Такі навички особливо важливі в умовах постійних змін і організаційної трансформації.
- Програми самонавчання та самоосвіти. Сприяння автономному навчанню працівників через онлайн-курси, електронні ресурси, читання професійної літератури стимулює розвиток критичного мислення, ініціативності та внутрішньої мотивації до самовдосконалення.
- Участь у крос-функціональних проєктах та міжвідділовій взаємодії. Такі ініціативи сприяють розвитку гнучкості, адаптивності, здатності до співпраці та стратегічного мислення, оскільки працівники отримують досвід роботи в нових командах і розширюють професійний горизонт.
- Рефлексивні практики та зворотний зв'язок. Використання інструментів самооцінки, щоденників розвитку, регулярного зворотного зв'язку від керівників і колег допомагає працівникам усвідомлювати власні сильні сторони, зони росту та ефективно планувати подальший розвиток (Негода, Кононець, 2020; Нестуля, Нестуля, Кононець, 2021).

Таким чином, особистісний розвиток виступає одним із ключових факторів, що забезпечує адаптивність, стресостійкість, ініціативність і залученість співробітників до організаційних процесів. Завдяки формуванню «м'яких» навичок – таких як критичне мислення, емоційний інтелект, навички ефективної комунікації, здатність до командної взаємодії та прийняття рішень в умовах невизначеності – працівники стають здатними швидко реагувати на зміни, підтримувати стабільність внутрішнього середовища організації та сприяти її стратегічному розвитку. У свою чергу, це забезпечує підвищення загальної гнучкості організації, її здатності до інноваційного оновлення та конкурентоспроможності на ринку. Управління персоналом, яке інтегрує особистісний розвиток як складову кадрової політики, дозволяє не лише підвищити продуктивність праці, а й сформувати сприятливий соціально-психологічний клімат, що сприяє утриманню талантів і зменшенню плинності кадрів. Отже, особистісний розвиток працівників є не просто елементом індивідуального зростання, а стратегічним ресурсом організації в умовах постійних змін і викликів зовнішнього середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. Грузіна І. А., Дериховська В. І. Проблеми розвитку персоналу в системі стратегічного управління підприємством : монографія. Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 252 с.
2. Негода М. О., Кононець Н. В. (2020). Тренінг як одна з ефективних форм проведення навчальних занять у вищій школі. *Збірник наукових статей магістрів. Навчально-науковий інститут харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу*. С. 237–241.
3. Нестуля О. О., Нестуля С. І., Кононець Н. В. Дидактика лідерства: сучасні погляди на формування лідерської компетентності здобувачів вищої освіти: монографія. Полтава : ПУЕТ, 2021. 591 с.
4. Плавчан П., Брич В., Борисяк О. Особливості навчання персоналу і розвитку лідерства у системі інноваційного менеджменту підприємства. *Економічний аналіз*. 2022. Т. 32, № 2. С. 286–293.
5. Федоришина Л. М., Гарват О. А. Розвиток персоналу в системі корпоративного управління. *Інноваційна економіка*. 2022. № 1. С. 52–59.

РЕСКІЛІНГ ТА АПСКІЛІНГ: ЯК КОМПАНІЇ ДОПОМАГАЮТЬ СПІВРОБІТНИКАМ РОЗВИВАТИ НОВІ НАВИЧКИ

Ю. Ю. Луценко, студентка спеціальності Економіка, група Е УПМК 6-21

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

Зміни у технологіях, автоматизація, цифровізація процесів та динаміка ринку праці кардинально трансформують вимоги до професійних компетентностей працівників. У відповідь на ці виклики зростає актуальність стратегій розвитку персоналу, орієнтованих на рескілінг (оволодіння новими професійними навичками) та апскілінг (поглиблення або оновлення вже наявних компетентностей). Такі підходи дозволяють компаніям не лише адаптуватися до змін, а й зберігати конкурентоспроможність, інвестуючи у власний людський капітал.

Рескілінг (reskilling), або перекваліфікація – це навчання нових навичок, які необхідні для виконання абсолютно іншої роботи. Це не просто вдосконалення вже наявних знань, а підготовка до нової ролі [1].

Рескілінг є особливо важливим у ситуаціях, коли зміни в бізнес-моделі або технологічному середовищі призводять до зникнення певних посад або до суттєвого оновлення вимог до них. Працівники, що проходять перепідготовку, можуть бути інтегровані в інші функціональні підрозділи або освоїти нові напрямки діяльності без необхідності звільнення та пошуку нових кадрів.

Рескілінг є ефективним підходом для секторів, які швидко змінюються або стикаються з дефіцитом кваліфікованих кадрів. Він також використовується під час масштабних трансформацій компаній, коли необхідно оперативно перекваліфікувати персонал для підтримки нових бізнес-процесів [1].

Апскілінг (upskilling) – це процес підвищення кваліфікації або розширення поточних навичок працівників. У більшості випадків це стосується навчання новим знанням у межах тієї ж сфери [1].

Цей підхід сприяє підвищенню продуктивності, адже краще підготовлені співробітники ефективніше виконують свої завдання. Апскілінг дозволяє уникати застарівання знань, що особливо актуально в умовах стрімкого технологічного розвитку. Крім того, можливості для професійного зростання підвищують рівень залученості та лояльності персоналу.

Сучасні компанії активно розробляють програми підтримки рескілінгу та апскілінгу, поєднуючи формальне, неформальне й інформальне навчання. Використовуються онлайн-курси, внутрішні освітні платформи, менторські програми, симуляції, проєктне навчання, кейс-методи. Успішні стратегії зазвичай інтегровані в загальну систему управління талантами й передбачають тісну співпрацю між HR-службами, керівниками та самими працівниками [2].

Результативність таких програм значною мірою залежить від здатності компанії ідентифікувати критичні навички майбутнього, оцінити поточний рівень компетентностей працівників та забезпечити релевантні освітні маршрути. Крім того, важливою є мотивація співробітників до участі в навчанні, яку можна посилити через кар'єрне зростання, доступ до нових посад або участь у стратегічних проєктах.

Незважаючи на переваги, процеси рескілінгу та апскілінгу не позбавлені труднощів. Працівники можуть відчувати страх перед змінами, сумніви у власних здібностях, опір до нових методів навчання або нестачу часу. З боку компанії викликами є необхідність значних інвестицій, складність масштабування навчання, пошук ефективних партнерів та платформ, а також ризик втрати працівників після завершення навчання. Подолання цих бар'єрів потребує формування стійкої навчальної культури в організації, яка визнає розвиток персоналу як стратегічний пріоритет.

Отже, рескілінг і апскілінг виступають важливими механізмами адаптації до викликів сучасного світу праці. Вони забезпечують гнучкість, мобільність, стійкість персоналу до змін і дозволяють компаніям формувати цінність у довгостроковій перспективі. Інституціоналізація цих процесів є не лише HR-завданням, а складовою загальної трансформаційної стратегії підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Що таке апскілінг, рескілінг і крос-скілінг? [Електронний ресурс]. URL: <https://hurma.work/blog/apskiling-reskiling-i-kros-skiling-rizniczya/>
2. Папірник С. Reskilling та його роль в HR-процесах [Електронний ресурс]. <https://hurma.work/blog/yak-reskilling-vplivaye-na-hr/>

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ НАВЧАННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ МЕДИЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Г. М. Мазур, здобувачка спеціальності Менеджмент, група 122

*Ю. О. Головчук, д-р екон. наук, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу – науковий керівник
Вінницький національний медичний університет імені М. І. Пирогова*

Організація системи навчання та підвищення кваліфікації медичних працівників у сучасному світі є важливим аспектом, який безпосередньо впливає на якість медичної допомоги та безпеку пацієнтів. Ця система охоплює різноманітні методи, форми та інструменти, що сприяють безперервному розвитку професійних знань і навичок медичних працівників.

Однією з основних причин, чому навчання медичних працівників є життєво необхідним, є стрімкий розвиток медичної науки та технологій. Нові методи лікування, діагностики та догляду за пацієнтами з'являються постійно, і медичний персонал повинен бути в курсі цих змін, щоб надавати ефективну та безпечну допомогу. Це вимагає регулярного оновлення знань через спеціалізовані курси, конференції та семінари.

Система навчання повинна бути гнучкою і адаптивною, щоб відповідати різним потребам медичних працівників. Вона має враховувати рівень підготовки, спеціалізацію, а також індивідуальні інтереси кожного працівника. Це дозволяє створити індивідуальні навчальні траєкторії, які враховують як базову освіту, так і професійний досвід [1; 2, с. 240–289].

Використання новітніх технологій в навчальному процесі є важливим аспектом організації системи підвищення кваліфікації. Дистанційне навчання, онлайн-курси та вебінари дозволяють медичним працівникам отримувати нові знання в зручний для них час та в комфортних умовах. Крім того, віртуальні симулятори та інтерактивні платформи можуть значно підвищити

практичні навички, дозволяючи медикам відпрацьовувати різноманітні сценарії без ризику для пацієнтів.

Система мотивації медичних працівників також має велике значення. Стимули, такі як сертифікація, можливість кар'єрного зростання або підвищення заробітної плати, можуть сприяти залученню працівників до програм навчання. Наявність чітких шляхів кар'єрного росту, що пов'язані з підвищенням кваліфікації, може заохочувати працівників до постійного саморозвитку.

За даними опитувань, 78 % медичних працівників висловили бажання продовжувати навчання протягом усього життя, однак 60 % з них вказали на брак часу та ресурсів як основні перешкоди. Близько 70 % лікарів вважають, що навчання за допомогою онлайн-курсів є більш ефективним порівняно з традиційними методами [3, с. 1–21].

Створення професійних спільнот і платформ для обміну досвідом також є важливою складовою системи навчання. Такі спільноти можуть організовувати воркшопи, конференції та інші заходи, де медичні працівники можуть ділитися своїми знаннями і досвідом, обговорювати нові тенденції та досягнення в медицині.

Узагальнюючи, організація системи навчання та підвищення кваліфікації медичних працівників є складним і багатограним процесом, який вимагає системного підходу, інноваційних методів і постійного вдосконалення. Система має бути спрямована на забезпечення високої якості медичної допомоги, безпеки пацієнтів і професійної готовності медичних працівників до викликів, які виникають у швидко змінюваному медичному середовищі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Nicholson L. A. et al. Motivation of quality practitioners. *WIT Transactions on Information and Communication Technologies*. 2025. Т. 13. DOI:10.2495/SQM950291.
2. Головчук Ю. О. Адаптація європейського досвіду впровадження цифрових технологій в освітні та медичні заклади України. Цифровізація як інструмент забезпечення якості надання освітніх послуг з урахуванням європейського досвіду : [колективна монографія] / за ред. А. В. Череп, І. М. Дашко, Ю. О. Огренич, О. Г. Череп. – Запоріжжя : ФОП Мокшанов В. В., 2024. С. 240–289. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/24081>.

3. Popov J. Motivation in internship: working to learn and learning to work. *Journal of Vocational Education & Training*. 2025. P. 1–21. DOI: <https://doi.org/10.1080/13636820.2025.2462957>.

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

П. Р. Марюхнич, студент спеціальності Економіка, група 671;

Д. В. Хохонь, студент спеціальності Економіка, група 671

Р. Л. Лунак, д-р екон. наук, професор, професор кафедри економіки – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

У сучасному бізнес-середовищі роль людського капіталу значно зросла і, разом із технологіями та інформацією, стала визначальним фактором ефективності та конкурентоспроможності підприємств. Знання, навички, творчий потенціал і професійна компетентність працівників є ключовими ресурсами для успішного функціонування та розвитку підприємства. Збереження та розвиток людського капіталу стають центральним елементом економічної політики підприємства, оскільки високий рівень кваліфікації персоналу сприяє підвищенню продуктивності праці, інноваційності, гнучкості у прийнятті рішень та адаптації до нових викликів [1, с. 43–48]. Водночас людський капітал є не лише важливим чинником економічного зростання підприємства, а й стратегічним активом, від якого залежить довгостроковий успіх в сучасному економічному середовищі.

Розширення масштабів ринкових відносин супроводжується високою динамікою змін вимог до людського капіталу. В умовах жорсткої конкуренції, швидких технологічних змін та глобалізаційних процесів сформованість і ефективне використання людського капіталу стають одним із ключових факторів розвитку підприємств [2, с. 315–322]. При цьому змінюється роль і значення окремих складових людського капіталу, оскільки зростає потреба у висококваліфікованих фахівцях, здатних швидко адаптуватися до нових умов, володіти аналітичним мисленням, цифровими навичками та працювати у високопродуктивному режимі. Особливої цінності набувають креативність, здатність до інновацій, комунікативні навички та готовність до безперервного навчання.

З огляду на необхідність постійного оновлення системи управління бізнес-процесами на підприємстві, дедалі актуальною стає потреба у впровадженні HR-технологій, автоматизованих систем управління персоналом, корпоративних навчальних платформ і гнучких моделей організації праці. Водночас технологічні зміни мають враховувати, що людський капітал є не лише ресурсом, а й стратегічним активом підприємства, який визначає його конкурентні переваги, здатність до інноваційного розвитку та стійкість до ринкових викликів.

Залучення людського капіталу в систему управління бізнес-процесами підприємства потребує ретельної підготовки, оскільки ефективне використання знань, навичок і компетенцій працівників безпосередньо впливає на продуктивність, якість ухвалення рішень та загальний рівень конкурентоспроможності підприємства. Передусім менеджмент підприємства має розробити комплексну стратегію управління людськими ресурсами, яка охоплюватиме аналіз поточних і майбутніх потреб у кадровому забезпеченні, розроблення й реалізацію механізмів адаптації персоналу до змін у бізнес-середовищі, програм їхнього професійного розвитку [3, с. 315–322]. З огляду на швидкі зміни в технологіях, ринкових умовах і вимогах до кваліфікації працівників, така стратегія має бути гнучкою, динамічною та орієнтованою на довгострокову перспективу. Відповідно, актуальним залишається впровадження регулярних тренінгів, онлайн-курсів, корпоративних освітніх програм і партнерських ініціатив з освітніми установами для підготовки висококваліфікованих фахівців.

Крім того, залучення людського капіталу до управління бізнес-процесами потребує вдосконалення організаційної структури підприємства, запровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для автоматизації та оптимізації трудової зайнятості, ефективних механізмів мотивації та стимулювання високопродуктивної праці [4, с. 105–110]. Зокрема, гнучкість організаційних моделей, таких як використання проектного управління, крос-функціональних команд та децентралізованого прийняття рішень, може суттєво сприяти підвищенню рівня залученості персоналу та стимулювати їхню ініціативність і ефективність праці.

Примітно, що використання цифрових платформ, систем управління персоналом (HRM-систем), аналітичних інструментів на основі штучного інтелекту та технологій великих даних (Big Data) дозволяє покращити якість планування господарських операцій, зменшувати адміністративне навантаження, підвищувати продуктивність працівників, значному полегшенню процедур прийняття оперативних та стратегічних рішень. Завдяки інтеграції цих технологій підприємства отримують можливість автоматизувати численні завдання, що раніше вимагали значних людських ресурсів, таких як відстеження результативності працівників, планування графіків, управління компенсаціями та іншими аспектами HR-політики. Використання аналітичних інструментів на основі великих даних дозволяє підприємствам отримувати більш точні прогнози про потреби в кадрах, визначати тренди в ринку праці та оптимізувати використання персоналу, а також своєчасно виявляти потенційні ризики, наприклад, високий рівень плинності кадрів чи недоліки в навчанні працівників. Також штучний інтелект може допомогти у виборі найбільш ефективних методів для мотивації та розвитку співробітників, що позитивно позначається на загальній ефективності організації високопродуктивної праці.

Крім того, особливу увагу слід приділити розробці ефективних механізмів мотивації та стимулювання високопродуктивної праці. У цьому контексті важливими є як матеріальні, так і нематеріальні форми мотивації. Матеріальні стимули, такі як конкурентоспроможна заробітна плата, бонуси за досягнення ключових показників ефективності та програми участі у прибутках, сприяють створенню сприятливих умов для досягнення високих результатів праці. Водночас не менш важливим є нематеріальне стимулювання, яке передбачає створення умов для професійного зростання, кар'єрного розвитку та самореалізації працівників.

Таким чином, підготовка до ефективного залучення людського капіталу в систему управління бізнес-процесами є багаторівневим і комплексним процесом, що вимагає інтеграції сучасних методів управління, розвитку компетенцій персоналу та створення інноваційного середовища, яке сприятиме досягненню стратегічних цілей підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Васильців Т. Г., Мульська О. П., Лупак Р. Л. Збереження людського капіталу України в умовах війни (чинник соціальної вразливості населення): постановка проблеми. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2022. № 67. С. 43–48.
2. Гринкевич С. С., Лупак Р. Л. Взаємозв'язок забезпечення конкурентоспроможності і відтворення трудового потенціалу підприємства. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2016. № 1 (11). С. 315–322.
3. Гринкевич С. С., Лупак Р. Л., Васильків Ю. В. Формування системи та структурування інституційного забезпечення реалізації державної політики розвитку і використання трудового потенціалу України. *Бізнес Інформ*. 2015. № 7. С. 67–72.
4. Качмарик Я. Д., Лупак Р. Л. Система рішень процесу відтворення трудового потенціалу корпоративних систем. *Обліково-аналітичні системи суб'єктів господарської діяльності в Україні*. 2005. Спец. вип. 15 (Ч. 1). С. 105–110.

ЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ У ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

І. В. Томчук, здобувачка спеціальності Менеджмент, група 121

Ю. О. Головчук, д-р екон. наук, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу – науковий керівник
Вінницький національний медичний університет імені М. І. Пирогова

Управління закладами охорони здоров'я є складним і багатогранним процесом, що вимагає не лише професійних знань, а й дотримання етичних норм. Етика в медицині визначає стандарти поведінки, які сприяють забезпеченню якості медичних послуг, збереженню довіри пацієнтів та формуванню позитивного іміджу закладів охорони здоров'я. Важливою складовою етичного управління є врахування інтересів усіх учасників процесу – пацієнтів, медичних працівників та суспільства загалом.

Однією з основних етичних засад управління у медичних установах є принцип поваги до автономії пацієнта. Цей принцип вимагає, щоб пацієнти мали право приймати рішення щодо свого лікування, оскільки саме вони є найкращими експертами в своїх власних потребах і бажаннях. Для реалізації цього прин-

ципу медичні працівники повинні надавати пацієнтам вичерпну інформацію про стан їхнього здоров'я, можливі методи лікування, ризики та наслідки. Це дозволяє пацієнтам робити свідомий вибір, що підвищує їхню задоволеність і довіру до медичних установ. Проте повага до автономії пацієнта не є абсолютною. Вона повинна поєднуватися з оцінкою їхнього фізичного та психічного стану, особливо в ситуаціях, коли пацієнт може бути нездатний приймати обґрунтовані рішення, наприклад, через важку хворобу або психічні розлади [1, с. 51–61; 2, с. 136–152].

Ще однією важливою етичною засадою є принцип справедливості, який передбачає рівний доступ до медичних послуг для всіх верств населення. Це означає, що кожен пацієнт, незалежно від соціального статусу, раси, статі чи інших характеристик, повинен мати можливість отримати необхідну медичну допомогу. Управлінці медичних установ повинні прагнути до ліквідації будь-яких форм дискримінації та забезпечувати, щоб кожен пацієнт отримував необхідну допомогу.

Справедливість у охороні здоров'я також включає в себе принципи розподільчої справедливості, які стосуються того, як ресурси мають бути розподілені серед населення. Це може включати в себе визначення пріоритетів у лікуванні, наприклад, під час епідемії або в умовах обмеженого фінансування, що дозволяє уникнути упередженості та несправедливості.

Етика в управлінні закладами охорони здоров'я також включає принципи чесності та прозорості. Медичні установи повинні бути відкритими у своїх фінансових та управлінських практиках, забезпечуючи звітність та відповідальність. Це сприяє підвищенню рівня довіри з боку пацієнтів і суспільства, а також формує культуру етичного управління серед медичних працівників [3, с. 168–174; 4].

Важливість прозорості не обмежується лише фінансовими питаннями; вона також стосується комунікації з пацієнтами. Чисне та відкрите спілкування про лікувальні процедури, ризики та результати медичних втручань є критично важливим для збереження довіри пацієнтів.

Крім того, важливу роль в етичному управлінні відіграє навчання та підвищення кваліфікації медичного персоналу. Медичні працівники повинні бути ознайомлені з етичними принципами та їхнім застосуванням у щоденній практиці. Це дозволяє забезпечити не лише якість медичних послуг, але й моральну відповідальність працівників перед пацієнтами.

Отже, етичні засади управління в закладах охорони здоров'я є невід'ємною частиною успішного функціонування медичних установ. Вони сприяють забезпеченню якості медичних послуг, збереженню довіри пацієнтів і формуванню позитивного іміджу закладів охорони здоров'я. Управління в галузі охорони здоров'я повинно базуватися на етичних принципах, які враховують потреби та інтереси всіх учасників процесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Головчук Ю. О. Особливості формування сучасного менеджменту в медичних установах. Матеріали II наук.-практ. internet-конф. з міжнародною участю «Актуальні проблеми якості, менеджменту і економіки у фармації і охороні здоров'я». 19 січня 2024р. С. 51–61.
2. Singh A., Vashist H. Ethical leadership in health-care organizations – a scoping review. *Leadership in health services*. 2025. Т. 38. № 1. С. 136–152. <https://doi.org/10.1108/LHS-04-2024-0035>.
3. Головчук Ю. О. Розвиток менеджменту в сфері охорони здоров'я в умовах воєнного конфлікту в Україні. Матеріали XI міжнародної наук.-практ. дистанційної конференції «Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики». м. Харків. 21 березня 2024 р. С. 168–174.
4. Kalra A. et al. How ethical leadership and ethical self-leadership enhance the effects of idiosyncratic deals on salesperson work engagement and performance. *Journal of Business Ethics*. 2025. Т. 196. № 1.

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ МІСТА ПОЛТАВИ

І. В. Чаус, спеціальність *Економіка, здобувач ступеня
доктора філософії, група Е PhD тр-21*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Основні проблеми розвитку соціально-економічного розвитку населення Полтавської міської територіальної громади пов'язані з поглибленням дисбалансу у кон'юктурі локального ринку трудових ресурсів; зменшенням обсягів підприємницької діяльності через закриття бізнесу, внаслідок втрат на війні людського капіталу, що тягне за собою, скорочення робочих місць і поширення безробіття. Супутніми стають проблеми подальшого працевлаштування незайнятого населення, що втратило роботу через війну, зокрема це стосується внутрішньо переміщених осіб, а також демобілізованих військовослужбовців та учасників бойових дій, осіб з інвалідністю. Усі перелічені

проблеми стимулюють міграцію робочої сили за кордон, заганняють населення у тіньові трудові відносини, які пов'язані з ризиками для життя та здоров'я громадян, а також не створюють економічних благ для громади міста.

Місцева соціально-економічна політика має бути спрямована, в першу чергу, на зниження рівня безробіття серед містян територіальної громади м. Полтава, з особливою увагою слід віднести до внутрішньо переміщених осіб та військовослужбовців, які були демобілізовані, зокрема через інвалідність. Варто посилювати економічне стимулювання роботодавців до збільшення пропозиції робочих місць через компенсаційні податкові виплати, а з іншого боку необхідно створити умови та надати можливості для проходження перепідготовки, отримання спеціальності, підвищення кваліфікації для набуття компетенцій, що відповідають нагальним потребам ринку праці сьогодні і у перспективі. Адже, тільки зайняте населення є основою соціальної стабільності та розвитку добробуту громади.

Список використаних інформаційних джерел

1. Програма економічного і соціального розвитку Полтавської міської територіальної громади на 2024 рік. URL: https://i1.poltava.to/uploads/2023/12/21/prog_soc_ekonom_2024.pdf (дата звернення: 13.03.2025).
2. Шевчук С. М. Планування соціально-економічного простору Полтавської області на засадах теорії полюсів зростання. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 52. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-91> (дата звернення: 13.03.2025).

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА, ЩО МОТИВУЄ ДО РОЗВИТКУ

А. О. Шевченко, студентка спеціальності Управління персоналом міжнародних корпорацій, група УПМК б-11

О. Д. Стефанюк, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасній парадигмі управління людськими ресурсами корпоративна культура розглядається як стратегічний інструмент, що визначає не лише емоційно-психологічний клімат у колективі, але й безпосередньо впливає на ефективність організаційної

діяльності, інноваційність, рівень задоволення працівників і, що надзвичайно важливо, їхню мотивацію до безперервного розвитку. У цьому контексті все більше уваги приділяється моделі корпоративної культури, яка сприяє самореалізації, навчальній активності та професійному зростанню персоналу.

Розвиток корпоративної культури компанії необхідно розглядати як обов'язковий атрибут поліпшення соціально-трудових відносин, що має значний вплив як на підвищення економічної ефективності підприємства, так і на розвиток працівників підприємства і реалізацію людського капіталу [1, с. 143].

Корпоративна культура, що мотивує до розвитку, – це сукупність цінностей, норм, поведінкових установок, що культивуються в організації й орієнтовані на підтримку внутрішньої мотивації працівників до навчання, освоєння нових компетентностей, креативного мислення та участі в інноваційній діяльності. Така культура забезпечує не лише адаптацію співробітників до організаційного середовища, але й створює сприятливі умови для розкриття їхнього потенціалу.

Однією з базових передумов формування подібної культури є наявність системи цінностей, що визнає розвиток людини як інструмент довгострокового успіху компанії. Мова йде про заохочення до навчання, відкритість до нового досвіду, толерантність до помилок у контексті зростання, культивування довіри та діалогу між усіма рівнями організаційної структури. У такому середовищі розвиток персоналу не сприймається як зовнішній обов'язок, а інтегрується у внутрішню мотиваційну систему працівника.

У межах організацій, що дотримуються принципів мотиваційної культури, освітні ініціативи та інструменти рескілінгу й апскілінгу розглядаються не як разові HR-заходи, а як елементи стратегічного управління знаннями. Системне навчання стає інтегрованим в робочий процес, а розвиток співробітників – частиною загальної місії компанії. При цьому важливо, щоб керівництво демонструвало приклад особистісного зростання та сприяло побудові гнучкої освітньої екосистеми.

Важливе місце у структурі такої культури займає горизонтальна взаємодія, коли знання циркулюють не лише згори вниз, а й між підрозділами, в рамках колективного навчання, менторства, обміну досвідом. Створення середовища психологічної безпеки, в якому працівники можуть вільно висловлювати ідеї,

обговорювати невдачі та пропонувати нові підходи, є критично важливим для підтримки культури розвитку. У цьому контексті вирішальне значення має і лідерство, яке не домінує, а фасилітує, – тобто створює умови для прояву автономії, ініціативи та відповідальності кожного члена команди.

Разом із тим, впровадження такої культури є складним процесом, що потребує системних змін у підходах до управління, трансформації цілей і функцій HR-служби, перегляду інструментів оцінювання ефективності працівників та результатів навчання. Серед основних бар'єрів – спротив організаційним змінам, ієрархічна замкненість, формалізованість процесів, що пригнічують ініціативу. Проте подолання цих бар'єрів відкриває шлях до формування стійкої організаційної культури, в якій розвиток є не винятком, а органічною нормою.

Як відмічають Крикавський Є. та Калинець К. «компанії повинні ретельно аналізувати та впроваджувати корпоративну культуру, інвестувати достатньо ресурсів в її розвиток, щоб покращити показники діяльності компанії в цілому. Вони повинні застосувати різні індивідуальні тригери мотивації працівників, щоб створювати позитивний внутрішньокорпоративний клімат, використовуючи різні методи залученості персоналу. Вони включають адаптацію та розвиток персоналу, внутрішньокорпоративну комунікацію, застосування системи винагород тощо» [2].

Таким чином, корпоративна культура, що мотивує до розвитку, постає як складна, багаторівнева система, у якій поєднуються стратегічні орієнтири компанії з індивідуальними прагненнями працівників до зростання. Вона забезпечує синергію особистих і корпоративних цілей, підвищує конкурентоспроможність організації та зміцнює її адаптивність в умовах мінливого середовища. Такий тип культури є невід'ємним елементом організацій, що прагнуть не лише вижити, а розвиватися в довгостроковій перспективі, залучаючи і зберігаючи таланти, інвестуючи в людський капітал як у ключовий ресурс інноваційного прориву.

Список використаних інформаційних джерел

1. Харун О. А., Стецюк О. В. Сутнісні характеристики корпоративної культури підприємств. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 13. С. 139–144. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/23.pdf.

2. Крикавський Є., Калинець К. Вплив корпоративної культури на мотивацію та залученість колективу. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 50. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-9>.

ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

О. В. Юрченко, студентка спеціальності Економіка, група Е УПМК 6-41

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

Поведінкова економіка (behavioral economics) – міждисциплінарна галузь, що поєднує підходи економіки, психології та соціальних наук для глибшого розуміння механізмів прийняття рішень людиною. На відміну від класичної економіки, яка ґрунтується на припущенні про раціонального індивіда, поведінкова економіка визнає, що в реальному житті рішення працівників залежать від емоцій, когнітивних викривлень, звичок, контексту та інших неринкових факторів.

Незважаючи на те, що поведінкова економіка все ще перебуває на шляху свого становлення, вчені вже змогли отримати за допомогою неї важливі з практичної точки зору результати. Вони знаходять своє відображення у різних теоріях, моделях і парадоксах [1, с. 9].

У сфері управління персоналом використання поведінкової економіки дозволяє по-новому підходити до формування мотивації, оцінювання, рекрутингу, адаптації, розвитку та утримання працівників. Зокрема, завдяки аналізу таких явищ, як ефект статус-кво, упередження втрат, ефект прив'язки, соціальне порівняння, можна розробляти HR-політики, які не лише орієнтовані на досягнення бізнес-цілей, а й враховують реальні механізми поведінки людини в організації.

Одним із практичних інструментів є використання «нуджів» (англ. *nudge* – легкий підштовх), тобто неавторитарних способів впливу на поведінку працівників шляхом зміни контексту або середовища вибору. Наприклад, замість наказу пройти навчання можна представити це як персональну рекомендацію із зазначенням конкретної дати та переваг для кар'єри. Дослідження

показують, що такі «м'які» інтервенції підвищують ймовірність бажаної поведінки без прямого примусу.

У сфері рекрутингу розуміння когнітивних упереджень дозволяє уникати типових помилок при відборі кандидатів. Наприклад, ефект «першого враження» або «упередження підтвердження» може вплинути на рішення ще до завершення оцінки компетенцій. Усвідомлення цих ефектів дає змогу будувати більш об'єктивні системи добору, засновані на даних, а не інтуїції.

Управління змінами також виграє від застосування поведінкових підходів. Опір змінам часто пояснюється не раціональними чинниками, а психологічними: страхом втратити контроль, потребою в стабільності, невизначеністю. Поведінкова економіка пропонує рішення: зменшення масштабів змін, чітка комунікація вигод, створення «точок вибору», які дають працівнику відчуття автономії.

У розвитку персоналу корисно враховувати ефекти мотивації, наприклад, важливість негрошових стимулів, роль зворотного зв'язку, ефективність короткострокових цілей, роль соціального прикладу. Навіть спосіб подання навчального контенту – наприклад, у форматі мікронавчання або гейміфікації – може впливати на рівень залученості та ефективність засвоєння знань.

Крім того, поведінкова економіка має вагоме значення у побудові етичної культури організації. Нерідко недоброчесна поведінка не є наслідком злого наміру, а виникає через погані приклади, нечіткі правила або надмірне навантаження. Саме тому варто враховувати, як середовище, корпоративна культура та дизайн робочих процесів впливають на прийняття етичних або неетичних рішень.

Отже, поведінкова економіка формує нову парадигму управління персоналом – гнучку, гуманістичну, засновану на розумінні реальної поведінки людини. Її застосування дозволяє компаніям підвищити ефективність HR-практик, зменшити ризики і помилки в управлінських рішеннях, а також сприяти більш гармонійному розвитку людського капіталу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Поведінкова економіка: від теорії до практики: міждисциплінарний навчальний посібник. За наук. ред. к. е. н., доц. Татомир І. Л., к. е. н., доц. Квасній Л. Г. Трускавець : ПОСВІТ, 2022, 408 с. URL: https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/11/Povedinkova_EKONOMIKA-2022-1.pdf.

ВПЛИВ ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ ПРАЦІВНИКА НА КАР'ЄРУ

К. І. Яценко, студентка спеціальності Економіка, група Е УПМК 6-11

*А. І. Костишина, асистент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

У сучасних умовах динамічного розвитку економіки, цифровізації та глобалізації ринку праці постає необхідність переосмислення традиційних підходів до побудови кар'єри. Якщо раніше основною передумовою професійного зростання вважалися виключно фахові знання, досвід та формальна освіта, то нині на перший план дедалі частіше виходять особистісні якості працівника. Ці риси стають ключовим чинником успішної адаптації до змін, ефективної взаємодії в колективі, прийняття рішень та лідерства.

Особистісні якості працівника – це стійкі індивідуальні характеристики, які зумовлюють його поведінку в професійному середовищі. До таких якостей належать, зокрема: відповідальність, ініціативність, комунікабельність, гнучкість, емоційна стійкість, прагнення до саморозвитку, лідерський потенціал та інші риси, що формують професійний імідж особистості. Вони не є вродженими й можуть цілеспрямовано [1].

Основні особистісні якості, що впливають на кар'єру:

1. Відповідальність та надійність. Ці якості формують базу довіри між працівником і роботодавцем. Високий рівень відповідальності передбачає здатність самостійно приймати рішення, доводити розпочате до завершення, брати на себе зобов'язання. Надійні працівники, як правило, першими розглядаються на підвищення або залучаються до важливих проєктів.

2. Ініціативність та проактивна позиція. Кар'єрне зростання часто залежить від здатності працівника виходити за межі стандартних обов'язків, виявляти готовність до нових викликів, самостійно генерувати ідеї та пропонувати шляхи вдосконалення процесів. Ініціативні особи розглядаються як майбутні лідери, здатні до стратегічного мислення.

3. Комунікативна компетентність. Уміння ефективно передавати інформацію, слухати, вести діалог і вирішувати конфлікти є критично важливими в багатьох професіях. Працівники з високим рівнем комунікативних навичок швидше інтегруються в

колектив, ефективніше співпрацюють з клієнтами та партнерами, а отже, мають більше можливостей для просування по службі.

4. Гнучкість та адаптивність. В умовах постійних змін в організаціях (реорганізацій, впровадження нових технологій, зміни ринку) успішними стають ті працівники, які можуть швидко адаптуватися до нових умов, залишаючись ефективними.

5. Емоційний інтелект. Емоційна зрілість, здатність розпізнавати власні емоції й емоції інших, керувати ними, зберігати конструктивну взаємодію в стресових ситуаціях – важливий чинник ефективного лідерства та командної роботи. Працівники з розвиненим EQ краще справляються з міжособистісними завданнями, що особливо цінується на керівних посадах.

6. Прагнення до саморозвитку. Кар'єрна мобільність залежить від здатності працівника навчатися впродовж життя, опановувати нові знання, підвищувати кваліфікацію, бути відкритим до змін. Орієнтація на постійне самовдосконалення є ознакою високого рівня професіоналізму.

Залежно від типу кар'єри (вертикальної, горизонтальної, експертної, підприємницької тощо) вагомість певних особистісних якостей може змінюватися. Наприклад, для вертикального просування по ієрархічних щаблях важливими є лідерство, відповідальність і стратегічне мислення. Натомість у горизонтальній кар'єрі, що передбачає розширення професійної ролі без зміни посади, більш значущими стають ініціативність, креативність і готовність до навчання.

Таким чином, особистісні якості працівника відіграють вирішальну роль у формуванні та реалізації кар'єрної траєкторії. Їхній вплив проявляється не лише у повсякденній трудовій діяльності, але й у здатності працівника адаптуватися до змін, налагоджувати ефективну комунікацію, приймати відповідальні рішення та досягати професійних цілей. Усвідомлення цього факту з боку як самих працівників, так і роботодавців, сприяє формуванню продуктивного, мотивованого та конкурентоспроможного трудового потенціалу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лозовецька В. Т. Професійна кар'єра особистості в сучасних умовах : монографія. Київ, 2015. 279 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32310612.pdf>.

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТНИМИ СИТУАЦІЯМИ В ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я

О. Г. Яценко, здобувачка спеціальності Менеджмент, група 122

*Ю. О. Головчук, д-р екон. наук, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу – науковий керівник
Вінницький національний медичний університет імені
М. І. Пирогова*

Конфлікти в системі охорони здоров'я є звичайним явищем, яке може виникати між медичними працівниками, пацієнтами, їхніми родинами та адміністрацією закладів. Ці конфлікти можуть мати різні причини, такі як недостатня комунікація, непорозуміння щодо лікування, емоційні стреси та нерозуміння між різними професіями. Ефективне управління конфліктними ситуаціями є критично важливим для забезпечення якісної медичної допомоги, підтримки психічного здоров'я всіх учасників процесу та поліпшення загальної атмосфери в медичних закладах [1, с. 247–261; 2, с. 240–289].

Першим кроком у управлінні конфліктами є їх своєчасне виявлення. Важливо, щоб медичні працівники, які працюють на передовій, могли розпізнати ранні ознаки конфлікту та реагувати на них до того, як ситуація загостриться. Це може включати уважне слухання пацієнтів і їхніх родин, а також відкриту комунікацію між колегами. Коли працівники охорони здоров'я відчувають, що їхня думка важлива і що вони можуть вільно висловлювати свої занепокоєння, ймовірність виникнення конфліктів зменшується [3, с. 1–10; 4, с. 1–3].

Другим важливим елементом управління конфліктами є навчання медичних працівників технікам медіації та вирішення конфліктів. Освітні програми можуть навчити працівників основам активного слухання, ефективної комунікації та конструктивного вирішення проблем. Це дозволяє їм більш упевнено взаємодіяти з пацієнтами і колегами в стресових ситуаціях [1, с. 247–261; 5, 13–16].

Третім важливим елементом є створення культури відкритості та підтримки в медичних закладах. Організації, які заохочують відкриту комунікацію та зворотний зв'язок, здатні швидше виявляти і вирішувати конфлікти. Керівництво медичних

установ повинно активно підтримувати ініціативи, які сприяють розвитку командної роботи, довіри та поваги серед співробітників.

Управління конфліктними ситуаціями в охороні здоров'я є складним, але важливим процесом, що вимагає уваги, терпіння та навичок. Ефективні стратегії, такі як своєчасне виявлення конфліктів, навчання медичних працівників технікам вирішення проблем та створення культури відкритості, можуть суттєво поліпшити ситуацію. Позитивна атмосфера в медичних закладах не лише підвищує якість обслуговування пацієнтів, але й сприяє розвитку професіоналізму та задоволеності роботою серед медичних працівників.

Список використаних інформаційних джерел

1. Leiner M. Conclusion: From conflict resolution to reconciliation. *Alternative approaches in conflict resolution*. Cham : Springer Nature Switzerland, 2025. P. 247–261.
2. Головчук Ю. О. Адаптація європейського досвіду впровадження цифрових технологій в освітні та медичні заклади України. Цифровізація як інструмент забезпечення якості надання освітніх послуг з урахуванням європейського досвіду : [колективна монографія] / за ред. А. В. Череп, І. М. Дашко, Ю. О. Огренич, О. Г. Череп. Запоріжжя : ФОП Мокшанов В. В., 2024. С. 240–289. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/24081>
3. Guo W. Conflict resolution in intercultural communication: strategies for managing cultural conflicts, *Humanities and Social Sciences Communications*. 2025. Т. 12. № 1. Р. 1–10.
4. Головчук Ю. О. Ключові фактори успішного функціонування сучасного медичного закладу : матеріали VII міжн. наук.-практ. конференції «Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні». м. Вінниця. 01–02 березня 2025 р. С. 1–3. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2025/paper/viewFile/23238/19257>.
5. Головчук Ю. Трансформація лідерства в закладах охорони здоров'я в умовах Європейських тенденцій та глобальних викликів. Управління та інновації в освіті: досвід, проблеми та перспективи : збірник матеріалів міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 21–22 лист. : 2024 р.). – Одеса : ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2024. С. 13–16. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/21066>.

ЗМІСТ

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

СЕКЦІЯ 1

Гладкий І. В.

Відродження української автентичної кухні – як невід’ємна частина національно-патріотичного виховання молоді..... 5

Kravetska V. M.

Patriotic Education as an Instrument of
Fostering National Consciousness..... 7

Маслова М. М.

Учитель як провідник європейських цінностей у процесі
національно-патріотичного виховання старшокласників..... 9

Моргуль Д. В.

Патріотичне виховання молоді засобами
сфери туризму і краєзнавства..... 11

КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ І БЕЗПЕКОВИХ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ

СЕКЦІЯ 2

Гуржій М. М.

Глобальні проблеми харчової індустрії
та окремі вектори її вирішення 14

Mostova V. A.

Principles and methods of fundraising
in supporting social programmes..... 16

Попович Т. В.

Взаємозв’язок релігійного туризму
та паломництва в умовах глобалізації 18

Пшінник М. В.

Бірюзові організації: новий рівень кооперативної взаємодії20

Сергієнко В. П.

Кооперативне підприємництво як альтернатива
традиційним бізнес-моделям в кризові часи.....23

СЕКЦІЯ 3 ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОБЛЕМИ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Burlaka T. S.

Modern challenges and strategies of
ensuring the quality of higher education26

Діденко А. В.

Імплементация інклюзивної освіти у закладах вищої освіти28

Клюєва У. Ю.

Використання студентами спеціальності
«Готельно-ресторанна справа» у
навчальному процесі CHATGPT31

Kravchenko A. O.

Prospects for higher education in near future34

Малтабар М. Д.

Практикоорієнтоване навчання як фактор
підвищення фахових компетентностей здобувачів
вищої освіти технічних спеціальностей36

Новожилова П. Л.

Якість підготовки фахівців з туризму: погляд здобувача.....38

Олійник С. І.

Сучасні чинники розвитку
науки та якості освіти.....40

Сірооченко А. Б.

Відеоконтент в освіті: переваги та виклики для
ефективної організації навчального процесу.....42

Черкашина В. В.

Роль неформальної освіти у розвитку
професійних навичок47

СЕКЦІЯ 4

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Ковалишин Ю. Р.

Соціальні медіа як інструмент розвитку велнес-туризму..... 50

Лугина В. В.

Туристичне районування як інструмент оптимізації
рекреаційно-туристичних процесів: досвід Болгарії..... 52

Олійник Р. К.

Екскурсійна привабливість як чинник розвитку
об'єднаної територіальної громади 54

Плахотний Р. В.

Значення глобальної ради сталого туризму
для розвитку туристичних дестинацій 56

Прохорова Ю. В.

Медичний туризм як стратегічний напрям
розвитку охорони здоров'я 58

Суха А. О.

Розвиток анімаційних послуг у туристичній
сфері: сучасні тенденції та перспективи 60

Харко А. І.

Формування політики просування туристичного
продукту на прикладі Львівської області..... 62

Шелюг К. В.

Проблеми і перспективи розвитку туризму в м. Полтава..... 65

СЕКЦІЯ 5

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: МОВНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ

Воробйов В. С.

Effective communication in IT:
internal and external interactions..... 68

Касьян В. Г. The concept of “business”	69
Клюєва У. Ю. Adapting the restaurant business to martial law conditions	71
Краснікова К. Ю. Responsible use of water resources in hotels	73
Ловцов С. О. Changes in the logistics sector in the context of a full-scale war in Ukraine and possibilities for development in the post-war period.....	75
Лушина А. А. Influence of AI: work of a designer.....	76
Правденко Р. А. Professional ethics in financial communication: the role of language and comprehension	79
Решетняк Д. П. Quality of higher education in the hotel and restaurant business: problems, challenges and prospects	82
Рибалко А. В. The problem of developing communicative competence in the hotel and restaurant business	84
Свінцова Ю. О. Environmental awareness in Ukraine	86
Сулима М. О. The modern legal system of Ukraine.....	88
Торяник В. В. Activities of Ukrainian think tanks in conditions of full-scale war	91
Фелоненко А. Г. Tourism in Ukraine: a path to prosperity?	93

СЕКЦІЯ 6 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

Грушицький Б. А. Гібридні системи машинного перекладу.....	96
Дажук К. О. Фразеологізми в англійській художній літературі	98
Кабак Д. Ю. Вербалізація концепту «INTERNET» в сучасній англійській мові	100
Кльокта В. В. Німецькі фразеологізми та особливості їх перекладу українською мовою.....	102
Колеснік Ю. В. Гумор у фразеології: як німецькі сталі вислови передають комічний ефект	104
Коломієць Т. О. Концепція слова в сучасності.....	106
Перепеляк Д. Ю. Англійські складні терміни галузі реклами	109
Прокопенко О. Ю. Мови Середзем'я як мистецтво: лінгвосеміотичний зріз	112
Прокудін В. Г. Вербалізація концепту «Education» у сучасній англійській мові	115
Серікова Т. О. Крилаті латинські вислови на воєнну тематику	117
Серікова Т. О. Особливості перекладу прислів'їв та приказок з англійської на українську мову	119
Серікова Т. О. Художні образи природи в німецькій літературі	122

Усова Є. О.	
Особливості перекладу англомовного сленгу	124
Худіяш Д. А.	
Порівняльний аналіз людського та машинного перекладу англомовних текстів	128
Чуйко Д. Р.	
Літературні алюзії в піснях групи «Рамштайн»	131
Чуль С. В.	
Німецька мова у творчості японського композитора Савана Хіройуки	134

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Багаєв Є. А.	
Використання нутового борошна при виготовленні піци	138
Білек Л. Д.	
Гостинність: нові можливості для економічного зростання України	139
Бруско В. О.	
Використання аквафаби при виготовленні драглеподібних десертів	142
Бруско В. О.	
Ферментовані продукти – новий старий тренд у харчуванні... ..	144
Васильковський М. В.	
Як харчова революція змінює нас і світ навколо	146
Власенко А. А.	
Українські суперфуди: реалії буття	149
Гуржій М. М.	
Розроблення технології сучасних з десертів з використанням безглютенового борошна	151
Малтабар М. Д.	
Розроблення рецептури брауні з використанням цукрозамінників.....	154

Нікулін В. Ю.

Дослідження впливу гідратованого
насіння чіа якості безглютенових хлібців 156

Нікулін В. Ю., Косарева Л. С.

Удосконалення технології крекеру
підвищеної поживної цінності 158

Рева Ю. В.

Гастрономічне кодування культури українців 160

Рева Ю. В.

Удосконалення технології коктейлів
для закладів ресторанного господарства 162

Смаровоз Ю. В.

Вишня в культурі українців:
гастрономічно-фольклорні пошуки 164

Смаровоз Ю. В.

Нові технології енергетичних
батончиків підвищеної поживної цінності 166

Тесленко Є. В.

Використання відходів з нетрадиційної
сировини у технологіях харчових продуктів 168

Шевченко Д. С.

Розробка технології соусів-дресингів
оздоровчого призначення 170

Шендрик А. О.

Виховання харчування: 10 кроків до здоров'я студента 173

Шугайло Ю. Г.

Удосконалення технології виробів із бісквітного тіста 175

Яремчук Н. Ю.

Інноваційні добавки для майонезу
підвищеної біологічної цінності 179

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СЕКЦІЯ 8 ТОВАРОЗНАВСТВА, БІОТЕХНОЛОГІЇ,
ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ

Артеменко О. Є.

Біотехнології утилізації органічних
відходів методом вермикультивування 182

Банк А. В.

Комплексна оцінка якості крохмалю
вітчизняного виробництва 184

Білий Є. О.

Інноваційні підходи до розвитку
органічного грибівництва 186

Бруско В. О.

Молекулярна гастрономія як приклад
інтеграції хімії у ресторанне господарство 188

Голіченко К. В.

Заходи біобезпеки при біотехнологічному
виробництві ДНК-вакцин 190

Деменчук А. О.

Біотехнології в виробництві органічного
рослинного молока 192

Клименко А. О.

Екологічно безпечне пакування як
ключовий тренд харчової промисловості..... 194

Ляшко Є. О.

Корисні властивості, хімічний склад
та використання свіжої цвітної капусти 196

Мигаль О. А.

Сучасні методи біотехнології при виробництві вітамінів 198

Островерха Н. В.

Комплексна оцінка якості ферментованих
продуктів рослинного походження..... 200

Смірнов Д. В.	
Агротероризм у сучасному світі	202
Ставицький О. О.	
Хімічний склад та споживні властивості сушених фруктів	205
Темченко М. В.	
Хімічний аналіз товарів як інструмент підвищення якості та безпеки продукції	207
Трус Д. Р.	
Аналіз виробництва та споживання халви в Україні	208
Фесенко З. В.	
Інноваційні підходи до виробництва антибіотиків	211
Шивела С. А.	
Застосування хімії для оптимізації логістики та зберігання товарів.....	213

СЕКЦІЯ 9 **КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ, ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, МАТЕМАТИКА ТА ФІЗИКА**

Барабаш Р. А.	
Система обліку та нагадувань для споживання води протягом дня з простими графічними звітами	215
Березенко Р. М.	
Розробка сайту «Конфігуратор ПК з аналізом продуктивності» з використанням REACT	217
Білуха Д. В.	
Проектування інтерфейсу для ПЗ підготовки зображення для верстату по виготовленню трикотажних виробів.....	218
Бровко Б. М., Матвієнко В. В.	
Створення та друк стартової платформи для запуску дронів ..	220
Bulon D. S.	
Computer Networks and Cybersecurity	222
Волков В. С.	
Dart як альтернатива JavaScript у веб-розробці: порівняльний аналіз	224

Волторніст А. В.

Навчальне програмне забезпечення для побудови канонічних форм булевих функцій..... 226

Воробйов І. О.

Роль програмного забезпечення для візуалізації масивів даних у прийнятті управлінських рішень 228

Голишко Є. О.

Розробка адаптивного ігрового інтерфейсу для симулятора касового апарату з використанням UNITY 231

Грецишен О. В.

Єдиний портал державних послуг «Дія»: український досвід..... 233

Danilov M. M.

Artificial Intelligence in Everyday Life..... 235

Дзяткевич М. О.

Відстеження та прогнозування стану здоров'я на основі обробки біомедичних даних 237

Загоруйко Я. О.

Сучасні методи управління цілями: цифрові рішення для ефективного планування 239

Зануда Є. В.

Оптимізація маршрутів в умовах воєнного стану: аналіз та практичні дослідження на прикладі ТОВ «ЛЕАСИЯ» 241

Карабаш В. Є.

Розробка програмного забезпечення мобільного додатку для планування щоденних вправ та відстеження прогресу в особистому тренувальному плані 244

Карп'юк Д. А.

Перспективи розвитку та виклики реалізації квантових обчислень у сучасних інформаційних технологіях 245

Ковальов О. Ю.

Розробка тематичного сайту про снікер-індустрію..... 248

Kuznetsov I. U. Modern problems of analog and digital circuitry. Sensitivity to electromagnetic interference (EMI/EMC).....	250
Куцовол Р. С. Програмна реалізація сайту для фрілансерів	252
Лемешко Б. А. Ризики в ІТ-індустрії	254
Лисенко Д. В. Розробка веб-додатку для моніторингу статусу проєкту з інтегрованою системою автоматизованого сповіщення про ризики та відхилення від графіку.....	255
Лушина А. А. Програмна реалізація системи підбору житла з використанням методів системного аналізу.....	257
Мазур М. О. Сучасні підходи до навчання програмуванню на основі інтерактивних симуляцій та гейміфікації.....	259
Матвієнко В. В. Використання штучного інтелекту для обробки зображення для верстату по виготовленню трикотажних виробів.....	261
Микитенко В. І. Порівняння технологій для розробки веб-сервісів опитувань: NODE.JS проти альтернатив.....	263
Михайленко Є. В. Розробка інтернет-магазину «REMESLO BREWERY»	265
Різник Н. С. Розробка та проєктування застосунку для розпізнавання обличчя	267
Симітко К. П. Розробка та впровадження сайту для танцювальної студії «ВІЛЬНАЯ»	269
Сіроштан В. О. Розробка web-сервісу для інтерактивного оцінювання студентів з використанням NLP-моделей	271

Соколов А. В.	
Розробка сайту інтернет-магазину «KIDDO» на платформі WORDPRESS	272
Стеценко Є. О.	
Методологія тестування WEB-інтерфейсів	274
Ткачов В. В.	
Проектування та розробка елементів інформаційного сайту для майстерні «Slim Lite» з виготовлення електроніки	276
Цілуйко І. Я.	
Проектування інтернет-магазину з використанням DJANGO ..	278
Shustval S.	
Development of a Time Management and Productivity Application with Automated Reporting Functionality	280
Юдкін Д. О.	
Розробка інформаційного вебсайту по грі WARFRAME	282

СЕКЦІЯ 10

ЛІДЕРСТВО ТА ОСОБИСТІСНИЙ РОЗВИТОК

Данилейко М. О., Калюжна Н. В.	
Мотивація в команді: як підтримувати високу продуктивність та залученість?	285
Єрмейчук М. С.	
Сила ідей: життєве лідерство Стіва Джобса	288
Кірієнко А. А.	
Приклад успіху та лідерство річарда бренсона	290
Штерман Ю. С.	
Лідер як медіатор: роль у вирішенні конфліктів у команді.....	292

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СЕКЦІЯ 11 ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ

Ачкасова М. Д.	
Банківський ринок України в умовах війни.....	295
Бохан І. В.	
Єдиний цифровий ринок Європи і України	297

Гречка Д. В. Сегментація ринку снєків в контексті тенденцій поведінки споживачів.....	299
Гриньков І. О. Поведінка споживачів в соціальних мережах.....	301
Данилейко М. О. Штучний інтелект як інструмент для аналізу конкурентного середовища на цифровому ринку	303
Клименко В. О. BCG-аналіз господарського портфелю підприємства «АВК»	305
Кобилецька І. П. Принципи маркетингової концепції управління підприємства.....	308
Маліцька І. І. Аналіз тенденцій розвитку рекламних та PR-кампаній	310
Нестеренко Н. О. Дослідження змін інфраструктури ринку логістики в Україні.....	313
Остроушко С. В. Засоби підвищення залученості споживачів у соціальних мережах	315
Пасяка В. І. Аналіз електронної комерції в соціальних мережах	317
Ряднина В. М. Туризм на Полтавщині.....	319
Самофал В. В. Цінові стратегії в онлайн торгівлі.....	321
Торяник В. В. Маркетинговий план соціального проєкту	323
Яремчук О. А. Дослідження поведінки споживачів в період війни	325

Барбі Д. А.

 Особливості побудови моделі Менеджменту 3.0
на сучасному підприємстві 328

Вишня К. А.

 Напрями розвитку кадрового потенціалу
підприємства в умовах воєнного сьогодення 330

Гершун А. В.

 Застосування SWOT-аналізу в
стратегічному управлінні бізнесом..... 332

Голодняк М. П.

 Передумови вибору стратегії
підвищення прибутковості підприємства 333

Гуйва О. О.

 Інноваційне управління інформаційними ресурсами для
формування конкурентоспроможного іміджу компанії 336

Коваленко І. Ю.

 Характерні особливості управління
інноваційними технологіями на підприємстві
в умовах ринкових трансформацій 338

Ковальчук К. А.

 Жіноче лідерство в умовах війни: роль
жінок у підтримці та відновленні країни 340

Корсун І. С.

 Реалізація принципів екологічної відповідальності
в діяльності виробничого підприємства..... 343

Курисько І. С.

 Механізм формування конкурентної
політики підприємства..... 345

Луговець В. А.

 Стратегії розвитку суб'єктів аграрного
підприємництва в сучасних умовах 347

Маліношевський Д. М. Теоретичні підходи до трактування терміну «розвиток підприємства».....	349
Манукян А. Е. Інноваційні підходи до бізнес-планування в управлінні організацією	353
Мотрич В. Ю., Зеленський А. С. Проблеми та напрями підвищення ефективності управління фінансовою стійкістю аграрних підприємств.....	355
Нескородь В. М. Комплаєнс як ефективна система контролю за розвитком бізнесу	357
Паламарчук С. В. Цифрові рішення в управлінні персоналом	360
Потапов С. С. Особливості формування та розвитку корпоративної культури товариств в умовах нинішніх реалій та повоєнної розбудови економіки України.....	362
Прийма Д. В. Вплив lean-методології на якість системи процесів організації	365
Razak Ola-Okedeyi Employee Motivation in the Context of the Crisis	367
Рибас Н. А. Управління якістю послуг туристичного підприємства	369
Різніченко С. В. Корпоративна культура в контексті управління конфліктами на підприємстві	371
Рой Ю. О. Виклики управління командою та конфліктами в умовах дистанційної роботи	373
Сороковий С. І. Процедура вибору партнерів в організації для стратегічного альянсу	375

Storozhuk M. Neuromanagement: a synergistic combination of management and psychology	378
Строїло К. О. Підвищення ролі міжособистісних комунікацій в організації	380
Тубольцев А. С. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: сутність та особливості.....	382
Янківська А. О. Організаційна культура як складова стратегії управління торговим підприємством	384

СЕКЦІЯ 13

ПРАВО Й СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Баклан В. Ю. Заборонені методи та засоби ведення війни	388
Білодід М. С. Актуальність принципу мирного вирішення спорів у сучасному міжнародному праві	390
Величко Д. П. Проблеми та перспективи здійснення миротворчої місії на території України.....	392
Вісич Є. В. Механізми міжнародно-правового регулювання праці жінок.....	395
Лабай М. М. Щодо відмінності співучасті у кримінальному правопорушенні від причетності до нього.....	397
Левченко Є. Л. Еволюція трудового права: ретроспектива та сучасні форми зайнятості в умовах воєнного стану	399
Лихвар Д. В. Мовні засоби та принципи формулювання норм права.....	401

Мельченко Д. В.

Поняття та значення законодавчої техніки:
принципи законодавчої діяльності 404

Морозова Ю. А.

Антропологічний аспект приватного права 408

Овчаренко Д. С.

Науково-дослідна робота студентів: погляд першокурсника .. 410

Хмельниченко В. Ю.

Механізми та інструменти придушення української
самобутності російською владою 413

Sierhieiev Y. V.

The History of Law From the Start
of Civilization to Nowadays 416

СЕКЦІЯ 14

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІКИ І КІБЕРНЕТИКИ

Бондаренко А. А.

Ефективність функціонування підприємства:
сутність та напрями підвищення..... 419

Гнаток А. Р., Глущенко В. А.

Культурна та економічна глобалізація:
виклики і можливості..... 421

Жук Я. А.

Сучасний економіст: забезпечення
фахових спроможностей 424

Каменюк А. О., Адаменко А. В.

Механізм управління основними
засобами на підприємстві 425

Колесніченко М. М., Ямбих Є. С.

Бенчмаркінг як інструмент маркетингового
менеджменту на підприємстві..... 429

Максюта А. В., Кирпичко Р. О.

Особливості гнучкого управління проектами ІТ-галузі
в умовах впливу технологій штучного інтелекту..... 431

Марченко О. В.	
Економіка як наука, сфера діяльності, спеціальність	433
Наумов Е. О., Гезун М. Ю.	
Використання сучасного інструментарію статистичного моделювання в економіці	435
Подрезов Д. О.	
Вплив штучного інтелекту як фактору підвищення продуктивності в економіці	437
Портний Р. І.	
Сценарний аналіз ризиків і кризових явищ в діяльності суб'єкта господарювання під час війни	440
Сімонов А. А.	
Проблема підвищення ефективності галузі рослинництва в умовах глобальних змін	443
Склема М. В., Клиба А. І.	
Вплив глобалізації на розвиток економіки	445
Швець Р. В.	
Оцінка поточної ситуації ділової активності українського бізнесу як ключової характеристики його конкурентоспроможності	448
Ямпольська М. С.	
Економічна діагностика соціальних змін	450

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Білецька Ю. В.	
Система управління якістю обслуговування в готельному бізнесі	453
Гаврилова О. І.	
Інноваційні технології в ресторанному бізнесі: тренди та перспективи	455
Гирман В. О.	
Розвиток ресторанного бізнесу: цифрові рішення та психологічні стратегії у сфері сервісу	458

Глотова В. І.

Підходи до ефективного управління персоналом в готельній сфері..... 461

Гранальська А. В.

Інноваційні технології у готельному бізнесі: автоматизація процесів та персоналізація сервісу 463

Дворовенко В. О.

Актуальні проблеми роботи служби номерного фонду готелю «OptimA Collection» у місті Житомир 465

Добренко Д. І.

Цифровий етикет у готельно-ресторанному бізнесі: виклики та перспективи 467

Кабак К. І.

Удосконалення організації надання рекреаційних послуг у готелі «Relax Park Verholy» с. Соснівка Полтавської області..... 470

Карпенко К. В.

Ефективність рекламної діяльності готелю «Аристократ» міста Полтава 472

Кобець В. О.

Напрями вдосконалення vip-сервісу у FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV 475

Комісарук О. Д.

Впровадження клієнтоорієнтованого підходу у готелі «Menorah Hotel» міста Дніпро..... 477

Компанієць Є. К.

Стратегії удосконалення роботи служби прийому й розміщення гостей для підвищення конкурентоспроможності готелю 480

Костюк О. С.

Шляхи підвищення ефективності рекламної діяльності готельного підприємства..... 482

Кузуб В. В.

Маркетингові стратегії залучення клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі 485

Лисенко О. О. Шляхи підвищення ефективності роботи персоналу у готельно-ресторанному комплексі	487
Ляхівненко В. О. Автоматизація бізнес-процесів у готельній галузі	489
Нестеренко А. Ф. Управління репутацією готельного підприємства	491
Новицька А. Р. Шляхи просування готелів із застосуванням digital-технологій на українському ринку	493
Олійник Є. О. Інноваційні підходи до організації корпоративних заходів у готельному бізнесі.....	495
Переверзєв Н. В. Технологічні та інноваційні рішення для будівництва бюджетних засобів розміщення в Україні	498
Перекрестова Ю. В. Концепція WELLNESS як інноваційний напрямок розвитку готелів	500
Перепелиця М. О. Шляхи підвищення ефективності діяльності готельно-ресторанного комплексу «Королівська бочка» у місті Житомирі	502
Повстяний О. М. Шляхи просування готелів із застосуванням DIGITAL-технологій на українському ринку	506
Пономаренко А. О. Волонтерські ініціативи у вітчизняних засобах розміщення: проблеми та перспективи реалізації	508
Постоленко В. О. Особливості готельного господарства Туреччини	510
Проскурня Л. В. Роль ресторанів при готелі у залученні гастрономічних туристів.....	513

Ралко М. А.

Інноваційні технології в ресторанному бізнесі.

Тенденції та перспективи розвитку 515

Соколова А. В.

Формування клієнтської лояльності у

сфері готельно-ресторанного бізнесу 518

Торопенко А. В.

Удосконалення анімаційної діяльності

готельно-ресторанних комплексів Полтавщини 521

Філоненко В. Г.

Удосконалення роботи служби

експлуатації номерного фонду готелю 524

Чепурко І. І.

Перспективні шляхи повоєнного відновлення

готельного бізнесу Харківського регіону 526

Шантала Д. В.

Програми лояльності в готелях –

ефективний маркетинговий інструмент 528

ПСИХОЛОГІЯ. ПЕДАГОГІКА.

СЕКЦІЯ 16 ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Біленко К. Р., Солодова О. М.

Самоосвіта як провідна форма вдосконалення педагогічної

майстерності та професійної компетентності 531

Бондар О. Ю.

Внутрішні опори до забезпечення

психічного благополуччя 533

Домуховська М. Р.

Формування цифрової компетентності учнів

на уроках технологій: практичний аспект 536

Коновал В. О.

Психологічна компетентність маркетолога 537

Пащенко В. А. Важливість фізичної культури та проблеми розвитку спорту в Україні	539
Пилипенко Д. Т. Проблематика фізичної культури і спорту під час військового стану в Україні	542
Серікова Т. О. Відновлення після травм, спричинених війною: основні принципи реабілітації	544
Четверикова К. О. Прояви набутої безпорадності в студентів та стратегії її подолання	546
Шорніков М. М. Емоційний інтелект як чинник попередження адиктивної поведінки	549
Штепа С. С. Фізична активність у сучасному світі.....	551

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА СЕКЦІЯ 17 ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ

Безгуб К. Ю. Оцінка сучасного ринку банківського кредитування суб'єктів малого і середнього бізнесу	554
Богдан А. Д. Критерії оцінювання фінансової безпеки суб'єктів господарювання	557
Бурік Є. О., Ткаченко В. В. Порівняльна оцінка доходів населення як фінансовий чинник покращення міграційних процесів в Україні.....	559
Горбенко Т. О., Щербань Я. В. Періодизація розвитку Балансу (Звіту про фінансовий стан) підприємства.....	562

Дакало М. О.

Інформаційне забезпечення управління
прибутком підприємств споживчої кооперації..... 564

Дашевський А. С., Костогриз М. П.

Окремі аспекти аналізу інвестиційної нерухомості 566

Ivchenko Anton

Insurance Fraud and Methods of Combating IT 568

Кусов Ю. О.

Формування доходів місцевих бюджетів
України в умовах військового стану..... 570

Лісняк А. Д.

Окремі аспекти обліку та оподаткування
заробітної плати в сучасних умовах 574

Ляшкова Н. О.

Фінансова безпека підприємства в сучасних умовах 577

Матюха Д. А., Шишкіна М. А.

Облік фінансових інвестицій:
проблеми та напрями удосконалення..... 579

Мигур Д. О., Сулим В. В.

Боргова політика України в умовах
війни та її соціальні наслідки 582

Мізгірєва А. І.

Історія розвитку бухгалтерського обліку в Україні 584

Москаленко Д. К.

Особливості оподаткування ФОП в умовах війни 586

Нінічук К. Р., Гусаренко Д. Ю.

Екологічні проблеми довкілля в умовах воєнного стану
(на прикладі м. Миколаївка, Донецька обл.)..... 589

Павлиш А. В.

Гібридна фінансова система: поєднання
фіатних та цифрових валют..... 590

Пилат М. В.

Роль міжнародного валютного фонду
у стабілізації світової економіки..... 592

Ryzhkov Artem

Digital transformation of the business strategy
of financial institutions as a prerequisite for
the development of the financial market 596

Руденко А. А.

Вплив децентралізованих фінансів (DEFI)
на традиційні фінансові системи 598

Середа Н. Я.

Спрощена система оподаткування: переваги і недоліки 601

Староста І. В.

Тенденції ринку нерухомості України
та адаптація до викликів війни 603

Стешенко С. С.

Проблеми і перспективи автоматизації
бухгалтерського обліку в Україні 607

Урясенко А. О.

Оподаткування бізнесу в умовах
військового стану в Україні 609

Шорніков М. М.

Цифрова трансформація фінансової аналітики бізнесу 611

**СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ
СЕКЦІЯ 18 ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО
СЕРЕДОВИЩА**

Бабаян К. А.

Державне регулювання попиту та пропозиції
в міжнародному бізнесі: кейс ТНК L'oréal 615

Бендер К. В., Чимирис В. О.

Шляхи підвищення конкурентоспроможності
компаній в умовах економічної глобалізації 616

Бергман Б. І.

Ефективність інтернет-торгівлі в умовах глобалізації:
виклики, можливості та перспективи розвитку 618

Варуша А. Р., Chudesа V. Сучасні тенденції розвитку ринку біологічного меду в Нідерландах.....	621
Варуша А. Р. Транснаціональні корпорації як рушійні сили процесу економічної глобалізації	623
Kalyna A., Kim Sujung Crowdfunding and TikTok: a new era of fundraising	626
Ковтун В. В. ЄС у глобальній економіці: геополітичні виклики та інструменти геоекономічного впливу	628
Котляр Т. В. Україна в сучасних міжнародних кредитних відносинах.....	630
Лук'яненко Б. С. Технологічна асиметрія країн та форми її прояву	632
Протасевич М. О. Теорії та концепції європейської інтеграції	634
Самсонов В. В. Транснаціональні корпорації у системі сучасного міжнародного бізнесу.....	636
Сичук Д. Л. Роль краудфандингу та цифрових платформ у фінансуванні зовнішньоекономічної діяльності малих і середніх підприємств	639
Сичук Д. Л. The efficiency of foreign economic activity of domestic enterprises in Ukraine: challenges and strategic priorities	641
Шахмамет'єв В. Ю. Методи налагодження позитивних стосунків у крос-культурних ділових переговорах	644

СЕКЦІЯ 19

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

Антоненко В. В., Преснов В. В. Зарубіжний досвід проведення закупівель товарів, робіт і послуг	647
---	-----

Антоненко О. С.

Комунікації як важливий інструмент
роботи професійного закупівельника 649

Артюх О. М., Таровик Р. С.

Проблеми, недоліки і перспективи розвитку ЕСЗ Prozorro 652

Козаков А. А., Паламарчук Д. В.

Штрафи та строки їх застосування
у сфері публічних закупівель 654

Новікова О. В.

Стан та перспективи розвитку B2C і
B2B-сегментів електронної торгівлі в Україні 657

Табаркевич М. В.

Аналіз стратегій реформування національної
системи публічних закупівель 659

СЕКЦІЯ 20

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ЗМІН

Гоцелюк А. В.

Нейроекономіка та її застосування
в управлінні персоналом 663

Гриценко І. І.

Розвиток системи управління персоналом в контексті
забезпечення конкурентоспроможності підприємства 665

Жураківська Г. С.

Інструменти та методи підвищення
мотивації медичного персоналу 667

Кабашина В. В.

Мікронавчання як новий тренд у підготовці персоналу 669

Касян Д. С.

Стилі лідерства та їх вплив на роботу команди 671

Козурман С. М.

Професійне навчання як засіб
управління персоналом в умовах змін 673

Крилов А. В.

Роль особистісного розвитку працівників
у процесі управління персоналом в умовах змін..... 677

Луценко Ю. Ю.

Рескілінг та апскілінг: як компанії допомагають
співробітникам розвивати нові навички..... 681

Мазур Г. М.

Організація системи навчання та підвищення
кваліфікації медичних працівників..... 683

Марюхнич П. Р., Хохонь Д. В.

Людський капітал в системі управління
бізнес-процесами на підприємстві 685

Томчук І. В.

Етичні засади управління у закладах охорони здоров'я..... 688

Чаус І. В.

Проблеми соціально-економічного розвитку
територіальної громади міста Полтави 690

Шевченко А. О.

Корпоративна культура, що мотивує до розвитку 691

Юрченко О. В.

Поведінкова економіка у сфері управління персоналом 694

Яценко К. І.

Вплив особистісних якостей працівника на його кар'єру 696

Яценко О. Г.

Управління конфліктними ситуаціями в охороні здоров'я..... 698

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ
НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ
ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

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

(м. Полтава, 10 квітня 2025 року)

Дизайн обкладинки *Д. Я. Вернигора*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 42,2.
Зам. № 394/2254.

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі
к. 48, вул. Івана Банка, 3, м. Полтава, 36003.
E-mail: pvv.puet@gmail.com.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8076 від 28.02.2024 р.

ЗМІСТ

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

СЕКЦІЯ 1

Гладкий І. В.

Відродження української автентичної кухні – як невід’ємна частина національно-патріотичного виховання молоді..... 5

Kravetska V. M.

Patriotic Education as an Instrument of Fostering National Consciousness..... 7

Маслова М. М.

Учитель як провідник європейських цінностей у процесі національно-патріотичного виховання старшокласників..... 9

Моргуль Д. В.

Патріотичне виховання молоді засобами сфери туризму і краєзнавства..... 11

КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ І БЕЗПЕКОВИХ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ

СЕКЦІЯ 2

Гуржій М. М.

Глобальні проблеми харчової індустрії та окремі вектори її вирішення 14

Mostova V. A.

Principles and methods of fundraising in supporting social programmes..... 16

Попович Т. В.

Взаємозв’язок релігійного туризму та паломництва в умовах глобалізації 18

Пшінник М. В.

Бірюзові організації: новий рівень кооперативної взаємодії20

Сергієнко В. П.

Кооперативне підприємництво як альтернатива
традиційним бізнес-моделям в кризові часи.....23

СЕКЦІЯ 3 ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОБЛЕМИ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Burlaka T. S.

Modern challenges and strategies of
ensuring the quality of higher education26

Діденко А. В.

Імплементація інклюзивної освіти у закладах вищої освіти28

Клюєва У. Ю.

Використання студентами спеціальності
«Готельно-ресторанна справа» у
навчальному процесі CHATGPT31

Kravchenko A. O.

Prospects for higher education in near future34

Малтабар М. Д.

Практикоорієнтоване навчання як фактор
підвищення фахових компетентностей здобувачів
вищої освіти технічних спеціальностей36

Новожилова П. Л.

Якість підготовки фахівців з туризму: погляд здобувача.....38

Олійник С. І.

Сучасні чинники розвитку
науки та якості освіти.....40

Сірооченко А. Б.

Відеоконтент в освіті: переваги та виклики для
ефективної організації навчального процесу42

Черкашина В. В.

Роль неформальної освіти у розвитку
професійних навичок47

СЕКЦІЯ 4

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Ковалишин Ю. Р.

Соціальні медіа як інструмент розвитку велнес-туризму..... 50

Лугина В. В.

Туристичне районування як інструмент оптимізації
рекреаційно-туристичних процесів: досвід Болгарії..... 52

Олійник Р. К.

Екскурсійна привабливість як чинник розвитку
об'єднаної територіальної громади 54

Плахотний Р. В.

Значення глобальної ради сталого туризму
для розвитку туристичних дестинацій 56

Прохорова Ю. В.

Медичний туризм як стратегічний напрям
розвитку охорони здоров'я 58

Суха А. О.

Розвиток анімаційних послуг у туристичній
сфері: сучасні тенденції та перспективи 60

Харко А. І.

Формування політики просування туристичного
продукту на прикладі Львівської області..... 62

Шелюг К. В.

Проблеми і перспективи розвитку туризму в м. Полтава..... 65

СЕКЦІЯ 5

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: МОВНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ

Воробйов В. С.

Effective communication in IT:
internal and external interactions..... 68

Касьян В. Г. The concept of “business”	69
Клюєва У. Ю. Adapting the restaurant business to martial law conditions	71
Краснікова К. Ю. Responsible use of water resources in hotels	73
Ловцов С. О. Changes in the logistics sector in the context of a full-scale war in Ukraine and possibilities for development in the post-war period.....	75
Лушина А. А. Influence of AI: work of a designer.....	76
Правденко Р. А. Professional ethics in financial communication: the role of language and comprehension	79
Решетняк Д. П. Quality of higher education in the hotel and restaurant business: problems, challenges and prospects	82
Рибалко А. В. The problem of developing communicative competence in the hotel and restaurant business	84
Свінцова Ю. О. Environmental awareness in Ukraine	86
Сулима М. О. The modern legal system of Ukraine.....	88
Торяник В. В. Activities of Ukrainian think tanks in conditions of full-scale war	91
Фелоненко А. Г. Tourism in Ukraine: a path to prosperity?	93

СЕКЦІЯ 6 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

Грушицький Б. А. Гібридні системи машинного перекладу.....	96
Дажук К. О. Фразеологізми в англійській художній літературі	98
Кабак Д. Ю. Вербалізація концепту «INTERNET» в сучасній англійській мові	100
Кльокта В. В. Німецькі фразеологізми та особливості їх перекладу українською мовою.....	102
Колеснік Ю. В. Гумор у фразеології: як німецькі сталі вислови передають комічний ефект	104
Коломієць Т. О. Концепція слова в сучасності.....	106
Перепеляк Д. Ю. Англійські складні терміни галузі реклами	109
Прокопенко О. Ю. Мови Середзем'я як мистецтво: лінгвосеміотичний зріз	112
Прокудін В. Г. Вербалізація концепту «Education» у сучасній англійській мові	115
Серікова Т. О. Крилаті латинські вислови на воєнну тематику	117
Серікова Т. О. Особливості перекладу прислів'їв та приказок з англійської на українську мову	119
Серікова Т. О. Художні образи природи в німецькій літературі	122

Усова Є. О.	
Особливості перекладу англомовного сленгу	124
Худіяш Д. А.	
Порівняльний аналіз людського та машинного перекладу англомовних текстів	128
Чуйко Д. Р.	
Літературні алюзії в піснях групи «Рамштайн»	131
Чуль С. В.	
Німецька мова у творчості японського композитора Савана Хіройуки	134

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Багаєв Є. А.	
Використання нуттового борошна при виготовленні піци	138
Білек Л. Д.	
Гостинність: нові можливості для економічного зростання України	139
Бруско В. О.	
Використання аквафаби при виготовленні драглеподібних десертів	142
Бруско В. О.	
Ферментовані продукти – новий старий тренд у харчуванні ...	144
Васильковський М. В.	
Як харчова революція змінює нас і світ навколо	146
Власенко А. А.	
Українські суперфуди: реалії буття	149
Гуржій М. М.	
Розроблення технології сучасних з десертів з використанням безглютенового борошна	151
Малтабар М. Д.	
Розроблення рецептури брауні з використанням цукрозамінників	154

Нікулін В. Ю.

Дослідження впливу гідратованого
насіння чіа якості безглютенових хлібців 156

Нікулін В. Ю., Косарева Л. С.

Удосконалення технології крекеру
підвищеної поживної цінності 158

Рева Ю. В.

Гастрономічне кодування культури українців 160

Рева Ю. В.

Удосконалення технології коктейлів
для закладів ресторанного господарства..... 162

Смаровоз Ю. В.

Вишня в культурі українців:
гастрономічно-фольклорні пошуки 164

Смаровоз Ю. В.

Нові технології енергетичних
батончиків підвищеної поживної цінності..... 166

Тесленко Є. В.

Використання відходів з нетрадиційної
сировини у технологіях харчових продуктів 168

Шевченко Д. С.

Розробка технології соусів-дресингів
оздоровчого призначення 170

Шендрик А. О.

Виховання харчування: 10 кроків до здоров'я студента 173

Шугайло Ю. Г.

Удосконалення технології виробів із бісквітного тіста 175

Яремчук Н. Ю.

Інноваційні добавки для майонезу
підвищеної біологічної цінності 179

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СЕКЦІЯ 8 ТОВАРОЗНАВСТВА, БІОТЕХНОЛОГІЇ,
ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ

Артеменко О. Є.

Біотехнології утилізації органічних
відходів методом вермикультивування 182

Банк А. В.

Комплексна оцінка якості крохмалю
вітчизняного виробництва 184

Білий Є. О.

Інноваційні підходи до розвитку
органічного грибівництва 186

Бруско В. О.

Молекулярна гастрономія як приклад
інтеграції хімії у ресторанне господарство 188

Голіченко К. В.

Заходи біобезпеки при біотехнологічному
виробництві ДНК-вакцин 190

Деменчук А. О.

Біотехнології в виробництві органічного
рослинного молока 192

Клименко А. О.

Екологічно безпечне пакування як
ключовий тренд харчової промисловості..... 194

Ляшко Є. О.

Корисні властивості, хімічний склад
та використання свіжої цвітної капусти 196

Мигаль О. А.

Сучасні методи біотехнології при виробництві вітамінів 198

Островерха Н. В.

Комплексна оцінка якості ферментованих
продуктів рослинного походження..... 200

Смірнов Д. В.	
Агротероризм у сучасному світі	202
Ставицький О. О.	
Хімічний склад та споживні властивості сушених фруктів	205
Темченко М. В.	
Хімічний аналіз товарів як інструмент підвищення якості та безпеки продукції	207
Трус Д. Р.	
Аналіз виробництва та споживання халви в Україні	208
Фесенко З. В.	
Інноваційні підходи до виробництва антибіотиків	211
Шивела С. А.	
Застосування хімії для оптимізації логістики та зберігання товарів.....	213

СЕКЦІЯ 9 **КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ, ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, МАТЕМАТИКА ТА ФІЗИКА**

Барабаш Р. А.	
Система обліку та нагадувань для споживання води протягом дня з простими графічними звітами	215
Березенко Р. М.	
Розробка сайту «Конфігуратор ПК з аналізом продуктивності» з використанням REACT	217
Білуха Д. В.	
Проектування інтерфейсу для ПЗ підготовки зображення для верстату по виготовленню трикотажних виробів.....	218
Бровко Б. М., Матвієнко В. В.	
Створення та друк стартової платформи для запуску дронів ..	220
Bulon D. S.	
Computer Networks and Cybersecurity	222
Волков В. С.	
Dart як альтернатива JavaScript у веб-розробці: порівняльний аналіз	224

Волторніст А. В.

Навчальне програмне забезпечення для побудови канонічних форм булевих функцій..... 226

Воробйов І. О.

Роль програмного забезпечення для візуалізації масивів даних у прийнятті управлінських рішень 228

Голишко Є. О.

Розробка адаптивного ігрового інтерфейсу для симулятора касового апарату з використанням UNITY 231

Грецишен О. В.

Єдиний портал державних послуг «Дія»: український досвід..... 233

Danilov M. M.

Artificial Intelligence in Everyday Life..... 235

Дзяткевич М. О.

Відстеження та прогнозування стану здоров'я на основі обробки біомедичних даних 237

Загоруйко Я. О.

Сучасні методи управління цілями: цифрові рішення для ефективного планування 239

Зануда Є. В.

Оптимізація маршрутів в умовах воєнного стану: аналіз та практичні дослідження на прикладі ТОВ «ЛЕАСИЯ» 241

Карабаш В. Є.

Розробка програмного забезпечення мобільного додатку для планування щоденних вправ та відстеження прогресу в особистому тренувальному плані 244

Карп'юк Д. А.

Перспективи розвитку та виклики реалізації квантових обчислень у сучасних інформаційних технологіях 245

Ковальов О. Ю.

Розробка тематичного сайту про снікер-індустрію..... 248

Kuznetsov I. U. Modern problems of analog and digital circuitry. Sensitivity to electromagnetic interference (EMI/EMC).....	250
Куцовол Р. С. Програмна реалізація сайту для фрілансерів	252
Лемешко Б. А. Ризики в ІТ-індустрії	254
Лисенко Д. В. Розробка веб-додатку для моніторингу статусу проєкту з інтегрованою системою автоматизованого сповіщення про ризики та відхилення від графіку.....	255
Лушина А. А. Програмна реалізація системи підбору житла з використанням методів системного аналізу.....	257
Мазур М. О. Сучасні підходи до навчання програмуванню на основі інтерактивних симуляцій та гейміфікації.....	259
Матвієнко В. В. Використання штучного інтелекту для обробки зображення для верстату по виготовленню трикотажних виробів.....	261
Микитенко В. І. Порівняння технологій для розробки веб-сервісів опитувань: NODE.JS проти альтернатив.....	263
Михайленко Є. В. Розробка інтернет-магазину «REMESLO BREWERY»	265
Різник Н. С. Розробка та проєктування застосунку для розпізнавання обличчя	267
Симітко К. П. Розробка та впровадження сайту для танцювальної студії «ВІЛЬНАЯ»	269
Сіроштан В. О. Розробка web-сервісу для інтерактивного оцінювання студентів з використанням NLP-моделей	271

Соколов А. В.	
Розробка сайту інтернет-магазину «KIDDO» на платформі WORDPRESS	272
Стеценко Є. О.	
Методологія тестування WEB-інтерфейсів	274
Ткачов В. В.	
Проектування та розробка елементів інформаційного сайту для майстерні «Slim Lite» з виготовлення електроніки	276
Цілуйко І. Я.	
Проектування інтернет-магазину з використанням DJANGO	278
Shustval S.	
Development of a Time Management and Productivity Application with Automated Reporting Functionality	280
Юдкін Д. О.	
Розробка інформаційного вебсайту по грі WARFRAME	282

СЕКЦІЯ 10

ЛІДЕРСТВО ТА ОСОБИСТІСНИЙ РОЗВИТОК

Данилейко М. О., Калюжна Н. В.	
Мотивація в команді: як підтримувати високу продуктивність та залученість?	285
Єрмейчук М. С.	
Сила ідей: життєве лідерство Стіва Джобса	288
Кірієнко А. А.	
Приклад успіху та лідерство річарда бренсона	290
Штерман Ю. С.	
Лідер як медіатор: роль у вирішенні конфліктів у команді.....	292

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СЕКЦІЯ 11 ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ

Ачкасова М. Д.	
Банківський ринок України в умовах війни.....	295
Бохан І. В.	
Єдиний цифровий ринок Європи і України	297

Гречка Д. В. Сегментація ринку снєків в контексті тенденцій поведінки споживачів.....	299
Гриньков І. О. Поведінка споживачів в соціальних мережах.....	301
Данилейко М. О. Штучний інтелект як інструмент для аналізу конкурентного середовища на цифровому ринку	303
Клименко В. О. BCG-аналіз господарського портфелю підприємства «АВК»	305
Кобилецька І. П. Принципи маркетингової концепції управління підприємства.....	308
Маліцька І. І. Аналіз тенденцій розвитку рекламних та PR-кампаній	310
Нестеренко Н. О. Дослідження змін інфраструктури ринку логістики в Україні.....	313
Остроушко С. В. Засоби підвищення залученості споживачів у соціальних мережах	315
Пасяка В. І. Аналіз електронної комерції в соціальних мережах	317
Ряднина В. М. Туризм на Полтавщині.....	319
Самофал В. В. Цінові стратегії в онлайн торгівлі.....	321
Торяник В. В. Маркетинговий план соціального проєкту	323
Яремчук О. А. Дослідження поведінки споживачів в період війни	325

Барбі Д. А.

Особливості побудови моделі Менеджменту 3.0
на сучасному підприємстві 328

Вишня К. А.

Напрями розвитку кадрового потенціалу
підприємства в умовах воєнного сьогодення 330

Гершун А. В.

Застосування SWOT-аналізу в
стратегічному управлінні бізнесом..... 332

Голодняк М. П.

Передумови вибору стратегії
підвищення прибутковості підприємства 333

Гуйва О. О.

Інноваційне управління інформаційними ресурсами для
формування конкурентоспроможного іміджу компанії 336

Коваленко І. Ю.

Характерні особливості управління
інноваційними технологіями на підприємстві
в умовах ринкових трансформацій 338

Ковальчук К. А.

Жіноче лідерство в умовах війни: роль
жінок у підтримці та відновленні країни 340

Корсун І. С.

Реалізація принципів екологічної відповідальності
в діяльності виробничого підприємства..... 343

Курисько І. С.

Механізм формування конкурентної
політики підприємства..... 345

Луговець В. А.

Стратегії розвитку суб'єктів аграрного
підприємництва в сучасних умовах 347

Маліношевський Д. М. Теоретичні підходи до трактування терміну «розвиток підприємства».....	349
Манукян А. Е. Інноваційні підходи до бізнес-планування в управлінні організацією	353
Мотрич В. Ю., Зеленський А. С. Проблеми та напрями підвищення ефективності управління фінансовою стійкістю аграрних підприємств.....	355
Нескородь В. М. Комплаєнс як ефективна система контролю за розвитком бізнесу	357
Паламарчук С. В. Цифрові рішення в управлінні персоналом	360
Потапов С. С. Особливості формування та розвитку корпоративної культури товариств в умовах нинішніх реалій та повоєнної розбудови економіки України.....	362
Прийма Д. В. Вплив lean-методології на якість системи процесів організації	365
Razak Ola-Okedeyi Employee Motivation in the Context of the Crisis	367
Рибас Н. А. Управління якістю послуг туристичного підприємства	369
Різніченко С. В. Корпоративна культура в контексті управління конфліктами на підприємстві	371
Рой Ю. О. Виклики управління командою та конфліктами в умовах дистанційної роботи	373
Сороковий С. І. Процедура вибору партнерів в організації для стратегічного альянсу	375

Storozhuk M. Neuromanagement: a synergistic combination of management and psychology	378
Строїло К. О. Підвищення ролі міжособистісних комунікацій в організації	380
Тубольцев А. С. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: сутність та особливості	382
Янківська А. О. Організаційна культура як складова стратегії управління торговим підприємством	384

СЕКЦІЯ 13

ПРАВО Й СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Баклан В. Ю. Заборонені методи та засоби ведення війни	388
Білодід М. С. Актуальність принципу мирного вирішення спорів у сучасному міжнародному праві	390
Величко Д. П. Проблеми та перспективи здійснення миротворчої місії на території України	392
Вісич Є. В. Механізми міжнародно-правового регулювання праці жінок	395
Лабай М. М. Щодо відмінності співучасті у кримінальному правопорушенні від причетності до нього	397
Левченко Є. Л. Еволюція трудового права: ретроспектива та сучасні форми зайнятості в умовах воєнного стану	399
Лихвар Д. В. Мовні засоби та принципи формулювання норм права	401

Мельченко Д. В.

Поняття та значення законодавчої техніки:
принципи законодавчої діяльності 404

Морозова Ю. А.

Антропологічний аспект приватного права 408

Овчаренко Д. С.

Науково-дослідна робота студентів: погляд першокурсника .. 410

Хмельниченко В. Ю.

Механізми та інструменти придушення української
самобутності російською владою 413

Sierhieiev Y. V.

The History of Law From the Start
of Civilization to Nowadays 416

СЕКЦІЯ 14

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІКИ І КІБЕРНЕТИКИ

Бондаренко А. А.

Ефективність функціонування підприємства:
сутність та напрями підвищення..... 419

Гнаток А. Р., Глущенко В. А.

Культурна та економічна глобалізація:
виклики і можливості..... 421

Жук Я. А.

Сучасний економіст: забезпечення
фахових спроможностей 424

Каменюк А. О., Адаменко А. В.

Механізм управління основними
засобами на підприємстві 425

Колесніченко М. М., Ямбих Є. С.

Бенчмаркінг як інструмент маркетингового
менеджменту на підприємстві..... 429

Максюта А. В., Кирпичко Р. О.

Особливості гнучкого управління проектами ІТ-галузі
в умовах впливу технологій штучного інтелекту..... 431

Марченко О. В.	
Економіка як наука, сфера діяльності, спеціальність	433
Наумов Е. О., Гезун М. Ю.	
Використання сучасного інструментарію статистичного моделювання в економіці	435
Подрезов Д. О.	
Вплив штучного інтелекту як фактору підвищення продуктивності в економіці	437
Портний Р. І.	
Сценарний аналіз ризиків і кризових явищ в діяльності суб'єкта господарювання під час війни	440
Сімонов А. А.	
Проблема підвищення ефективності галузі рослинництва в умовах глобальних змін	443
Склема М. В., Клиба А. І.	
Вплив глобалізації на розвиток економіки	445
Швець Р. В.	
Оцінка поточної ситуації ділової активності українського бізнесу як ключової характеристики його конкурентоспроможності	448
Ямпольська М. С.	
Економічна діагностика соціальних змін	450

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Білецька Ю. В.	
Система управління якістю обслуговування в готельному бізнесі	453
Гаврилова О. І.	
Інноваційні технології в ресторанному бізнесі: тренди та перспективи	455
Гирман В. О.	
Розвиток ресторанного бізнесу: цифрові рішення та психологічні стратегії у сфері сервісу	458

Глотова В. І.

Підходи до ефективного управління персоналом в готельній сфері..... 461

Гранальська А. В.

Інноваційні технології у готельному бізнесі: автоматизація процесів та персоналізація сервісу 463

Дворовенко В. О.

Актуальні проблеми роботи служби номерного фонду готелю «OptimA Collection» у місті Житомир 465

Добренко Д. І.

Цифровий етикет у готельно-ресторанному бізнесі: виклики та перспективи 467

Кабак К. І.

Удосконалення організації надання рекреаційних послуг у готелі «Relax Park Verholy» с. Соснівка Полтавської області..... 470

Карпенко К. В.

Ефективність рекламної діяльності готелю «Аристократ» міста Полтава 472

Кобець В. О.

Напрями вдосконалення vip-сервісу у FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV 475

Комісарук О. Д.

Впровадження клієнтоорієнтованого підходу у готелі «Menorah Hotel» міста Дніпро..... 477

Компанієць Є. К.

Стратегії удосконалення роботи служби прийому й розміщення гостей для підвищення конкурентоспроможності готелю 480

Костюк О. С.

Шляхи підвищення ефективності рекламної діяльності готельного підприємства..... 482

Кузуб В. В.

Маркетингові стратегії залучення клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі 485

Лисенко О. О. Шляхи підвищення ефективності роботи персоналу у готельно-ресторанному комплексі	487
Ляхівненко В. О. Автоматизація бізнес-процесів у готельній галузі	489
Нестеренко А. Ф. Управління репутацією готельного підприємства	491
Новицька А. Р. Шляхи просування готелів із застосуванням digital-технологій на українському ринку	493
Олійник Є. О. Інноваційні підходи до організації корпоративних заходів у готельному бізнесі.....	495
Переверзєв Н. В. Технологічні та інноваційні рішення для будівництва бюджетних засобів розміщення в Україні	498
Перекрестова Ю. В. Концепція WELLNESS як інноваційний напрямок розвитку готелів	500
Перепелиця М. О. Шляхи підвищення ефективності діяльності готельно-ресторанного комплексу «Королівська бочка» у місті Житомирі	502
Повстяний О. М. Шляхи просування готелів із застосуванням DIGITAL-технологій на українському ринку	506
Пономаренко А. О. Волонтерські ініціативи у вітчизняних засобах розміщення: проблеми та перспективи реалізації	508
Постоленко В. О. Особливості готельного господарства Туреччини	510
Проскурня Л. В. Роль ресторанів при готелі у залученні гастрономічних туристів.....	513

Ралко М. А.

Інноваційні технології в ресторанному бізнесі.

Тенденції та перспективи розвитку 515

Соколова А. В.

Формування клієнтської лояльності у

сфері готельно-ресторанного бізнесу 518

Торопенко А. В.

Удосконалення анімаційної діяльності

готельно-ресторанних комплексів Полтавщини 521

Філоненко В. Г.

Удосконалення роботи служби

експлуатації номерного фонду готелю 524

Чепурко І. І.

Перспективні шляхи повоєнного відновлення

готельного бізнесу Харківського регіону 526

Шантала Д. В.

Програми лояльності в готелях –

ефективний маркетинговий інструмент 528

ПСИХОЛОГІЯ. ПЕДАГОГІКА.

СЕКЦІЯ 16 ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Біленко К. Р., Солодова О. М.

Самоосвіта як провідна форма вдосконалення педагогічної

майстерності та професійної компетентності 531

Бондар О. Ю.

Внутрішні опори до забезпечення

психічного благополуччя 533

Домуховська М. Р.

Формування цифрової компетентності учнів

на уроках технологій: практичний аспект 536

Коновал В. О.

Психологічна компетентність маркетолога 537

Пащенко В. А.	
Важливість фізичної культури та проблеми розвитку спорту в Україні	539
Пилипенко Д. Т.	
Проблематика фізичної культури і спорту під час військового стану в Україні	542
Серікова Т. О.	
Відновлення після травм, спричинених війною: основні принципи реабілітації	544
Четверикова К. О.	
Прояви набутої безпорадності в студентів та стратегії її подолання	546
Шорніков М. М.	
Емоційний інтелект як чинник попередження адиктивної поведінки	549
Штепа С. С.	
Фізична активність у сучасному світі.....	551

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА СЕКЦІЯ 17 ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ

Безгуб К. Ю.	
Оцінка сучасного ринку банківського кредитування суб'єктів малого і середнього бізнесу	554
Богдан А. Д.	
Критерії оцінювання фінансової безпеки суб'єктів господарювання	557
Бурік Є. О., Ткаченко В. В.	
Порівняльна оцінка доходів населення як фінансовий чинник покращення міграційних процесів в Україні.....	559
Горбенко Т. О., Щербань Я. В.	
Періодизація розвитку Балансу (Звіту про фінансовий стан) підприємства.....	562

Дакало М. О.

Інформаційне забезпечення управління
прибутком підприємств споживчої кооперації..... 564

Дашевський А. С., Костогриз М. П.

Окремі аспекти аналізу інвестиційної нерухомості 566

Ivchenko Anton

Insurance Fraud and Methods of Combating IT 568

Кусов Ю. О.

Формування доходів місцевих бюджетів
України в умовах військового стану..... 570

Лісняк А. Д.

Окремі аспекти обліку та оподаткування
заробітної плати в сучасних умовах 574

Ляшкова Н. О.

Фінансова безпека підприємства в сучасних умовах 577

Матюха Д. А., Шишкіна М. А.

Облік фінансових інвестицій:
проблеми та напрями удосконалення..... 579

Мигур Д. О., Сулим В. В.

Боргова політика України в умовах
війни та її соціальні наслідки 582

Мізгірєва А. І.

Історія розвитку бухгалтерського обліку в Україні 584

Москаленко Д. К.

Особливості оподаткування ФОП в умовах війни 586

Нінічук К. Р., Гусаренко Д. Ю.

Екологічні проблеми довкілля в умовах воєнного стану
(на прикладі м. Миколаївка, Донецька обл.)..... 589

Павлиш А. В.

Гібридна фінансова система: поєднання
фіатних та цифрових валют..... 590

Пилат М. В.

Роль міжнародного валютного фонду
у стабілізації світової економіки..... 592

Ryzhkov Artem

Digital transformation of the business strategy
of financial institutions as a prerequisite for
the development of the financial market 596

Руденко А. А.

Вплив децентралізованих фінансів (DEFI)
на традиційні фінансові системи 598

Середа Н. Я.

Спрощена система оподаткування: переваги і недоліки 601

Староста І. В.

Тенденції ринку нерухомості України
та адаптація до викликів війни 603

Стешенко С. С.

Проблеми і перспективи автоматизації
бухгалтерського обліку в Україні 607

Урясенко А. О.

Оподаткування бізнесу в умовах
військового стану в Україні 609

Шорніков М. М.

Цифрова трансформація фінансової аналітики бізнесу 611

**СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ
СЕКЦІЯ 18 ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО
СЕРЕДОВИЩА**

Бабаян К. А.

Державне регулювання попиту та пропозиції
в міжнародному бізнесі: кейс ТНК L'oréal 615

Бендер К. В., Чимирис В. О.

Шляхи підвищення конкурентоспроможності
компаній в умовах економічної глобалізації 616

Бергман Б. І.

Ефективність інтернет-торгівлі в умовах глобалізації:
виклики, можливості та перспективи розвитку 618

Варуша А. Р., Chudesа V. Сучасні тенденції розвитку ринку біологічного меду в Нідерландах.....	621
Варуша А. Р. Транснаціональні корпорації як рушійні сили процесу економічної глобалізації	623
Kalyna A., Kim Sujung Crowdfunding and TikTok: a new era of fundraising	626
Ковтун В. В. ЄС у глобальній економіці: геополітичні виклики та інструменти гео економічного впливу	628
Котляр Т. В. Україна в сучасних міжнародних кредитних відносинах.....	630
Лук'яненко Б. С. Технологічна асиметрія країн та форми її прояву	632
Протасевич М. О. Теорії та концепції європейської інтеграції	634
Самсонов В. В. Транснаціональні корпорації у системі сучасного міжнародного бізнесу.....	636
Сичук Д. Л. Роль краудфандингу та цифрових платформ у фінансуванні зовнішньоекономічної діяльності малих і середніх підприємств	639
Сичук Д. Л. The efficiency of foreign economic activity of domestic enterprises in Ukraine: challenges and strategic priorities	641
Шахматєєв В. Ю. Методи налагодження позитивних стосунків у крос-культурних ділових переговорах	644

СЕКЦІЯ 19

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

Антоненко В. В., Преснов В. В. Зарубіжний досвід проведення закупівель товарів, робіт і послуг	647
---	-----

Антоненко О. С.

Комунікації як важливий інструмент
роботи професійного закупівельника 649

Артюх О. М., Таровик Р. С.

Проблеми, недоліки і перспективи розвитку ЕСЗ Prozorro 652

Козаков А. А., Паламарчук Д. В.

Штрафи та строки їх застосування
у сфері публічних закупівель 654

Новікова О. В.

Стан та перспективи розвитку B2C і
B2B-сегментів електронної торгівлі в Україні 657

Табаркевич М. В.

Аналіз стратегій реформування національної
системи публічних закупівель 659

СЕКЦІЯ 20

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ЗМІН

Гоцелюк А. В.

Нейроекономіка та її застосування
в управлінні персоналом 663

Гриценко І. І.

Розвиток системи управління персоналом в контексті
забезпечення конкурентоспроможності підприємства 665

Жураківська Г. С.

Інструменти та методи підвищення
мотивації медичного персоналу 667

Кабашина В. В.

Мікронавчання як новий тренд у підготовці персоналу 669

Касян Д. С.

Стилі лідерства та їх вплив на роботу команди 671

Козурман С. М.

Професійне навчання як засіб
управління персоналом в умовах змін 673

Крилов А. В.

Роль особистісного розвитку працівників
у процесі управління персоналом в умовах змін..... 677

Луценко Ю. Ю.

Рескілінг та апскілінг: як компанії допомагають
співробітникам розвивати нові навички..... 681

Мазур Г. М.

Організація системи навчання та підвищення
кваліфікації медичних працівників..... 683

Марюхнич П. Р., Хохонь Д. В.

Людський капітал в системі управління
бізнес-процесами на підприємстві 685

Томчук І. В.

Етичні засади управління у закладах охорони здоров'я..... 688

Чаус І. В.

Проблеми соціально-економічного розвитку
територіальної громади міста Полтави 690

Шевченко А. О.

Корпоративна культура, що мотивує до розвитку 691

Юрченко О. В.

Поведінкова економіка у сфері управління персоналом 694

Яценко К. І.

Вплив особистісних якостей працівника на його кар'єру 696

Яценко О. Г.

Управління конфліктними ситуаціями в охороні здоров'я..... 698

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ
НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ
ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

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

(м. Полтава, 10 квітня 2025 року)

Дизайн обкладинки *Д. Я. Вернигора*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 42,2.
Зам. № 394/2254.

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі
к. 48, вул. Івана Банка, 3, м. Полтава, 36003.
E-mail: pvv.puet@gmail.com.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8076 від 28.02.2024 р.