ЦФЕНД
ЦЕНТР ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ, ОСВІТИ, ТЕХНОЛОГІЙ І СУСПІЛЬСТВА

MODERN CHALLENGES AND TOPICAL ISSUES OF SCIENCE, EDUCATION, TECHNOLOGY AND SOCIETY

Збірник тез доповідей
Book of abstracts

Частина 2
Part 2

6 жовтня 2023 р.
October 6, 2023

м. Ізмаїл, Україна
Izmail, Ukraine

ЦФЕНД ЦЕНТР ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ, ОСВІТИ, ТЕХНОЛОГІЙ І СУСПІЛЬСТВА

MODERN CHALLENGES AND TOPICAL ISSUES OF SCIENCE, EDUCATION, TECHNOLOGY AND SOCIETY

Збірник тез доповідей
Book of abstracts

Частина 2
Part 2

6 жовтня 2023 р.
October 6, 2023

м. Ізмаїл, Україна
Izmail, Ukraine

УДК 33
ББК 65

Сучасні виклики та актуальні проблеми науки, освіти, технологій і суспільства: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Ізмаїл, 6 жовтня 2023 р.): у 2 ч. Ізмаїл: ЦФЕНД, 2023. Ч. 2. 71 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні виклики та актуальні проблеми науки, освіти, технологій і суспільства» з:

Академія Державної пенітенціарної служби
Білоцерківський інститут неперервної професійної освіти
Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського
Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Глухівський національний педагогічний університет імені Олександра Довженка
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
Державна наукова установа «Інститут модернізації змісту освіти» МОН України
Державний навчальний заклад "Буцький політехнічний професійний ліцей"
Державний торговельно-економічний університет
Державний університет «Житомирська політехніка»
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ
Долішньолужецька гімназія Дрогобицька ОТГ
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Запорізький державний медико-фармацевтичний університет
Інститут педагогіки НАПН України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Київський військовий ліцей ім. І. Богуна
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Київський національний університет театру, кіно і телебачення
Комунальне некомерційне підприємство Харківської обласної ради «Обласний центр медичної статистики, здорового способу життя та інформаційно-аналітичної діяльності»
Комунальний заклад «Вінницький ліцей № 7 ім. Олександра Сухомовського»
Львівський національний університет імені Івана Франка
Мукачівський державний університет
Національна дитяча спеціалізована лікарня «ОХМАТДИТ»
Національний медичний університет імені О. О. Богомольця
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Національний транспортний університет
Національний університет «Львівська політехніка»
Національний університет «Одеська політехніка»
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Національний університет біоресурсів і природокористування України
Національний університет охорони здоров'я України імені П. Л. Шупика
Національний фармацевтичний університет
НТУ «Дніпровська Політехніка»
Одеський національний економічний університет
Одеський національний медичний університет
Одеський національний технологічний університет
Одеський національний університет імені І. Мечникова
Оздоровчий центр «Перлина Лайф»
Придніпровська державна академія фізичної культури і спорту
Сумський національний аграрний університет
41ОСБ, Східний фронт, Київ
ТОВ «Компанія «Укрбакалія»
Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ
Українська інженерно-педагогічна академія
Український державний університет імені Михайла Драгоманова
Хмельницький національний університет
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова
Центральноукраїнський національний технічний університет
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань науки, освіти та технологій.
Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: педагогічних наук; філологічних наук; економічних наук; юридичних наук; психологічних наук; медичних наук; фармацевтичних наук; біологічних наук; сільськогосподарських наук; технічних наук; філософських наук; географічних наук; фізико-математичних наук; культурології; фізичного виховання та спорту; державного управління; соціальних комунікацій.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.

ЦФЕНД ЦЕНТР ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

© Автори тез, 2023
© Центр фінансово-економічних наукових досліджень, 2023
Офіційний сайт: http://www.economics.in.ua

ЗМІСТ
CONTENTS

СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
SECTION 7. ECONOMIC SCIENCES 8

Бабець І. Г.
НАПРЯМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ДОСВІДУ ПОЛЬЩІ ДЛЯ ЗМІЦНЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ 8

Balkov A. O., Kvasova L. S.
CROSS-CULTURAL MARKETING IN AGRARIAN COMPANIES 9

Bolovin V. E, Kvasova L. S.
MARKETING STRATEGY IN AGRARIAN COMPANIES 10

Bolovin N. E., Kvasova L. S.
DEVELOPING INTERNET MARKETING STRATEGY FOR AGRARIAN COMPANIES 11

Гладкий О. В., Килівник В. С., Семенюк Р. О.
ТЕРИТОРІАЛЬНІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ АЗАРТНИХ ІГОР В УКРАЇНІ 12

Гладун Ю. І.
ЕКОНОМІЧНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ОХОРОНОЮ ПРАЦІ 14

Гурман М. А.
ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА РИНОК КАВИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ 15

Довгаль В. В.
ОПТИМІЗАЦІЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 17

Drozd L. M., Kvasova L. S.
SEO OPTIMIZATION IN MARKETING STRATEGY FOR AGRARIAN COMPANY 18

Кива А. С.
ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ 19

Коломієць М. О.
СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЯКОІСТЮ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ 21

Мастило А. Ф.
МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО РОЛІ МАЛИХ СІМЕЙНИХ ФЕРМ У ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ 22

Макурін А. А., Сотніков В. А.
АУДИТ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЯК ПРОТИДІЯ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ 23

Sayhak M. J., Kvasova L. S.
SMM MARKETING IN AGRARIAN COMPANIES 24

Teriahin O. V., Kvasova L. S.
OPTIMIZATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGY FOR MODERN AGRARIAN COMPANY 26

Павлишинець Ф. Ф.
ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 27

Печена А. А., Стрій Л. О.
ВИКОРИСТАННЯ ЕТАПІВ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА 28

Помазун О. М., Крошко І. А.
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ..... 30

Силич К. В.
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ..... 31

Степанець І. П.
РИНОК ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН УКРАЇНИ 32

Ткачук Н. М., Гладун Ю. І.
ПЛАТІЖНА СИСТЕМА PAYPAL ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ 34

Феєр А. Є.
СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ГІРСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ 35

Шелест О. Л., Лісна А. В.
УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА 36

СЕКЦІЯ 8. ФАРМАЦЕВТИЧНІ НАУКИ
SECTION 8. PHARMACEUTICAL SCIENCES..... 38

Бутко Я. О., Сливка Ю. В., Меленченко Н. О.
ЧАСТОТА ПОВІДОМЛЕНЬ ПРО ПОБІЧНІ РЕАКЦІЇ ПРЕПАРАТІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ ЗАХВОРЮВАНЬ ДИХАЛЬНОЇ СИСТЕМИ НА ХАРКІВЩИНІ.. 38

Хайдарі А. Р.
ПРОБЛЕМА ВИРОБНИЧОГО ТРАВМАТИЗМУ В УКРАЇНІ..... 39

СЕКЦІЯ 9. БІОЛОГІЧНІ НАУКИ
SECTION 9. BIOLOGICAL SCIENCES 41

Компанець Е. В.
ВІЙСЬКОВА ЕКОЛОГІЯ 41

СЕКЦІЯ 10. СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ НАУКИ
SECTION 10. AGRICULTURAL SCIENCES 42

Авраменко Р. Ф.
ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ НАСІННЯ ГАРБУЗІВ 42

СЕКЦІЯ 11. ТЕХНІЧНІ НАУКИ
SECTION 11. TECHNICAL SCIENCES 44

Weigang G. O., Komar K. V.
THE DECENTRALIZED INTERNET OF THE FUTURE (WEB 3.0) IS THE WAY TO NEW HORIZONS IN THE FINANCIAL AND BANKING SECTOR 44

Голенко К. Е., Литвинов О. О., Фасоля В. О.
РЕКУПЕРАЦІЯ ЕНЕРГІЇ В СУЧАСНИХ АВТОМОБІЛЯХ: ДОСЯГНЕННЯ, СТРАТЕГІЇ ТА АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ 46

Камінська Ю. О., Дацків Н. І.
ОПТИМІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БЛАГОДІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ 47

Ковальова В. П., Ковальов М. О.
НЕОБХІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ФЕРМЕНТНИХ ПРЕПАРАТІВ В СУЧАСНІЙ БОРОШНОМЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ 49

Лях І. М., Поліщук І. В., Гайович І. В.
ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ БЕЗПЕКИ ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТІВ РІЗНОГО ПОХОДЖЕННЯ 50

Стечишин М. С., Машовець Н. С., Корінний А. В.
ПЕРСПЕКТИВИ АЗОТУВАННЯ В ТЛІЮЧОМУ РОЗРЯДІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОРОЗІЙНО-МЕХАНІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ТИТАНОВИХ СПЛАВІВ 52

Шапенко Є. М., Білоног О. В., Ярошевський В. В.
ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІСЬКИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ 53

СЕКЦІЯ 12. ФІЛОСОФСЬКІ НАУКИ
SECTION 12. PHILOSOPHICAL SCIENCES 55

Афанасьєв О. І.
ХУДОЖНИК ЯК ДОСЛІДНИК 55

СЕКЦІЯ 13. ГЕОГРАФІЧНІ НАУКИ
SECTION 13. GEOGRAPHICAL SCIENCES 57

Михайленко Т. І., Січка А. І.
МОЖЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ ДІТЕЙ В УМОВАХ ВІЙНИ НА БАЗІ ЕКО-КОМПЛЕКСУ «ПЕРЛИНИ ДЗВІНКОВОЇ»..... 57

СЕКЦІЯ 14. ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ
SECTION 14. PHYSICAL AND MATHEMATICAL SCIENCES 59

Козеренко С. І., Козеренко О. К.
ЗВ'ЯЗОК ФІЗИКИ ТА РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ З КУРСОМ ФІЗИКО-ТЕХНІЧНИХ НАУК 59

СЕКЦІЯ 15. КУЛЬТУРОЛОГІЯ
SECTION 15. CULTUROLOGY..... 61

Сільченко Т. І.
ВИРАЗНІСТЬ ПЛАСТИКИ РУК В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ..... 61

СЕКЦІЯ 16. ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА СПОРТ
SECTION 16. PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS..... 63

Гулько Т. Ю.
ПРЕВЕНТИВНЕ ВИХОВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 017 «ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ»..... 63

Овчаренко С. В., Яковенко А. В., Александров С. А.
ПЛАНУВАННЯ ТРЕНУВАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ФУТБОЛІСТІВ У ПІДГОТОВЧОМУ ПЕРІОДІ 64

СЕКЦІЯ 17. ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
SECTION 17. GOVERNMENT MANAGEMENT..... 67

Бесараб В. А.
ДЕРЖАВНА МОЛОДІЖНА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ..... 67

Павлов Є. І.
ДОСТУП ДО ПУБЛІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМІ ВІДКРИТИХ ДАНИХ 68

СЕКЦІЯ 18. СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ
SECTION 18. SOCIAL COMMUNICATION 70

Шоля І. С.
МОВНІ ТА ЕТИКЕТНІ НОРМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДІЛОВОГО ЛИСТУВАННЯ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ 70

СЕКЦІЯ 7 **ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**
SECTION 7 **ECONOMIC SCIENCES**

УДК 351.72

Бабець І. Г.
д.е.н., професор,
професор кафедри міжнародних економічних відносин,
Центральноукраїнський національний технічний університет

НАПРЯМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ДОСВІДУ ПОЛЬЩІ ДЛЯ ЗМІЦНЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Енергетична політика Польщі розробляється відповідно до принципів та цільових орієнтирів, визначених новою кліматичною та енергетичною політикою Європейського Союзу. Енергосистема Польщі є однією з найбільших в ЄС і за основними макроенергетичними показниками входить до першої десятки країн. Згідно з «Енергетичною політикою Польщі-2040», стратегічні проекти в Польщі на найближче майбутнє включають трансформацію вугільних регіонів, розвиток польської атомної енергетики, реалізацію морської програми вітроенергетики, будівництво газопроводу Baltic Pipe і Поморського нафтопроводу.

Енергетична сфера Польщі, попри постійне зростання обсягів виробництва та споживання електроенергії, характеризується поступовим зменшенням чистого імпорту електроенергії та високою забезпеченістю електропостачання за рахунок внутрішньої генерації. Водночас, спостерігається зростання частки вугілля у енергетичному балансі Польщі з одночасним скороченням частки відновлюваних джерел енергії, що суперечить енергетичній політиці ЄС. Це обумовлено тим, що темпи модернізації генераційних потужностей на даний час недостатні для забезпечення енергетичної безпеки Польщі, тому в країні збільшується використання потужностей, які працюють на вугіллі. Крім того, в сучасних умовах завдяки використанню вугілля для виробництва електроенергії Польща швидше може відмовитися від імпорту російського газу, що сприятиме підвищенню енергетичної безпеки.

Головними загрозами енергетичній безпеці України в умовах воєнного стану є втрата значної частини ресурсного та промислового потенціалу внаслідок окупації частини території Донецької та Луганської областей, а також фізичне знищення військами агресора енергетичних об'єктів та мереж електропостачання. Негативний вплив цих загроз посилюється низкою внутрішніх чинників, які були джерелом загроз з часів здобуття незалежності України: недостатній рівень забезпеченості економіки енергоресурсами, низька ефективність енергетичного сектора через використання застарілих технологій, висока енергомісткість промислового виробництва, не диверсифікованість джерел імпорту енергоносіїв, високий рівень викидів парникових газів на одиницю ВВП.

Подібність енергетичного сектору України та Польщі полягає у приблизно однаковому рівні залежності від імпорту енергоносіїв (35,6% і 30% відповідно). У структурі енергетичного балансу України, так само як і енергетичного балансу Польщі, переважають природний газ та вугілля, які є основним енергоресурсом для підприємств та домогосподарств. Проте, Україна має переваги порівняно з Польщею, які зумовлені розвиненою атомною енергетикою, за рахунок якої задовольняється 23,1% загального обсягу постачання первинної енергії. Частка відновлюваних джерел енергії в енергетичному балансі Україні становила у 2020 р. 10,3% [1], тоді як у Польщі цей показник є вищим і становив 12% [2]. В Україні найбільша частка енергії, отримана за рахунок відновлювальних джерел, належить біопаливу та відходам, а у Польщі – вітрогенерація.

Незважаючи на поступове зниження енергоємності економіки України упродовж 2007-2020 рр. показник відношення витраченої на виробництво енергії до ВВП за паритетом купівельної спроможності залишається високим (7,68 ГДж/1000 дол. США) і удвічі перевищує значення для Польщі (3,53 ГДж/1000 дол. США) [3]. За значенням Індексу енергетичного переходу Україна у 2021 р. наблизилася до Польщі та Болгарії, що свідчить про успіхи, яких досягла наша країна у модернізації енергетичного сектора та розвитку відновлювальних джерел енергії. Водночас, скорочення викидів CO_2 до нормативу, встановленого європейською кліматичною угодою, залишається актуальним завданням для України з огляду на отримання статусу країни-кандидата на вступ до ЄС.

При формуванні цілей нової енергетичної стратегії України необхідно враховувати досвід Польщі, який підтверджує важливість реструктуризації вугільної галузі та підвищення ефективності використання вугілля як енергоносія на етапі енергетичної трансформації в умовах скорочення імпорту вугілля та природного газу з Росії. Для зниження загрози енергетичної залежності від зовнішніх джерел в Україні необхідно забезпечити підвищення ефективності роботи підприємств вугледобувної галузі, збільшити видобуток власного вугілля, а також модернізувати потужності тих підприємств, які використовують вугілля як енергоносій. З огляду на досвід Польщі, для України є важливим безперебійне покриття потреби підприємств у природному газі, що може забезпечуватися за рахунок розробки власних нових родовищ, використання внутрішнього потенціалу виробництва біогазу, біометану, синтез-газів, синтетичного газу, розбудови інфраструктури для забезпечення імпорту скрапленого газу. Розвиток відновлювальних джерел енергії в Україні також повинен враховувати можливості для збільшення потужностей вітрогенерації та фотовольтаїки.

Список літератури

1. Енергетичний баланс України за 2020 р. URL: https://ukrstat.gov.ua.
2. Polska 2022. Przegląd Polityki Energetycznej. URL: https://iea.blob.core.windows.net.
3. Key World Energy Statistics from the IEA (2021). URL: https://www.iea.org/statistics.

UDK 339.138

Balkov A. O.
master's student
of the second year,
Dnipro State Agrarian and Economic University
Kvasova L. S.
associate Professor, Ph.D.,
Dnipro State Agrarian and Economic University

CROSS-CULTURAL MARKETING IN AGRARIAN COMPANIES

Cross-cultural marketing is a pivotal aspect of international business, and for agrarian companies, it presents both opportunities and challenges. As the global marketplace continues to expand and diversify, agrarian companies engaged in international trade must grapple with the complexities of marketing their products across different cultures. This article explores the problems and intricacies associated with cross-cultural marketing in agrarian companies, shedding light on the factors that necessitate a nuanced and culturally sensitive approach.

One of the foremost challenges in cross-cultural marketing for agrarian companies is the diversity of consumer preferences. Agriculture produces a wide array of goods, from grains and fruits to meat and dairy products, each of which may have distinct consumption patterns and cultural significance in various regions. Understanding these preferences and tailoring products to suit local tastes can be daunting [1, p.5].

Food is not merely sustenance; it often holds profound cultural and social significance. Agrarian companies must navigate the intricate web of cultural norms, traditions, and taboos related to food consumption. Failure to do so can lead to insensitivity or even offense, damaging brand reputation.

Effective communication is at the core of marketing, and language barriers can pose significant problems. Agrarian companies must not only translate their marketing materials but also ensure that linguistic nuances and cultural connotations are accurately conveyed. A simple translation may not capture the essence of a marketing message.

Agrarian companies operating internationally face scrutiny regarding their environmental practices and ethical standards. Different cultures have varying levels of concern for issues like sustainability, animal welfare, and pesticide use. Adhering to the highest ethical and environmental standards is essential for cross-cultural success [2, p.8].

Regulations surrounding agricultural products can vary widely from one country to another. Agrarian companies must grapple with diverse regulatory frameworks, including food safety standards, import/export restrictions, and labeling requirements. Navigating this legal landscape can be intricate and costly [3, p.12].

Accessing foreign markets and establishing efficient distribution channels can be a major hurdle. Infrastructure and logistical challenges can vary substantially between countries, affecting the reach and cost-effectiveness of marketing efforts.

Cultural sensitivity is paramount in cross-cultural marketing. Misunderstandings or insensitivity can lead to marketing blunders that harm a company's reputation. For example, imagery, colors, or symbols that are innocuous in one culture may carry negative connotations in another [1, p.15].

Agrarian companies face the strategic dilemma of whether to adapt their marketing strategies to each culture or pursue a standardized approach. Finding the right balance between adaptation and standardization is crucial for success.

Cross-cultural marketing in agrarian companies is a complex and multifaceted endeavor. Successfully navigating the challenges requires a deep understanding of cultural nuances, a commitment to ethical and environmental standards, and a willingness to adapt marketing strategies to local contexts. Despite the difficulties, the rewards of international expansion in agrarian industries are substantial, making it a journey worth undertaking with careful consideration of the unique challenges posed by cross-cultural marketing.

Список літератури

1. Діброва Т. Реалії ринку Інтернет-реклами в Україні: [Про активне використання Інтернету як засобу просування товарів та послуг в Україні] / Т. Діброва, М. Лебеденко. // Маркетинг в Україні. – 2007. – № 2. – С.21 – 24.

2. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Особливості Інтернет-маркетингу / І.Л. Литовченко І.Л., В.П. Пилипчук // Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.

3. Электронная коммерция в Украине 2009-2011 [Електронний ресурс] // Gemius – Режим доступу: http://gemius.com.ua/ua/raporty/2011-05/03

UDK 339.138

Bolovin V. E.
master's student
of the second year,
Dnipro State Agrarian and Economic University
Kvasova L. S.
associate Professor, Ph.D.,
Dnipro State Agrarian and Economic University

MARKETING STRATEGY IN AGRARIAN COMPANIES

Marketing, often described as the lifeblood of business, is a dynamic and ever-evolving field. In the relentless pursuit of competitive advantage and market share, organizations have consistently turned to the art and science of marketing to navigate the complex terrain of consumer behavior, market trends, and technological advancements. Central to this pursuit is the formulation and execution of an effective marketing strategy.

Marketing strategy, the carefully orchestrated plan that delineates an organization's approach to promoting and selling its products or services, is a cornerstone of business success. It serves as the compass guiding businesses through the tumultuous waters of the marketplace, providing direction, purpose, and a framework for decision-making. In this article, we embark on a comprehensive exploration of marketing strategy, examining its multifaceted dimensions, methodologies, and profound impact on businesses in today's globalized economy[1, p.52].

At its core, marketing strategy is the blueprint for how businesses aim to connect with their target audience, convey their value propositions, and achieve their overarching goals. In an era characterized by unprecedented competition, discerning consumers, and technological disruption, a well-crafted marketing strategy is not just a competitive advantage; it's a necessity. It empowers organizations to effectively allocate resources, differentiate themselves in the market, and adapt to the ever-changing landscape of consumer preferences.

An effective marketing strategy is a composite of several interconnected components, each serving a crucial role in achieving marketing objectives. These components encompass market research and

analysis, segmentation and targeting, positioning and differentiation, product development, pricing, distribution, promotion, and customer relationship management. The synergy between these elements is pivotal in crafting a coherent and potent marketing strategy[2, p.50].

It then delves into the critical components that constitute a comprehensive marketing strategy, offering insights into their relevance and interplay. Subsequently, it explores the methodologies and best practices that underpin effective marketing strategy formulation and implementation.

As the global business landscape continues to evolve at an unprecedented pace, the significance of marketing strategy remains undiminished. It is not merely a discipline but a dynamic force driving business growth, innovation, and customer engagement. By traversing the domains of strategy imperative, component intricacies, and methodological insights, this article equips businesses and marketers with the knowledge and tools to harness the power of marketing strategy in an ever-changing world [3, p.18].

References

1. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Особливості Інтернет-маркетингу / І.Л. Литовченко І.Л., В.П. Пилипчук // Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.

2. Dewi, N. P. R. C. (2020). Digital marketing strategy on travel tourism businesses in marketing 4.0 era. International Research Journal of Management, IT and Social Sciences, 7(3). - 2020. 58-64. https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n3.898

3. Mariia Bahorka, Liudmila Kvasova, Yuliia Yakubenko (2023). Marketing Support for Anti-crisis Management of an Agricultural Enterprise. International Scientific Journal, Vol. 8. No 13. Riga, Latvia: «Baltija Publishing». – 2023. 17-23. https://doi.org/10.30525/2500-946X/2023-1-2

UDK 339.138

Bolovin N. E.
master's student of the second year,
Dnipro State Agrarian and Economic University
Kvasova L. S.
Associate Professor, Ph.D.,
Dnipro State Agrarian and Economic University

DEVELOPING INTERNET MARKETING STRATEGY FOR AGRARIAN COMPANIES

In today's fast-paced and digitally connected world, the realm of marketing has undergone a profound transformation. Traditional marketing approaches are no longer sufficient to keep pace with the evolving consumer landscape. The rise of the internet, social media, and e-commerce has reshaped how businesses engage with their audience, paving the way for the era of digital marketing.

Digital marketing, characterized by its utilization of online channels and electronic devices to promote products and services, has become the cornerstone of contemporary marketing strategies. As businesses across industries strive to remain competitive and relevant, the formulation and execution of an effective digital marketing strategy have emerged as imperative undertakings. This article delves into the multifaceted domain of digital marketing strategy, shedding light on its significance, components, and methodologies[1, p.22].

The adoption of digital marketing is not merely a matter of choice for businesses; it is an existential necessity. The digitalization of consumers' daily lives has rendered digital platforms the primary arena for interaction, communication, and commerce. Individuals seek information, make purchase decisions, and engage with brands through websites, social media platforms, search engines, and mobile applications. As a consequence, businesses must establish a formidable presence in this digital landscape to connect with their target audience effectively.

However, the digital realm is not just a space for businesses to advertise their offerings; it is a dynamic ecosystem that demands strategic acumen. Without a well-conceived digital marketing strategy, organizations risk being lost amidst the digital noise, failing to engage their audience, and losing out to competitors who have mastered the art of online visibility[2, p.150].

A robust digital marketing strategy comprises a spectrum of components, each playing a pivotal role in achieving overarching marketing objectives. These components encompass the selection of

appropriate digital channels, the creation of compelling content, the deployment of data-driven analytics, and the nurturing of customer relationships. Effective strategy formulation necessitates an intricate understanding of these components and their alignment with the broader business goals [3, p.5].

The realm of digital marketing is marked by its dynamism, where strategies and tactics continuously evolve in response to shifting consumer behaviors and technological advancements. Consequently, staying ahead in the digital marketing arena requires not only a foundational knowledge of established methodologies but also an agility to adapt to emerging trends and innovations. This article will explore the established methodologies and best practices while also delving into the emerging trends that are reshaping the digital marketing landscape.

In an age defined by digital connectivity, the formulation of a digital marketing strategy is not an option but a requisite for businesses aiming to thrive in a highly competitive marketplace. By traversing the domains of strategy significance, component intricacies, and methodological insights, this article equips businesses and marketers with the knowledge and tools to navigate the complexities of digital marketing strategy formation effectively.

This introduction sets the stage for your scientific article, highlighting the importance and complexity of digital marketing strategy in the modern business landscape[4, p.121].

References

1. Діброва Т. Реалії ринку Інтернет-реклами в Україні: [Про активне використання Інтернету як засобу просування товарів та послуг в Україні] / Т. Діброва, М. Лебеденко. // Маркетинг в Україні. – 2007. – № 2. – С.21 – 24.

2. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Особливості Інтернет-маркетингу / І.Л. Литовченко І.Л., В.П. Пилипчук // Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.

3. Mariia Bahorka, Larysa Kurbatska, Liudmila Kvasova (2022) Marketing reserves to increase the competitiveness of the enterprise in modern conditions. *Green, Blue & Digital Economy Journal, Volume 3 Number 1.* Riga, Latvia: «Baltija Publishing» - 2022. 1-7. https://doi.org/10.30525/2661-5169/2022-1-1

4. Zahay, D. (2015). Digital Marketing Management: A Handbook for the Current (or Future) CEO. New York: Business Expert Press. https://www.perlego.com/book/402836/digital-marketing-management-pdf

УДК 794.9:338.48

Гладкий О. В.
д. геогр. н., професор, професор кафедри туризму та рекреації,
Державний торговельно-економічний університет,
Килівник В. С.
к. мед. н., доцент,
доцент кафедри фізичної та реабілітаційної медицини,
Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова
Семенюк Р. О.
асистент кафедри фізичної та реабілітаційної медицини,
Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова

ТЕРИТОРІАЛЬНІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ АЗАРТНИХ ІГОР В УКРАЇНІ

Для регулювання ринку азартних ігор в Україні планується створити спеціальну комісію, що працюватиме на колегіальних засадах, а її склад буде змінюватись кожні 4 роки. До компетенції комісії входитиме інспекція території і приміщень організаторів азартних ігор, фінансової, правової та організаційної інформації щодо діяльності закладів, де проходять азартні ігри (наприклад, даних про прийняті ставки та виплачені виграші), накладання штрафів за порушення законодавства. Також, в межах Державної податкової служби України буде існувати система он-лайн контролю за ігровим обладнанням. Кошти від видачі ліцензій та організації грального бізнесу витрачатимуться для фінансування

соціально значимих галузей господарства – медицини, спорту, (особливо для людей з особливими потребами), культурних проектів тощо.

Подібний підхід відповідає міжнародній практиці. Таким чином діють більшість закладів з регулювання азартних ігор в Європі: European Gaming Regulators Forum, European State Lotteries and Toto Association, Association of Charity Lotteries in the European Union, European Casino Association, European Gaming and Betting Association [3].

Казино можна буде відвідати в п'ятизіркових готелях Києва з номерним фондом не менше 200 номерів, Одеси, Харкова, Дніпра та Львова - з номерним фондом не менше 120 номерів, та готелях інших міст з номерним фондом не менше 100 номерів [1]. Серед найпомітніших закладів, що можуть виконувати роль операторів грального ринку в України, слід виділити компанії «Split Group», «Прем'єр Палас», «Авалон», «Імперіал», казино «FreeДом», «Мандарин», «Казбек», «River Palace», «Кінг», «Метро-Джекпот», «МаксБет», Купідон», «Багіра» тощо.

Крім того, як стверджують О. Совяк та Н. Неправська, на території України планується створити декілька ігрових зон: Київську, Львівську, Одеську, Причорноморську [2]. Київська ігрова зона має сформуватись на основі функцій столичності, репрезентативності та респектабельності бізнес середовища міста. Так, гральний бізнес активно розвивається в різних готелях мережі Ґілтон або Інтерконтиненталь (в країнах, де він легалізований, звичайно). Тому його поява у готельних закладах цих мереж, що знаходяться в Києві (та й інших містах Україні), є цілком природною. Не виключається розміщення ігрової зони й під Києвом, в містах-супутниках столиці. В якості претендентів, на нашу думку, доцільно розглядати м. Вишневе, м. Боярка, м. Васильків, м. Бровари, смт. Ворзель, с. Коцюбинське, с. Княжичі та ін.

Львівська ігрова зона має виключно вдале розташування по відношенню до державного кордону України з Польщею та ЄС. Тому поява у Львові місць для легального розміщення індустрії азартних ігор робить цей бізнес доволі прибутковим та привабливим з огляду на стрімке зростання міжнародної бізнес-активності в цьому регіоні. За умови розвитку відповідної інфраструктури (транспортної, інформаційної, комунікаційної, рекламної, прикордонної) потік туристів до львівських гральних закладів, як стверджує Н. Неправська, може стати досить суттєвим [2].

Гральний бізнес також може ефективно розвиватися на деяких курортах західної України, в першу чергу - в Трускавці, Дрогобичі, Східниці, Моршині, Буковелі. В більшості цих курортних міст розташовані готелі преміум-красу, а також є достатній притік вітчизняних та іноземних туристів, що цікавляться гральними заходами.

Великий туристичний, рекреаційний, портовий та діловий центр півдня України – Одеса – цілком здатний залучати туристичні потоки й до об'єктів грального бізнесу. Одеса вкрай приваблива для гравців у азартні ігри з Румунії, Болгарії, Туреччини, а також з Молдови і Білорусі. Однак, формування Одеської ігрової зони можливе лише за умови активного розвитку та модернізації транспортної інфраструктури, розбудови готельних мереж представницького та люкс-класу, створення повноцінної системи контролю над веденням грального бізнесу та захисту ігрових зон від впливу кримінальних угруповань й аферистів.

Четвертою зоною розвитку грального бізнесу в Україні цілком може стати акваторія Чорного моря. Як стверджує Н. Неправська, у світі досить популярним є так звані «плавучі казино», розміщені на круїзних лайнерах, морських суднах, баржах, дебаркадерах та інших об'єктах морської транспортної інфраструктури. Подібні плавучі казино можна було б організувати на маршруті Одеса – Батумі (у Грузії азартні ігри дозволені) із заходом в порти сусідніх чорноморських держав (Румунії, Болгарії та Туреччини [2].

Список літератури

1. Калачова Г. Зе! легалізує гральний бізнес. Що буде з лотереями, автоматами, букмекерами, покером та казино / Г. Калачова //Українська правда. – 1 жовтня 2019 року. – [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.epravda.com.ua/publications/2019/10/1/652130/

2. Неправська Н. Гральний бізнес: де та як? / Н. Неправська // Український туризм. – 2015. - № 7. – С. 58-49.

3. Осыка С.Г. Государство и азартные игры (очерки современности) : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / С.Г. Осыка. – К. : Киев. нац. торг.-экон. ун-т, 2013. – 944 с.

УДК 330

Гладун Ю. І.
здобувачка вищої освіти
спеціальність 072 Фінанси банківська справа та страхування
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

ЕКОНОМІЧНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ОХОРОНОЮ ПРАЦІ

У зв'язку з економічною, екологічною та демографічною кризою в Україні та подіями, що зараз відбуваються, зокрема, повномасштабному вторгненню, ситуація з безпекою та умовами праці на більшості підприємств стала критичною. Цьому негативному становищу в галузі охорони праці сприяють наступні фактори: брак ефективних економічних методів для роботодавців у питаннях запобігання нещасним випадкам на виробництві, недостатнє фінансування профілактичних заходів і засобів охорони праці зі сторони державних та місцевих бюджетів, а також Фондів соціального страхування і роботодавців.

Для вирішення проблем в галузі охорони праці існують різні підходи, при цьому економічні методи відіграють ключову роль. Економічні методи націлені на створення умов, які спонукають підприємства і організації до досягнення конкретних цілей у сфері охорони праці, з урахуванням індивідуальних потреб та інтересів працівників, трудових колективів, керівників і власників підприємств. Відмінність від правових і адміністративних методів управління полягає в тому, що останні встановлюють обов'язкові вимоги у сфері охорони праці і вимагають постійного контролю за їх виконанням, тоді як економічні методи базуються на економічних стимулах для тих, хто ними користується. Іншими словами, економічні методи управління охороною праці - це інструмент, за допомогою якого держава, як гарант прав найманих працівників, створює умови для роботодавців (власників підприємств), які роблять більш вигідним направлення ресурсів на запобігання травматизму, професійним захворюванням і поліпшення умов та охорони праці, ніж витрати на компенсацію потерпілим і ліквідацію наслідків недоліків у сфері безпеки, гігієни праці і робочого середовища [1].

Засобами економічного впливу держави на роботодавця можуть бути враховані :

- Політика кредитування (створення сприятливих умов для отримання кредитів для впровадження заходів та засобів щодо охорони праці)
- Податкова політика (надання пільг в галузі охорони праці).
- Політика щодо інвестицій (підтримка модернізації та оновлення виробничих об'єктів з обов'язковим врахуванням вимог безпеки праці та умов праці).
- Система обов'язкового страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань, яка базується на зв'язку між рівнями травматизму, професійної захворюваності, умовами праці та страховими внесками підприємств.
- Законодавчі норми (використання штрафних санкцій за порушення вимог безпеки, гігієни праці та умов праці роботодавцем).
- Державне фінансування наглядової, консультаційної, дозвільної та науково-дослідної роботи, а також фінансування окремих заходів з охорони праці на найбільш небезпечних виробництвах [2].

Аналіз теоретичних концепцій управління та оцінка стану умов праці вказують на необхідність пріоритетних напрямків соціально-економічного управління умовами та охороною праці в сучасних умовах: збільшення фінансової відповідальності власників підприємств за можливий вплив на здоров'я працівників через ризиковані умови праці; керування витратами, пов'язаними з робочими умовами, для забезпечення ефективного фінансування заходів з охорони праці на підприємствах; підтримка та заохочення активності та інтересу працівників у поліпшенні умов праці; розвиток та забезпечення системи соціальних пільг та гарантій, а також поєднання соціальних і соціально-психологічних методів і заходів для ефективного управління умовами та охороною праці [3].

Отже, в результаті аналізу теоретичних концепцій економічних методів управління та стану умов праці на підприємствах можна зробити висновок, що основними напрямками економічного управління охороною праці в сучасних умовах є наступні:

- Введення обов'язкової фінансової відповідальності власників підприємств за будь-яку шкоду, завдану здоров'ю працівників через небезпечні умови праці.
- Ефективне управління витратами на заходи з охорони праці, що допоможе вирішити питання їх фінансування.
- Збільшення інтересу працівників у питаннях безпеки на робочому місці через матеріальні стимули.
- Розробка і забезпечення системи соціальних пільг і гарантій для працівників.

Таким чином, впровадження економічних методів управління охороною праці є важливим завданням для керівництва, і його вирішення потребує системного підходу. Лише комбінування різних методів, включаючи правові, організаційні, економічні, соціальні та інші, може забезпечити максимальну ефективність управління. Саме це лежить в основі принципів функціонування ефективної системи економічного управління умовами та охороною праці на підприємстві.

Список літератури

1. Грибан В. Г., Негодченко О. В. Охорона праці: навчальний посібник 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 280 с.
2. Ткачук К. Н. Державне управління охороною праці: монографія / К. Н. Ткачук , Д. В. Зеркалов , К. К. Ткачук , Л. О. Мітюк , Ю. О. Полукаров. – Київ: Основа, 2013. 348 с.
3. Федерація професійних спілок України. URL: http://fpsu.org.ua

УДК 338.2; 339.9

Гурман М. А.
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
кафедри менеджменту і
міжнародного підприємництва
Національного університету «Львівська політехніка»

ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА РИНОК КАВИ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ

Незважаючи на неможливість власного вирощування і виробництва, в Україні склалась традиція споживання кави. Кавові напої стали частиною щоденного раціону українців, що сприяло формуванню кавового ринку. Він побудований наступним чином. Європейські країни імпортують зерна кави від основних світових експортерів, які вони піддають обробці та переробці до стану, підходящого для подальшої реалізації та експорту в Україну [1]. При цьому, за даними Міжнародної організації кави (ICO) (головної міжурядової організації з питань кави) у 2022 р. щорічний експорт кави скоротився за окремими сортами (рис. 1) [2].

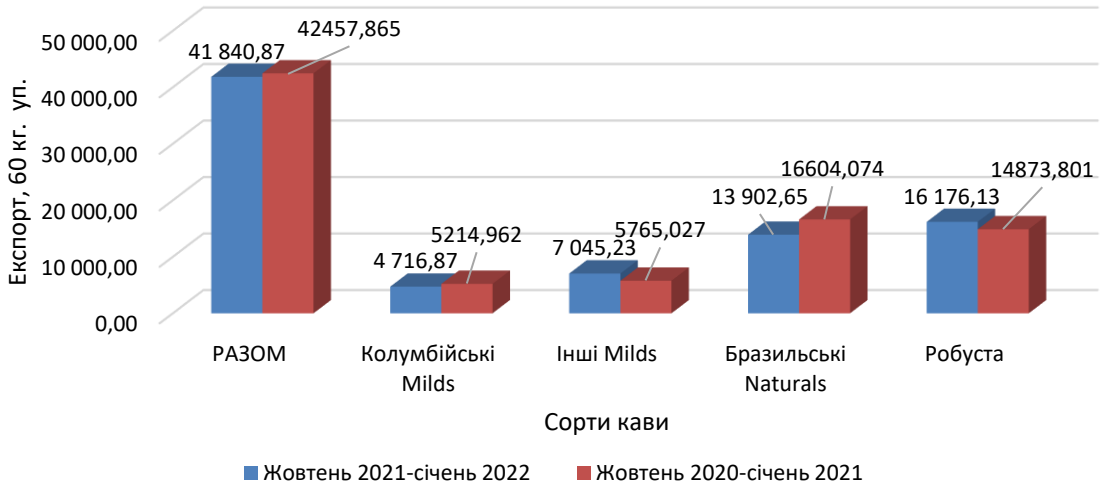

Рис. 1. Динаміка експорту сортів кави у 2021-2022 рр., 60 кг. уп.

За даними державної служби статистики у 2018-2020 рр. серед трьох основних країни-партнерів України щодо експорту кави були російська федерація та білорусь. Як відомо, у 2022р. росія здійснила повномасштабне вторгнення на територію України, що призвело до уведення воєнного стану, який триває досі. За час його дії відбулось руйнування інфраструктури, нищівного впливу зазнала вітчизняна економічна система, посилились міжнародні бар'єри тощо. У заданих умовах слід ретельно дослідити дію чинників на ринок кави в України.

Чинники впливу на ринок кави в України в умовах дії воєнного стану як причини будь-якого явища, які перебувають у безпосередньому зв'язку із його результатами пропонуємо поділити на дві групи: зовнішні та внутрішні. До зовнішніх чинників, які впливають на ринок кави в Україні ззовні віднесемо: зростання кількості факторів, які формують зацікавленість кінцевого споживача та створюють конкуренцію зі сторони інших культур (наприклад, какао); сезонність виробництва і споживання кави, що в Україні є помірною; зміну природно-кліматичних умов, які через спалахи хвороб, активізацію шкідників, урбанізацію тощо знижують кількість кавових плантацій та рівня виробництва кави відповідно; зростання вартості вирощування та доставки кавового зерна в Україну в умовах дії воєнного стану та блокування морських шляхів тощо [3-5].

Внутрішніми чинниками, ситуаційними рушійними силами національної економіки, які визначають стан ринку кави визначено: митні тарифні і нетарифні обмеження (до натуральної кави застосовуються лише непрямі методи нетарифного регулювання, зокрема, технічне регулювання; водночас в Україні діє безмитне ввезення зеленого зерна, що активізує його обсмаження у середині країни); еластичність вітчизняного попиту до зміни світових цін на каву; потенціал цифровізації галузі в умовах дії воєнного стану, що забезпечує попит споживачів на зручність, різноманітність способи і технологій замовлення та швидкість обслуговування [4-8].

Список літератури

1. За 5 років імпорт кави Україною виріс на 63%. Український клуб аграрного бізнесу. 2021. URL: https://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/za_5_rokiv _import_kavi_ukrainoyu_viris_na_63.

2. Trade Statistics Tables. International Coffee organization. 2022. URL: https://www.ico.org/prices/m1-exports.pdf

3. Воробйов К., Гуржій Н. Ринок кави в Україні: тенденції та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2022. 40.

4. Ткачова С. С., Корнієнко К. О., Черебіло І. Є. Стан та перспективи розвитку кавового бізнесу в Україні. 2023. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/32273/1/VII_konf_URSES_DBTU_2023-204-207.pdf

5. Ходикіна В. В., Родіна О. Г. Світовий ринок кави: сучасний стан та проблемні питання. *Bulletin of Donetsk State University of Management.* 2018. 79.2. URL: http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/5332/1/Nzhm_2018_2_22%5B1%5D.pdf

6. Шегинський О. В. Золотухіна В. П., Шевчик А. В. Дослідження засобів державного регулювання переміщення кави через митний кордон України. *Якість та безпечність товарів: матеріали VII міжнародної науково-практичної конференції*, Луцьк (28 квітня 2023 року). 2023. 236 с.

7. Омельчук А. А., Савчук А. В. Аналіз можливостей цифровізації кав'ярень в Україні. *Цифрова трансформація фінансової системи України та країн V-4 в умовах євроінтеграції*. 264-271. URL: https://sci.ldubgd.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11747/2/Ч%2013БІРНИК%20ТЕЗ%202023.pdf#page=264

8. Крахмальова Н. А., Хаян І. Формування та функціонування ринку кави в україні. *II Всеукраїнська наукова Інтернет-конференція «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи».* 2017. С. 85–89. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9901/1/OIIP2017_P085-089.pdf

УДК 658.153

Довгаль В. В.
магістрант,
спеціальність фінанси, банківська справа та страхування
Сумський національний аграрний університет
Науковий керівник:
Самошкіна І. Д.
к.е.н., доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Сумський національний аграрний університет

ОПТИМІЗАЦІЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах розвитку національної економіки, в умовах політичної нестабільності однією з найважливіших умов виробничо-господарської діяльності підприємства є підтримання його платоспроможності та ліквідності. Збільшення обсягів дебіторської заборгованості у складі оборотних активів підприємств несе загрозу для його платоспроможності. Ефективне управління дебіторською заборгованістю на підприємстві необхідне для забезпечення ліквідності балансу та платоспроможності підприємства в цілому. Тому на сьогоднішній день важливою задачею для вітчизняних підприємств є пошук способів ефективного управління дебіторською заборгованістю, за умови якого можливо зміцнити їх фінансову стійкість.

Сутність управління дебіторською заборгованістю – це система принципів та методів підготовки та реалізації управлінських рішень щодо оптимізації обсягів та зростання якісних параметрів формування дебіторської заборгованості, забезпечення їх своєчасного погашення з мінімальними втратами активів підприємства, врахування загальних чинників впливу і більш значущих для кожного з підприємств, які в найбільшій мірі можуть вплинути на фінансову стійкість та платоспроможність в майбутньому [1].

Система управління дебіторською заборгованістю являє собою частину загального управління оборотними активами підприємства, яка спрямована на розширення обсягу реалізації продукції та полягає в оптимізації розміру цієї заборгованості та забезпеченні її своєчасної оплати.

Для забезпечення платоспроможності та фінансової безпеки підприємства основними завданнями підприємства щодо управління дебіторською заборгованістю є оптимізація загального розміру цієї заборгованості, оптимізація операційного прибутку та забезпечення своєчасної її інкасації.

Основними етапи управління боргами підприємства є наступні:

1. Обґрунтування ймовірності виникнення дебіторської заборгованості.
2. Аналіз і ранжирування покупців за ступенем ризику виникнення сумнівної та безнадійної заборгованості.
3. Розробка кредитної політики та її диверсифікація для різних груп покупців і видів продукції.
4. Забезпечення умов продажів, що гарантують надходження грошових коштів.
5. Контроль розрахунків із дебіторами.
6. Оптимізація дебіторської заборгованості [2].

Для запобігання фінансовій неплатоспроможності підприємства необхідно застосовувати такі форми управління дебіторською заборгованістю, як рефінансування боргу, яке являє собою прискорене трансформування дебіторської заборгованості у високоліквідні активи. Даний процес може здійснюватися у формі факторингу, форфейтингу, обліку векселів покупців.

До основних процесів оптимізації дебіторської заборгованості можна віднести такі як перегляд правил відбору клієнтів, встановлення лімітів по заборгованості на кожного клієнта, встановлення системи знижок залежно від форми оплати і термінів платежу.

Окрім того, скорочення обсягів оборотних активів можливе в основному за рахунок зменшення розміру дебіторської заборгованості. Мінімізація обсягу дебіторської заборгованості передбачає побудову ефективної системи контролю за управлінням та

своєчасною оплатою дебіторської заборгованості. Залежно від ступеня вагомості покупців для підприємства необхідно створити додаткову систему знижок у разі своєчасної оплати реалізованої продукції; запровадити систему часткової та повної передплати за поставки продукції новим покупцям та здійснювати постійний моніторинг рівня їх платоспроможності[3].

Умовою успішного управління дебіторською заборгованістю, також є організація контролю за її погашенням. Контроль необхідно здійснювати також з метою перевірки надійності контрагентів та отримання гарантій повернення заборгованості. Серед них, можна виділити забезпеченість договорів купівлі-продажу додатковими договорами, тобто розглядати питання товарного кредитування чи на умовах факторингу тощо.

Таким чином, в процесі дослідження теоретичних та практичних аспектів управління дебіторською заборгованістю підприємства, можна відзначити, що основною проблемою керівництва є пошук шляхів і методів оптимізації обсягів дебіторської заборгованості, забезпечення її інкасації та формування на цій основі оптимальної кредитної політики підприємства. Ефективне управління дебіторською заборгованістю надасть можливість раціонально використовувати наявні фінансові ресурси та зміцнювати фінансову безпеку підприємства.

Список літератури

1. Камінська Н.П., Гришина Л.О. Механізм управління дебіторською заборгованістю. URL: //www.ev.nuos.edu.ua/en/content/ (дата звернення - 02.10.2023 р.)

2. Чуприна Л.В., Шайтер М.А. Деякі аспекти управління дебіторською заборгованістю. *Молодий вчений*. № 3 (43). 2017. С.885-889.

3. Боярко І. М. Оптимізація дебіторської заборгованості підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 9. С. 19–25.

UDK 339.138

Drozd L. M.
master's student of the second year,
Dnipro State Agrarian and Economic University
Kvasova L. S.
Associate Professor, Ph.D.,
Dnipro State Agrarian and Economic University

SEO OPTIMIZATION IN MARKETING STRATEGY FOR AGRARIAN COMPANY

SEO (Search Engine Optimization) is a crucial component of a modern marketing strategy for agrarian companies. It helps improve the visibility of your company's website and content on search engines like Google, driving organic traffic and attracting potential customers. Here are key considerations for incorporating SEO into your agrarian marketing strategy [1, 2].

1. Keyword Research: Begin by conducting thorough keyword research. Identify the terms and phrases potential customers might use to search for agrarian products or services. These keywords will serve as the foundation for your SEO strategy.

2. On-Page SEO: Optimize your website's on-page elements, including titles, meta descriptions, header tags, and content. Ensure that your chosen keywords are strategically placed in these elements to improve search engine rankings.

3. Quality Content: Develop high-quality, informative, and engaging content that addresses the needs and interests of your target audience. Content can include blog posts, articles, videos, infographics, and more. Regularly update your content to keep it fresh and relevant.

4. Mobile Optimization: Ensure that your website is mobile-friendly. With the increasing use of mobile devices, a responsive design is crucial not only for user experience but also for SEO rankings.

5. Local SEO: If your agrarian company has physical locations or serves specific geographic areas, optimize for local SEO. Create and verify your Google My Business listing, and encourage customers to leave reviews.

6. Link Building: Develop a backlink strategy to earn high-quality, authoritative backlinks from reputable websites. Quality over quantity is essential in link building. Backlinks help improve your website's authority and search rankings.

7. Technical SEO: Regularly audit your website for technical SEO issues like broken links, slow loading times, or duplicate content. Fixing these issues can enhance user experience and search rankings.

8. Social Signals: While social media signals themselves may not directly impact search rankings, a strong social media presence can drive traffic to your website and improve brand visibility.

Ensure that your website provides an excellent user experience. A user-friendly website with clear navigation and fast loading times can reduce bounce rates and improve rankings. Implement analytics tools like Google Analytics and Google Search Console to track the performance of your SEO efforts.

Regularly review key metrics and adjust your strategy accordingly. SEO strategies of your competitors in the agrarian industry. Identify gaps and opportunities that can inform your own strategy. SEO is a long-term strategy. Results may not be immediate, but consistent efforts will yield sustainable improvements in search engine rankings and organic traffic.

Adapt to Algorithm Changes: Stay informed about search engine algorithm updates. Search engines like Google frequently refine their algorithms. Be prepared to adapt your SEO strategy accordingly. SEO Experts: Consider hiring SEO experts or agencies with expertise in the agrarian industry. They can provide valuable insights and execute effective SEO strategies. Integrating SEO into your marketing strategy for your agrarian company is essential for online visibility, brand recognition, and attracting potential customers. By following these best practices and staying committed to SEO, you can enhance your digital presence and competitiveness in the agricultural sector [3, p.22].

References

1. Cyris Shepard. More than Keywords: 7 Concepts of Advanced On-Page SEO.2023. URL:https://moz.com/blog/7-advanced-seo-concepts

2. Aaron Wall. Aaron Wall's blog where he talks all about SEO. URL: http://www.seobook.com/blog

3. Kvasova L.S., Polozkova I. V. Approaches to the formation of the sales strategy of the enterprise.// Innovations and prospects of world science. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference. Perfect Publishing. Vancouver, Canada. 2022, pp. 21-27. URL: https://sci-conf.com.ua/vi-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-innovations-and-prospects-of-world-science-2-4-fevralya-2022-goda-vankuver-kanada-arhiv/

УДК 330.65

Кива А. С.
магістрант,
спеціальність фінанси,
банківська справа та страхування
Сумський національний аграрний університет
Науковий керівник:
Самошкіна І. Д.
к.е.н., доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Сумський національний аграрний університет

ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

Управління фінансовими ресурсами сільськогосподарського підприємства є багатогранним та вкрай актуальним питанням менеджменту, адже наявність достатньої кількості фінансових ресурсів істотно впливає на результативність діяльності кожного господарюючого суб'єкта. Особливості функціонування української економічної системи визначають необхідність адаптації механізму управління фінансовими ресурсами до сучасних нестабільних умов задля мінімізації ризиків діяльності підприємства. Розроблення та реалізація стратегії, вдосконалення форм управління фінансовими ресурсами мають забезпечити зміцнення фінансового стану підприємства та його платоспроможності.

Ефективне управління фінансовими ресурсами сільськогосподарського підприємства посідає центральне місце в системі сучасного менеджменту і є вирішальним фактором

результативної виробничо-господарської діяльності, вагомим чинником формування конкурентоспроможності господарюючого суб'єкту, «що спрямоване на оптимізацію фінансового механізму підприємства, координування фінансових операцій, забезпечення їх впорядкування та точного «балансування» [1, с. 72].

Механізм управління фінансовими ресурсами підприємства розкривається через предмет, об'єкт, суб'єкти, групи основних цілей, принципів, методів. Ефективне управління фінансовими ресурсами здійснюється в межах фінансового механізму, в структуру якого включають п'ять таких взаємопов'язаних елементів, а саме:

− фінансові методи (фінансовий метод можна визначити як спосіб впливу фінансових відносин на господарюючий суб'єкт, що діє щодо управління рухом фінансових ресурсів; до фінансових методів належать планування, прогнозування, кредитування, оподаткування, страхування тощо);

− фінансові важелі (фінансовий важіль є прийомом дії фінансового методу; до фінансових важелів належать прибуток, доходи, амортизаційні відрахування, фонди цільового призначення, фінансові санкції, орендна плата, процентні ставки за позиками, депозитами, облігаціями, пайові внески, внески до статутного капіталу, портфельні інвестиції, дивіденди тощо);

− правове забезпечення (правове забезпечення функціонування фінансового механізму включає законодавчі акти, постанови, накази та інші правові документи органів управління);

− нормативне забезпечення (нормативне забезпечення функціонування фінансового механізму формують інструкції, нормативи, норми, тарифні ставки, методичні вказівки, роз'яснення тощо);

− інформаційне забезпечення (інформаційне забезпечення функціонування фінансового механізму складається з різної економічної, комерційної, фінансової та іншої інформації) [2, с.30].

Результативність такого управління насамперед полягає в максимізації прибутку та забезпеченні підвищення ринкової вартості підприємства, тому доцільно доповнити структуру фінансового механізму фінансовими індикаторами, а саме: платоспроможність, ділова активність, ліквідність, фінансова стійкість. Фінансові індикатори дадуть можливість оцінити ефективність використаних фінансових важелів та методів під час управління фінансовими ресурсами сільськогосподарського підприємства.

Ефективне управління фінансовими ресурсами забезпечується наявністю у підприємства дієвої стратегії. Стратегічне управління фінансовими ресурсами є поєднанням фінансового та стратегічного аспектів управління сільськогосподарським підприємством. Стратегічне управління фінансовими ресурсами підприємства – це один з найважливіших видів функціональної стратегії, що забезпечує раціональне використання фінансових ресурсів, що враховує фінансову глобалізацію й альтернативні прогнози зовнішнього та внутрішнього фінансових середовищ [3].

Отже, можемо стверджувати, що управління фінансовими ресурсами розглядається як одна з ключових функцій фінансового менеджменту. Важливим напрямом підвищення ефективності діяльності підприємства є вдосконалення механізму управління фінансовими ресурсами. Доповнення структури фінансового механізму окремим самостійним елементом, таким як фінансові індикатори, забезпечить своєчасне та достовірне оцінювання ефективності використаних фінансових важелів та методів управління фінансовими ресурсами.

Список літератури

1. Малій О.Г. Фінансові ресурси підприємств та джерела їх формування: теоретичні аспекти. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2016. № 2. С. 71–74.

2. Вараксіна О.В. Управління фінансовими ресурсами як ключовий чинник формування конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. Випуск 30. С. 28 – 31.

3. Нечипоренко А. В., Рибалкіна А. О. Теоретичні аспекти формування та використання фінансових ресурсів підприємства. Ефективна економіка. 2020. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8361 (дата звернення: 01.10.2023).

УДК 658.552

Коломієць М. О.
здобувач магістерського рівня вищої освіти
за спеціальністю 073 «Менеджмент»
Сумський національний аграрний університет

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЯКОІСТЮ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Управління якістю як практична діяльність передбачає визначення політики якості, цілей та відповідальності, які, у свою чергу, реалізовуються планування якості, оперативне управління якістю, забезпечення та підвищення якості.

На сьогодні в Україні діють сучасні системи правління якістю, зокрема:

- система управління якістю відповідно до вимог ДСТУ ISO 9001;
- система управління безпечністю харчових продуктів (HACCP);
- система екологічного керування відповідно до вимог ДСТУ ISO 14001;
- система управління безпекою та гігієною праці (OHSAS) відповідно до вимог ДСТУ OHSAS 18001 та ін. [1, с. 126].

Дослідження експертів доводять, що близько 90 % підприємств одним з ключових факторів успішної діяльності вважають впровадження систем управління якістю відповідно до міжнародних стандартів ISO серії 9000. Ці стандарти призначені допомогти підприємствам підвищити якість продукції, робіт та послуг. В Україні стандарти ISO серії 9000 безпосереднього впроваджені та затверджені як національні: ДСТУ ISO 9001:2009 «Системи управління якістю. Вимоги» [2].

Проблеми забезпечення якості продукції у світі вирішується на основі оцінки її відповідності, тобто сертифікації, яка забезпечує право людини на безпеку продукції [3].

Наразі стандарти ISO 9000 прийняті в понад 90 країнах світу, застосовуються будь-яким підприємством, незалежно від його стану розвитку та сфери діяльності. Світовими лідерами при цьому визнані Китай, Італія, Японія, Великобританія, США, Індія, Франція та Німеччина [4, с. 58].

Відповідно до Закону України «Про стандартизацію», метою стандартизації в Україні є забезпечення безпеки життя і здоров'я людей, а також майна та охорони навколишнього середовища, створення умов для раціонального використання всіх національних ресурсів та відповідності об'єктів стандартизації своєму призначенню, сприяння усунення технічних бар'єрів у торгівлі [5].

З метою регулювання процесу перевірки систем якості Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO) було затверджено міжнародні стандарти (МС) ISO серії 9000 [6, с. 33]. За даними цієї організації у всьому світі було сертифіковано понад 600 тис. систем управління якістю, що дає підприємствам, які впроваджують такі системи, значні переваги, зокрема, – оптимальне управління усіма доступними ресурсами та дотримання принципів управління якістю [1, с. 132].

В Україні здійснюється обов'язкова й добровільна сертифікація. Обов'язкова сертифікація здійснюється винятково в межах державної системи управління економічними суб'єктами і передбачає перевірку, випробування продукції з метою визначення її характеристик та державний технічний нагляд за сертифікованою продукцією у подальшому. Добровільна ж сертифікація може здійснюватися для визначення відповідності продукції необов'язковим вимогам, ініціюється суб'єктами господарювання на договірних засадах [7, с. 124].

Функціонування сертифікованої системи управління якістю сприяє підвищенню довіри споживачів до підприємства та є однією з його конкурентних переваг. Стандарт ISO 9001 є однією з моделей управління діяльністю підприємства для забезпечення його ефективності. Наявність сертифікату відповідності вимогам ДСТУ ISO 9001:2015 (або міжнародного стандарту ISO 9001:2015) є документом на підтвердження того, що система менеджменту якості (управління) успішно впроваджена та діє.

Список літератури

1. Томашук І.В. Управління якістю продукції на підприємстві в умовах входження України в ЄС. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики.* 2022. № 2 (60). С. 123–141. URL: http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/32199.pdf (дата звернення: 28.09.2023).
2. ДСТУ ISO 9001:2009. Національний стандарт України. Система управління якістю. URL: https://old.gerelo.dp.ua/index/info_dstu_iso_9001- 2009.html (дата звернення: 27.08.2023).
3. Гринчуцька С.В. Управління якістю. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/161834033.pdf (дата звернення: 27.09.2023).
4. Корешков В., Назаренко В., Кусакін М., Осмола І. Інтегровані системи менеджменту організації. Особливості, проблеми і шляхи вирішення. *Стандартизація, сертифікація, якість.* 2007. № 1. С. 54–61.
5. Про стандартизацію: Закон України від 05.06.2014 р. № 1315-VII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1315-18#Text (дата звернення: 25.09.2023).
6. Кривоберець М.М. Стандарти ISO серії 9000: зовнішні переваги, ступінь довіри, відповідність міжнародним вимогам. *Агросвіт*. 2017. № 1–2. С. 32–34. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/1-2_2017/7.pdf (дата звернення: 26.09.2023).
7. Безродна С.М. Управління якістю: навч. посібн. для студентів економічних спеціальностей. Чернівці: ПВКФ «Технодрук». 2017. 174 с.

УДК 339.138:311.2

Мастило А. Ф.
аспірант кафедри маркетингу та
мажнародної торгівлі
НУБіП України
Науковий керівник:
Збарський В. К.
професор

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО РОЛІ МАЛИХ СІМЕЙНИХ ФЕРМ У ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Сучасний розвиток аграрного сектора відбувається у умовах ринкових трансформацій на тлі скорочення фермерських господарств як селоутворюючих суб'єктів (табл.1)

Таблиця 1

Динаміка розвитку фермерських господарств (ФГ) в Україні [1]

Роки	Кіль кість ФГ	Площа землі у користуванні, тис. га				Частка ФГ у виробництві,%		
		с.-г. угіддя	у т. ч. Ріллі	на фермерське господарство, га		зерна	соняш-нику	овочів
				с.г. угідь	ріллі			
1995	34778	786,4	718,5	22,6	20,7	1,5	3,0	0,5
2000	38428	2157,6	1994,0	56,1	51,9	5,1	10,0	1,4
2005	42445	3661,2	3492,6	86,3	82,2	10,7	15,6	2,1
2010	41524	4290,8	4161,9	103,3	100,2	12,0	17,8	2,6
2015	32303	4343,7	4223,3	134,5	130,7	14,3	19,3	3,4
2020	31303	4567,7	4454,9	145,9	142,3	14,9	19,8	3,2
2022	26649	4589,9	4499,7	172,2	168,9	15,6	18,3	1,3
2022 у % до 1995	76,6	583,7	626,3	645,5	687,4	+14,1	+15,3	+0,8

Основна мета маркетингу фермерських господарств – продемонструвати споживачеві важливість його тактичної та стратегічної діяльності. Комплексний маркетинговий підхід дає відповіді на питання, чого споживач бажає і за яку ціну, в яких обсягах, якої якості.

Проте, без залучення інвестицій у розвиток фермерських господарств важко прогнозувати перспективу сільської місцевості.

Економічна криза останніх років позначилася досить сильно на можливостях фермерських господарств у підтримці соціально-економічного розвитку поселень, у тому числі сільських. Хоча в останні роки були розроблені численні програми розвитку сімейних фермерських господарств, сільських громад, проте сьогодні досягаються лише деякі окремі з їх позицій.

Розвиток сімейних ферм, до деякої міри, сприяє вирішенню проблеми планового розвитку сільської місцевості, що є однією з найскладніших проблем сучасного світу, тому що, по суті, передбачає досягнення балансу між потребою збереження сільської місцевості з економічної, екологічної та соціально-культурної точки зору з одного боку і тенденцією до модернізації сільського життя з іншого боку. В цьому передбачається головне призначення розвитку малих сімейних ферм на селі.

Маркетингова діяльність спрямована на досягнення цих цілей і вимагає активної участі адміністративних органів, а також місцевих, вітчизняних і зарубіжних інвесторів з місцевого публічного управління.

Теорія і практика маркетингу встановлюють чотири основних атрибути маркетингової діяльності, які можуть бути успішно застосовані і у становлені малих сімейних ферм, і в розвитку сільської місцевості, а саме:

− дослідження, аналіз і прогнозування зовнішніх ринків у сільській місцевості;
− розробка цілей і стратегій сільського розвитку;
− розробка комплексної суміші сільського маркетингу;
−менеджмент сільського маркетингу.

В якості висновку можна стверджувати, що для ефективної стратегії економічного розвитку малих сімейних ферм на селі необхідно розробити функціональний механізм для залучення інвестицій, проте, без підтримки місцевої адміністрації районного рівня не представляється можливим повна активність інвестиційного процесу в сільській місцевості.

Список літератури

1. Сільське господарство України. Стат.збірник за 2022 рік. Держстат України. 2023. 163 с.
2. Поповиченко Г. С. Особливості маркетингової діяльності фермерських господарств.Вісник ХНТУ. № 2. 2022. С. 124-133.

УДК 657.6

Макурін А. А.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародних відносин і аудиту
Сотніков В. А.
студент кафедри міжнародних відносин і аудиту
НТУ «Дніпровська Політехніка»

АУДИТ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЯК ПРОТИДІЯ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ

Фінансова документація є основним джерелом інформації для внутрішніх та зовнішніх учасників економічної сфери, які використовують її для прийняття рішень щодо співпраці та стратегічного планування діяльності підприємства. Незалежний аудит є системою, спрямованою на підтвердження якості цієї інформації як для внутрішніх, так і для зовнішніх зацікавлених сторін. Основною метою аудиту є виявлення можливих помилок і неточностей у фінансовій звітності, які можуть стати підґрунтям для шахрайства та маніпуляцій. Аудит є процесом оцінки та перевірки фінансової звітності підприємства з метою підтвердження її достовірності та відповідності стандартам бухгалтерського обліку [1, с.81-83].

Аудитори проводять перевірку фінансової звітності на відповідність законодавству, бухгалтерським стандартам та вимогам аудиту, а також на можливі помилки, фальсифікації та інші розбіжності. Слід зазначити, що головною метою аудиторів є не встановлення факту шахрайства у підприємницькій діяльності, а розгляд двох категорій можливих викривлень:

1. Викривлення, які виникають через можливі дії шахраїв при складанні фінансової звітності, зазвичай в сфері впливу вищого керівництва підприємства.

2. Викривлення, спричинені незаконним використанням або привласненням активів, які, як правило, здійснюються працівниками підприємства в особистих цілях.

Таким чином, аудит виступає невід'ємною частиною системи контролю, що допомагає забезпечити надійність фінансової документації та запобігти можливим помилкам. Результати аудиту сприяють розумінню зацікавленими сторонами надійності та об'єктивності фінансової звітності [2, с. 114-116].

Основними завданнями аудиту як інструменту боротьби з шахрайством у фінансовій звітності є:

– Самостійно оцінити достовірність фінансової звітності. Аудитори проводять незалежну оцінку фінансової звітності підприємства та перевіряють її достовірність, що допомагає виявити можливі порушення в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності.

– Аналіз фінансового ризику. Аудитори аналізують діяльність підприємства та перевіряють фінансову звітність, що допомагає виявити можливі фінансові ризики та небезпеки.

– Забезпечити дотримання вимог законодавства. Аудитори перевіряють, чи дотримуються законодавчі та нормативні вимоги, тим самим зменшуючи ризик фінансового шахрайства та підвищуючи довіру.

– Рекомендації щодо вдосконалення системи контролю. Аудитори надають рекомендації щодо покращення системи контролю, що зменшує ризики фінансового шахрайства та покращує якість фінансової звітності.

Виявлення недоліків у фінансовій звітності має важливе значення для аудиторів, оскільки це допомагає розробити заходи для запобігання будь-яким спробам маніпуляцій. Аудитори володіють необхідними інструментами і досвідом у виявленні фінансових аномалій, які можуть вказувати на можливі розбіжності у фінансовій звітності. Наприклад, аудитори можуть встановити невідповідність між фінансовими документами та внутрішніми записами, що може свідчити про нелегітимну діяльність або недостовірність звітності. Крім цього, аудиторські організації можуть використовувати спеціальні методи та програмне забезпечення для аналізу фінансових звітів, що може допомогти виявити необґрунтовані або сумнівні фінансові транзакції, які можуть бути пов'язані зі зловживанням [3, с.8-11].

Таким чином, аудит відіграє ключову роль у забезпеченні достовірності фінансової звітності, запобіганні похибкам та підвищенні довіри фінансової звітності та до підприємства в цілому. Результати аудиту сприяють розумінню зацікавленими сторонами надійності та об'єктивності складання фінансової звітності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Будько О., Корнієнко О. Аудит фінансових результатів: організаційні та методичні засади проведення. *Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету. 2022. № 1(4).С.79-87.*

2. Корнієнко І. С. Завдання аудиту в умовах лібералізації контролю. *Актуальні проблеми права: теорія і практика* № 43.. 2022. С. 112–117.

3. Кармазіна Н. В. Аудиторські процедури при оцінки та впливу подальших подій під час аудиту фінансової звітності. *Економіка та держава*. 2022. № 4. С. 8–12.

UDK 339.138

Sayhak M. J.
master's student of the second year,
Dnipro State Agrarian and Economic University
Kvasova L. S.
Associate Professor, Ph.D.,
Dnipro State Agrarian and Economic University

SMM MARKETING IN AGRARIAN COMPANIES

Social Media Marketing (SMM) is a digital marketing strategy that utilizes social media platforms to connect with the target audience, build brand awareness, promote products or services, and drive website traffic. It involves creating and sharing content on social media networks to achieve marketing and branding goals. Role of SMM in Contemporary Marketing: Enhancing Brand Visibility: SMM

allows businesses to establish a strong online presence by creating profiles on popular social media platforms like Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, and others. These platforms have billions of active users, providing a vast audience for brand exposure. Engaging with the Audience: Social media platforms provide a direct channel for two-way communication with customers and potential customers. Brands can engage in conversations, answer questions, and receive feedback in real-time, fostering a sense of community and trust [1, p.22].

SMM platforms offer advanced targeting options based on demographics, interests, behavior, and more. This enables businesses to tailor their content and advertisements to reach specific segments of their audience, increasing the chances of conversion. Businesses can share various types of content, such as articles, images, videos, and infographics, to educate and entertain their audience. SMM helps in promoting this content, making it visible to a wider audience. By strategically sharing links to their websites, businesses can direct social media users to their online platforms. This can lead to increased website traffic, potentially resulting in conversions and sales.

Data Analysis and Insights: Social media platforms provide analytics tools that allow businesses to track the performance of their posts, ads, and overall social media presence. This data helps in refining strategies for better results. Consistent engagement and valuable content can foster brand loyalty. Customers who feel connected to a brand through social media are more likely to become repeat customers and brand advocates. SMM offers a platform to address and manage crises or negative publicity. Businesses can respond quickly to issues, manage their reputation, and communicate transparently with their audience. Many businesses, including competitors, are active on social media. Maintaining an effective SMM strategy ensures that a company remains competitive and relevant in the digital landscape[2, p.120].

Cost-Effective Marketing: Compared to traditional advertising, SMM is often more cost-effective. Many social media platforms offer free account setups and affordable advertising options, making it accessible to businesses of all sizes.

SMM plays a pivotal role in contemporary marketing by providing businesses with a powerful tool to connect with their audience, build brand recognition, drive traffic, and achieve their marketing objectives in an ever-evolving digital landscape. Its ability to foster engagement, provide real-time insights, and facilitate targeted advertising makes it an indispensable component of modern marketing strategies.

In conclusion, SMM strategies have the potential to revolutionize the agrarian sector by connecting it with the broader digital landscape, reaching global markets, and meeting the demands of modern consumers. Taking action to implement and refine these strategies is essential for staying competitive and sustainable in an evolving industry. Moreover, it opens up exciting opportunities for growth, community building, and innovation in agrarian businesses. Building a strong presence in mass media is crucial for agrarian companies looking to enhance their brand visibility and reputation. Here are some strategies and considerations for achieving this goal. Regularly issue press releases to announce important developments, such as new product launches, partnerships, or sustainability initiatives. Ensure that these releases are newsworthy and provide value to the media outlets' audiences. Develop relationships with journalists and media professionals who cover topics relevant to the agrarian sector. Provide them with accurate and timely information, and be available for interviews or comments [2, p.142].

Create compelling and informative content that can be shared with mass media outlets. This might include articles, blog posts, infographics, or videos that showcase your expertise in agrarian matters. Position your company's leadership or subject matter experts as thought leaders in the agrarian industry. Encourage them to contribute articles or insights to industry publications and news outlets.

References

1. Діброва Т. Реалії ринку Інтернет-реклами в Україні: [Про активне використання Інтернету як засобу просування товарів та послуг в Україні] / Т. Діброва, М. Лебеденко. // Маркетинг в Україні. – 2007. – № 2. – С.21 – 24.

2. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Особливості Інтернет-маркетингу / І.Л. Литовченко І.Л., В.П. Пилипчук // Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.

UDK 339.138

Teriahin O. V.
master's student of the second year,
Dnipro State Agrarian and Economic University
Kvasova L. S.
Associate Professor, Ph.D.,
Dnipro State Agrarian and Economic University

OPTIMIZATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGY FOR MODERN AGRARIAN COMPANY

Optimizing a digital marketing strategy for a modern agrarian company involves a strategic approach to maximize online visibility, engage with the target audience, and drive business growth. Here are key steps and considerations for achieving this:

Define Clear Objectives:Start by defining specific, measurable, and achievable objectives for your digital marketing efforts. What are your goals? Are you looking to increase online sales, improve brand awareness, or expand your customer base. Understand Your Target Audience: Create detailed buyer personas to understand your audience's demographics, preferences, pain points, and online behavior. Tailor your marketing efforts to address their specific needs. Comprehensive Website Optimization: Ensure your website is user-friendly, responsive, and optimized for search engines (SEO). Mobile optimization for seamless browsing on all devices. Fast loading times to reduce bounce rates. High-quality content that addresses customer queries and provides value. Clear navigation and user-friendly design. Secure and user-friendly e-commerce features if applicable[1, p.54].

Develop a content strategy that aligns with your objectives and resonates with your target audience. Create a content calendar for regular publishing of blog posts, articles, videos, infographics, and more. Prioritize quality over quantity. Provide valuable, informative, and engaging content that establishes your authority in the agrarian sector. Conduct thorough keyword research to identify relevant search terms. Optimize your content with these keywords to improve search engine rankings. Focus on on-page SEO, meta descriptions, header tags, and alt text for images. Earn high-quality backlinks from authoritative sources. Choose the social media platforms that align with your audience's preferences. Share content regularly and engage with your followers[2, p.154].

Utilize paid advertising options on platforms like Facebook, Instagram, and LinkedIn to target specific demographics. Build and segment your email list for personalized messaging. Use email marketing for promotions, newsletters, product updates, and customer nurturing. Consider pay-per-click (PPC) advertising through platforms like Google Ads. Set a budget and target specific keywords to reach a broader audience. Analytics and Data Monitoring:

Implement analytics tools like Google Analytics to track website performance, user behavior, and marketing campaign result. Regularly review and adjust your strategy based on data insights. Research and analyze your competitors' digital marketing strategies. Identify gaps and opportunities to differentiate your approach. Mobile Marketing - optimize your strategy for mobile users. Consider mobile apps, SMS marketing, and mobile-specific ad campaigns. E-commerce Integration: - If applicable, streamline the online purchasing process with secure payment gateways and a user-friendly checkout process.

Customer Relationship Management (CRM): - Implement a CRM system to manage customer interactions, track leads, and personalize communication. Continuous Learning and Adaptation - stay updated with industry trends, emerging technologies, and algorithm changes in digital marketing platforms. - Be prepared to adapt and refine your strategy as needed.

Optimizing your digital marketing strategy for a modern agrarian company requires ongoing monitoring, adaptation, and a commitment to meeting the evolving needs of your audience. By following these steps and staying flexible, you can build a robust digital presence and drive growth in the agrarian sector [3, p.26].**References**

1. Corman, J. Digital Marketing Canvas. https://thecanvasrevolution.com/product/digital-marketing-canvas

Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh

Marketing Digital terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan, 4(1), 2016. 53–60. http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136

2. Aaron Wall. Aaron Wall's blog where he talks all about SEO. URL: http://www.seobook.com/blog

3. Kvasova L.S., Polozkova I. V. Approaches to the formation of the sales strategy of the enterprise.// Innovations and prospects of world science. Proceedings of the 6th International scientific and practical conference. Perfect Publishing. Vancouver, Canada. 2022, pp. 21-27. URL: https://sci-conf.com.ua/vi-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-innovations-and-prospects-of-world-science-2-4-fevralya-2022-goda-vankuver-kanada-arhiv/

Павлишинець Ф. Ф.
студент,
НУЛП

ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Як відомо, у лютому 2022 р. відбулось повномасштабне вторгнення росії в Україну, що призвело до гибелі тисячі людей, окупації частини території України, руйнувань військової, цивільної інфраструктури та об'єктів культурної спадщини. Водночас завдано удару також і вітчизняній економіці. В Україні спостерігається значна інфляція, що знижує купівельну спроможність національної грошової одиниці гривні.

У березні 2022 року в Україні відбулося значне прискорення споживчої інфляції: ціни на споживчі товари та послуги зросли на 4,5% в порівнянні з лютим і на 13,7% в порівнянні з березнем 2021 року. Практично за один місяць війни вартість споживчого кошика українців зросла на величину, яка відповідає щорічному зростаню індексу споживчих цін [1].

З іншого боку, на початку війни немонетарні фактори значно посилили свій вплив на інфляційну динаміку в Україні. Загострення проблем безпеки та логістики спричинили передчасне зростання цін на продукти харчування, ліки, паливо та транспортні послуги. Наприклад, у березні спостерігалось зростання цін на продукти харчування на 6,4% (з річним приростом +19,6%); підвищення цін на фармацевтичну продукцію на 7,7% (з річним приростом +13,0%); збільшення цін на автомобільне паливо на 7,7% (з річним приростом +30,0%); підвищення цін на транспортні послуги на 2,6% (з річним приростом +20,3%).

Проте слід відзначити те, що перед початком війни в Україні економіка вже була під впливом немонетарних чинників вплину на інфляцію. Серед них -зростання світових цін на енергоносії та інші сировинні товари, епідеміологічні втрати та впровадження ринкового ціноутворення в енергетиці. Наприклад, у лютому 2022 року річне зростання цін на промислові товари сягнуло рекордних значень за останні 27 років, досягаючи 66%. Це включало в себе зростання цін на послуги електро-, газо- та теплопостачання у 2,5 рази, підвищення вартості сирої нафти і природного газу у 2,1 рази, збільшення цін на кам'яне вугілля у 2,3 рази, а також подорожчання продуктів нафтоперероблення в 1,6 разів та продукції хімічної промисловості у1,5 рази [2].

З іншого боку, прискорення інфляції стало загальним глобальним явищем у 2021-2022 роках у всьому світі. У країнах Єврозони, наприклад, річна інфляція в березні 2022 року піднялася до рекордного рівня в 7,5%, порівняно з 5,9% у лютому. На думку експертів, головними причинами такого прискорення інфляції є немонетарні структурні чинники: витрати на підтримку системи охорони здоров'я, стрімке підвищення світових цін на сировинні товари, енергетична криза в ЄС та збільшення військових загроз [3].

В умовах дії воєнного стану Україна стикається з імпортною інфляцією. Ще до початку війни імпорт газу, нафти та нафтопродуктів становив приблизно 45% від внутрішнього використання, а енергоносії складали 9% в структурі споживчого кошика населення та 13% в структурі проміжного споживання економіки. Також слід відзначити, що в умовах воєнної економіки монетарні заохочення вже не можуть впливати на настрої споживачів та підприємств. Постійні руйнування критичної інфраструктури (включаючи нафтопереробні

заводи та нафтобази) обмежують пропозицію товарів та ускладнюють логістику, що незабаром впливає на прискорення інфляції.

В таких обставинах, здатність ключової процентної ставки впливати на грошово-кредитний та валютний ринки та створювати антиінфляційні монетарні імпульси відчутно ослаблюється. Відносна цінова стабільність в умовах конфлікту найбільше досягається через тимчасовий адміністративний контроль цін, валютні обмеження та раціонування продажів. Це також впливає на промислових виробників та зменшує вплив внутрішніх та зовнішніх викликів на ціни [4].

Важливо враховувати, що військові дії призводять до руйнування продуктивного потенціалу національної економіки та зниження вже низького рівня доходів населення. Слід зауважити, що навіть у мирний 2021 рік валові заощадження населення України не вистачали для покриття необхідних витрат, зменшившись на 82 млрд. грн. (1,5% ВВП) за рік. Це означає, що під час і після війни сукупний попит залишатиметься пригніченим і не справлятиме великого впливу на інфляційні процеси.

Отже, ще до початку війни Україна перебувала під впливом глобальних інфляційних трендів, які поглибились в умовах дії воєнного стану. До них додались імпортна інфляція та негативний вплив монетарних структурних чинників ЄС. У згаданих умовах слід використати особливі підходи у монетарній політиці, які би сприяли збільшенню соціального капіталу та вирішенню інфляційних проблем.

Список літератури

1. Оцінка інфляції URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/CPI_2022-03.pdf?v=4
2. Індекси споживчих цін на товари та послуги у 2022 р. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2010/ct/is_c/arh_isc/arh_iscm10_u.html
3. Коментар Національного банку щодо рівня інфляції в квітні 2022 року. URL: https://bank.gov.ua/ua/news/all/komentar-natsionalnogo-banku-schodo-rivnya-inflyatsiyi-v-kvitni2022-roku
4. Економічна теорія грошей, банківської справи та фінансових ринків: навч. посібник для студентів: Пер. з англ. / Ф. Мішкін. - М.: Аспект Прес, 1999. - 820 с. - Пров. вид. : The Economics of Money, Banking, та Financial Markets / F. Mishkin.
5. Інструкція Європейського центрального банку від 20 вересня 2011 року щодо інструментів та процедур монетарної політики Євросистеми. URL: http://www.ecb.europa.eu/mopo/html/index.en.html
6. Інфляція споживчих цін в умовах військової агресії. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/38480/2/FMZKPNES_2022_Podvirna_T-Consumer_price_inflation_34-36.pdf

Печена А. А.
студентка 21 групи ФМОІТ
факультету менеджменту, обліку та інформаційних технологій
Одеського національного економічного університету
Стрій Л. О.
д. е. н.,
професор кафедри маркетингу та міжнародної логістики,
Одеський національний економічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ЕТАПІВ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ТОВАРУ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Серед всіх складових комплексу маркетингу центральне місце займає товар. В умовах гіперконкуренції, аби продати вироблюваний товар, він повинен мати споживчу цінність вище, ніж у конкурентів. Головним принципом маркетингу в XX столітті було виробництво товарів, які задовольняють якусь потребу (нужду) покупця. Зараз на ринку є товари, які можуть задовольнити будь-яку потребу. У XXI столітті найбільший прибуток може

принести товар, який доставляє споживачеві велике (або більше) задоволення, це відповідає сучасній концепції маркетингу нових ідей [2].

Станом на сьогодні маркетингова діяльність на підприємстві є дуже важливою та відповідальною, потребує проведення аналізу просування товару на ринок, в залежності від ЖЦТ. Для маркетологів однією з важливих складових, за допомогою якої можна описатипросуваннята продаж товару на ринку, є знання життєвого циклу товару. ЖЦТ складається з різних етапів, що впливають як на ціну товару, так і на формування попиту споживачів чи збитків виробника та інше. Не всі виробники усвідомлюють, як протікає життєвий цикл товару, тому можуть робити грубі помилки, намагаючись закріпитися на ринку збуту.Завдання та мета дослідження полягає у тому, щоб розкрити нюанси усіх основних етапів життєвогоциклу товару; з'ясувати, які методи та засоби маркетингової діяльності застосувати, щоб отримувати прибуток.

Життєвий цикл товару – це період життя товару, який починається, коли підприємстворозробляє та виводить товар на ринок, і закінчується закриттям його продажу. Концепція ЖЦТ випливає з того, що будь-який товар має загрозу витіснення його з ринку будь-яким іншим аналогічним товаром, що є більш досконалим або дешевим.

Життєвий цикл використовується для пояснення того, як підприємство проходить через різні етапи товару. У зв'язку з цим концепції життєвого циклу приділяється великаувага.

Одним з центральних положень, що визначають маркетингову політику підприємства відносно товарів, є теорія життєвого циклу товарів (ЖЦТ). Концепція життєвого циклу товару була опублікована Теодором Левіттом, також теорія ЖЦТ розглядається Ф. Котлером, Мільнер, О.Ю. Фірстова, С. В. Корягіна та іншими. При написанні дослідження використовувалася така література: С. П. Наливайченко, Ю.П. Авраменко, Л. О. Стрій та інші [1, 2, 3].

Теорія життєвого циклу товару свідчить про те, що продаж продукції і прибуток від її реалізації змінюється з часом. Життєвий цикл товару має 5 основних етапів: [2]

- Етап розробки;
- етап впровадження (виведення товару на ринок);
- етап зростання;
- етап зрілості;
- етап занепаду[2, с. 140].

Етап розробки характеризується збитками, що збільшуються, оскільки об'єм продажів на цьому етапі дорівнює нулю. Розробники тільки інвестують у свій продукт, аналізують ідеального клієнта, ринок, конкуренцію та інші важливі фактори.

Для ***етапу впровадження товару на ринок*** єхарактерним низький рівень продажів, оскільки покупцям ще треба час, щоб усвідомити переваги товару. На цьому етапі необхідно розширити продажі привабливими цінами і маркетинговою діяльністю. У свою чергу ця діяльність збільшує витрати, тому прибутки низькі. Як тільки покупці будуть задоволені продукцією та оцінять її якість і переваги, товар зможе перейти на інший етап свого циклу – зростання.

На ***етапі зростання*** зростають продажі. Продавці пропонують товар споживачам на ринку, тому прибуток стрімко збільшується. Агресія з боку конкурентів стає більшою, оскільки для кожного є важливим контролювання ринку. У цей момент конкуренти починають випускати свої аналоги товару, що змушує ваш товар перейти до нового етапу.

Етап зрілості має найбільші проміжок часу і конкуренцію. На цьому етапі прибуток стабілізується. Спостерігається уповільнення збуту, не зважаючи на те що товар став впізнаваним на ринку збуту. Уповільнення відбувається за рахунок витрат на захист товару від агресивної конкуренції, оскільки конкуренти можуть запропонувати схожий товар, але за нижчою ціною.

Етап занепаду. Компанії не вдається утримати свій бренд на ринку, оскільки з'являється багато нових альтернатив. У цьому випадку необхідно випустити на ринок новий товар, щоб попередити зменшення прибутку та отримання збитків [2, с. 141-142; 3, с. 76-79].

З виготовленням нового товару підприємство проходить знову всі 5 етапів ЖЦТ. У цей раз підприємство має навчитися на своїх помилках та придумати більш доцільну стратегію

розвитку товару, покращити маркетингову діяльність, щоб бути менш залежним від появи аналогів конкурентів на ринку.

Якщо виробник має кошти на технічне оновлення, то деякі етапи будуть менш збитковими, оскільки будуть протікати швидше. Наприклад, період розробки товару можна значно скоротити, використовуючи нове обладнання.

Інтервали на кожному етапі залежать цілком від діяльності підприємства та товару, що реалізується. Різними бувають не лише етапи, а й швидкості переходу від одного етапу до іншого[1-3].

Висновок. Для будь-якої маркетингової діяльності на підприємстві поняття життєвого циклу товару є одним з основних. Спираючись на етап, у якому перебуває товар у конкретному часі, можна покращити проходження цього етапу товаром за допомогою маркетингу. Використовуючи інструменти маркетингу, можна попередити відсоток збитків, що може завдати окремий етап ЖЦТ.

Список літератури

1. Наливайченко С.П., Шагурова Ю.С. Життєвий цикл організації та його роль у розвитку підприємства.*Проблемыматериальнойкультуры – ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ.* Національна бібліотека України, 2011. С. 51-53. URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/65072/15-Nalivaichenko.pdf?sequence=1 (дата звернення 20.09.2023).

2. Стрій Л. О. Маркетинг XXI століття. Концептуальні зміни та тенденції розвитку: монографія /ред. проф.А.К. Голубєва.Одеса: ВМВ, 2010. С. 140-142.

3. Авраменко Ю. П.Маркетингова діяльність в залежності від етапу життєвого циклу товару. Харків: НТУ "ХПІ", 2012. С. 73-80. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/50575712.pdf (дата звернення 20.09.2023).

УДК 330:004

Помазун О. М.
к.е.н., доцентка кафедри інформаційних систем в економіці
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана
Крошко І. А.
аспірант
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Характерною особливістю функціонування бізнесу в умовах цифрової економіки є накопичення інформаційних активів, оскільки в процесі бізнесової діяльності виникає потреба у створенні, збиранні, обміну та використанні великих обсягів даних. Використання цифрових технологій дає змогу бізнесу все більше покладатися на інформаційні та технологічні активи під час ведення підприємницької діяльності, але, з іншого боку, збільшує ризики порушень їх безпеки. В таких умовах посилюється роль інформаційної безпеки будь-якої бізнес-структури та виникає потреба в організації комплексу заходів щодо попередження загроз безпеці інформаційних активів.

Під інформаційною безпекою розуміють стан інформаційних ресурсів і пов’язаних з ними інформаційних засобів і систем суб’єкта господарювання, який гарантує якісне і безперебійне забезпечення його діяльності необхідною інформацією за умови високого рівня її захищеності від внутрішніх і зовнішніх загроз [1]. Основною ціллю інформаційної безпеки є організація бізнес-процесів для захисту інформації в процесі обробки транзакцій та інформації, що зберігається в базах даних [2].

Важливою складовою інформаційної безпеки є кібербезпека, тобто безпека IT-систем (обладнання та програм) [3]. Поряд з терміном «кібербезпека» також використовують як синонім термін «безпека даних», але в даних поняттях є певна різниця. Безпека даних

наголошує на безпосередньому захисті інформаційних активів, а кібербезпека призначена для захисту технологічних активів як засобу забезпечення безпеки інформаційних активів [4].

Водночас, і безпека даних, і кібербезпека прагнуть підтримувати конфіденційність, цілісність і доступність інформації підприємства. У цьому контексті конфіденційність означає забезпечення доступу до інформаційних активів лише уповноважених осіб і систем; цілісність означає забезпечення збереження інформаційних активів у стані, передбаченому власником; а доступність означає забезпечення надійного доступу до інформаційних активів уповноваженими особами та системами [2,4].

Для ефективного забезпечення інформаційної безпеки підприємство повинно визначитися із стратегією інформаційної безпеки, в якій необхідно передбачити заходи та методи її реалізації.

Забезпечення інформаційної безпеки включає управлінські, операційні та технічні заходи для захисту конфіденційності, доступності та цілісності інформаційних і технологічних активів [4].

Заходи, необхідні для забезпечення інформаційної безпеки підприємства включають:

– ідентифікація інформаційних та технологічних активів;

– визначення загроз та слабких місць для цих активів;

– оцінювання ризику виявлення загроз інформаційній безпеці;

– забезпечення засобами контролю безпеки для зниження ризиків інформаційних загроз.

Розроблена стратегія з інформаційної безпеки дозволить мінімізувати ризики загрозам щодо інформаційним та технологічним активам та забезпечить безперервну роботу підприємства у разі виникнення загроз.

Список літератури

1. Кузьомко В.М. Інформаційна безпека бізнесу в умовах цифрової трансформації економіки [Електронний ресурс] // зб. наук. пр. ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана». 2021. С. 26-28. – URL: https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/36159

2. Організація та забезпечення інформаційної безпеки в межах компанії. [Електронний ресурс] . – URL: https://bsoprivacygroup.com/orhanizatsiia-ta-zabezpechennia-informatsiinoi-bezpeky-v-mezhakh-kompanii/ (дата звернення: 28.09.2023).

3. Гудзь Ю. Кібербезпека чи Інформаційна безпека? [Електронний ресурс] / Юрій Гудзь // КО IT для бізнесу. – URL: https://ko.com.ua/kiberbezpeka_chi_informacijna_bezpeka_120068 (дата звернення: 28.09.2023).

4. Keck M. The role of cybersecurity and data security in the digital economy [Electronic resource] / Macmillan Keck. – [S. l.] : UNCDF Policy Accelerator, 2022. – 22 p. – URL: https://static1.squarespace.com/static/5f2d7a54b7f75718fa4d2eef/t/62082f066a25c62651a9ae40/1644703527175/EN-UNCDF-Brief-CyberSecurity-2022.pdf (date of access: 28.09.2023).

УДК 658.14:338.2

Силич К. В.
здобувач магістерського рівня вищої освіти
за спеціальністю 073 «Менеджмент»
Сумський національний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Якість продукції на сьогодні є найважливішою конкурентною перевагою та інструментом конкуренції, чинником економічної, екологічної та соціальної безпеки. Реалії доводять, що підприємства, які впроваджують сучасні системи управління якістю продукції у загальну систему менеджменту, отримують певні переваги: підвищення рівня ефективності діяльності, прискорення ділової активності, розширення асортименту та номенклатури продукції, підвищення лояльності покупців, позитивний вплив на імідж та ін.

Термін «якість» традиційно розглядається як рівень відповідності продукції ринковим вимогам, тобто вимогам та очікуванням споживачів. З іншого боку, якість внутрішньої

організації діяльності характеризує відповідність процесу виготовлення продукції встановленим стандартам, процедурам та технологіям [1, с. 90].

Оскільки якість є визначальним фактором конкурентоздатності підприємства, то конкурентоспроможність продукції доцільно розглядати як здатність найповніше відповідати всім вимогам ринку та запитам споживачів (покупців) з погляду визначеного набору конкурентних переваг, порівняно з іншою аналогічною продукцією або товаром, представленими на ринку. До такого набору можна віднести безпосередньо якість продукції, ціну, наявність гарантійного і післягарантійного сервісу, імідж виробника, рекламу тощо [2, с. 254].

Дієвим способом досягнення необхідного рівня якості продукції є формування та інтеграція в загальну систему менеджменту підприємства підсистеми управління якістю продукції, яка також може розглядатися як самостійна діюча система. Така система є досить поширеною і успішно функціонує в багатьох економічно розвинених країнах, і при невеликих матеріальних витратах підприємства отримують позитивний результат від її функціонування. Формування системи управління якістю, орієнтованої, насамперед, на задоволення потреб споживачів, на сьогодні є особливо є необхідним для підприємств, які мають наміри працювати на міжнародних ринках, встановити довгострокові відносини з іноземними партнерами. Для вітчизняних підприємств формування системи управління якістю продукції пов'язане з її сертифікацією відповідно до вимог міжнародних стандартів [3, с. 22]. Проблеми забезпечення якості продукції у світі вирішується на основі оцінки її відповідності, тобто сертифікації, яка забезпечує право людини на безпеку продукції [4].

Подальший розвиток інтеграційних та глобалізаційних економічних процесів зумовлює необхідність для вітчизняних підприємств формувати інтегровані системи управління якістю продукції на основі використання взаємопов'язаної системи стандартів, що стане конкурентною перевагою у контексті конкурентоспроможності продукції.

Список літератури

1. Єрмошенко М.М., Гольцев Д.Г. Система управління якістю як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Держава та регіони*. 2017. № 1. С. 89–92.

2. Кузьома В.В., Павлюк С.І. Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. №12. С. 252–258. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-12-252-258 (дата звернення: 30.09.2023).

3. Кошонько О. В. Проблеми оцінки та сертифікації систем управління якістю промислових підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2009. № 1. С. 18–23. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_1/zmist.files/_04.pdf (дата звернення: 29.09.2023).

4. Гринчуцька С.В. Управління якістю. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/161834033.pdf (дата звернення: 29.09.2023).

УДК 632.9:339

Степанець І. П.
аспірант кафедри
маркетингу та міжнародної торгівлі
Національного університету біоресурсів
і природокористування України
Науковий керівник:
Збарський В. К.
професор
Національного університету біоресурсів
і природокористування України

РИНОК ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН УКРАЇНИ

Важливим заходом підвищення ефективності землеробства і отримання запланованого врожаю є використання засобів захисту рослин. Зарубіжна та вітчизняна практика доводять, що в разі не проведення захисних заходів втрати врожаю можуть досягати третини валового

збору продукції рослинництва, при цьому погіршується і її якість. У той же час, застосовуючи необхідну кількість пестицидів, сільськогосподарський товаровиробник може зберегти з 1 га до 10 ц зерна пшениці, 95 ц – цукрових буряків, 40 ц – картоплі та 15 ц – плодів.

Динаміка використання засобів захисту рослин в Україні наведена у табл. 1 [1].

Таблиця 1

Використання засобів захисту рослин в Україні

	В середньому за рік							
	1990	**1995**	**2000**	**2010**	**2015**	**2020**	**2021**	**2022**
Всього, тис. т	104	32,5	13,4	28,8	45,9	42,8	43,8	34,9
На площу, млн га	28,1	16,8	11,9	36,5	43,8	48,7	49,4	39,1
в тому числі:								
Інсектициди, тис. т	24,0	2,9	1,2	3,7	4,3	4,7	4,7	3,5
На площу, млн га	9,7	5,8	6,3	11,0	10,6	13,0	12,7	10,8
Фунгіциди, тис. т	26,6	8,9	6,1	6,6	6,6	9,0	9,2	7,7
На площу, млн га	7,2	2,6	1,2	7,1	9,4	11,6	12,3	10,2
Гербіциди, тис. т	51,4	20,1	5,9	18,5	21,6	24,5	25,0	20,2
На площу, млн га	10,8	8,3	4,4	18,4	20,8	21,1	21,3	17,2
кг на 1 га ріллі	3,2	1,1	0,4	0,9	1,2	1,4	1,4	1,5

Джерело: за даними Держпродспоживслужби України

Для того щоб винайти нову діючу речовину, науковцям потрібно щонайменше 10 років, понад 200 мільйонів євро та здійснити близько 200 різних досліджень.

Звісно, для рослинництва найважливішим критерієм господарювання є високі врожаї. Щоб поле родило, про нього потрібно дбати: обробляти, удобрювати, захищати рослину від шкідника. До 40% урожаю, кажуть фахівці Продовольчої та сільськогосподарської організація ООН (FAO), втрачається через шкідників та хвороби рослин [1].

Оцінки стану економіки України в 2022 році показали, що бізнес виявився стійкішим, ніж припускали навіть стримані оптимісти, а прогнози на 2023 рік після зимових блекаутів засвідчили, що господарська діяльність у країні буде відновлюватися. Як зазначають фахівці ринку засобів захисту рослин, з початку війни критичним стояло лише питання доставки хімічної продукції аграріям. Велика частина агрохімічної продукції, яку використовують українські фермери, – це імпорт, і лише невелика частина – внутрішнє виробництво. Це свідчить про те, що ринок збільшується, але йде падіння цін на препарати. Попри зростаючий експорт, фінансовий стан наших фермерів залишається складним. На цьому тлі з року в рік відбувається активізація на ринку України китайських препаратів, які традиційно набагато дешевші.

За обсягом продаж, починаючи з березня 2022 року, внутрішний ринок ЗЗР України скоротився приблизно на 30% порівняно з 2021 роком [1].

В цілому, Україна є імпортоорієнтованою країною по використанню засобів захисту рослин. Ємність ринку ЗЗР в Україні оцінюється в 110–120 тис. т, що в вартісному виразі складає близько 1 млрд дол. США. На сьогодні, нормативно-правове регулювання ринку здійснюється 127 регуляторними актами та 73 інструментами державного регулювання. Аналіз нормативно-правового поля показав, що понад 24% актів, котрі регулюють ринок ЗЗР є неактуальними, а майже 9% правових актів мають ознаки незаконних. Однією з найактуальніших проблем ринку ЗЗР, яка стримує його розвиток, є використання контрафактних і фальсифікованих препаратів [2].

Основними проблемами для бізнесу пов'язаними із реєстрацією нової діючої речовини та препаратів є недоліки нормативно-правових актів, надмірності адміністративних процедур при проведенні експертиз та видачі дозволів, невизначеність послідовності дій та, іноді, повна відсутність регулювання окремих етапів державної реєстрації. Проблемами для споживачів – аграрних підприємств є їх незахищеність від підробок та неякісних засобів захисту рослин, які вони використовують у господарській діяльності, складнощі щодо

утилізації тари та невикористаних препаратів, тощо. Варто зазначити, що тіньовий ринок за експертними оцінками складає 30 відс від всіх продажів [2].

Закон України «Про пестициди і агрохімікати» не регулює всі аспекти обороту пестицидів в Україні, а особливо в частині управління життєвим циклом, контролю за оборотом, регулювання хімічних речовин, виробництва, торгівлі, маркування, використання і транспортування.

Список літератури

1. Марчук А. Д. Аграрії скаржаться на дорожнечу добрив та проблеми зі збутом: як знайти вихід. AGROREVIEW. Київ. 2023.
2. Зелена Книга регулювання внутрішнього виробництва та обігу засобів захисту рослин. ПРЯМУЄМО РАЗОМ. Авт.колектив: Грузінська І., Смагіна І. та ін. Київ. 103 с.
3. Ситуація на «фронті» боротьби за здоров'я рослин – ринок ЗЗР налагоджуєтьс. Superagronom.com. 2022.
4. Василенко Л. В. Світові тенденції розвитку ринку засобів захисту рослин. Економіка АПК, 2018, № 2. С. 100–105.

УДК 330

Ткачук Н. М.
к.е.н, доцентка, доцентка кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова
Гладун Ю. І.
здобувачка вищої освіти
спеціальність 072 Фінанси банківська справа та страхування
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

ПЛАТІЖНА СИСТЕМА PAYPAL ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ УКРАЇНИ

Останніми десятиліттями платіжні системи є невід'ємною складовою фінансової інфраструктури усіх країн і необхідним інструментом здійснення безготівкових розрахунків. Вони забезпечують зручність та безпеку при оплаті товарів та послуг в Інтернеті. Особливе місце в сфері платіжних систем займає PayPal, що визнана однією з найефективніших та найпопулярніших платформ для здійснення онлайн-переказів та платежів, яка ще донедавна мала обмежений функціонал в Україні.

PayPal відносно не нова міжнародна електронна платіжна система, що була створена у 1998 році Максиміліаном Левчином та Пітером Тільом (на момент створення система мала назву Confinity). Спочатку це була не надто відома платформа, проте коли в 2022 році компанія eBay придбала PayPal, розпочався стрімкий розвиток та швидкий набір популярності. Ця система почала працювати не лише на внутрішньому ринку США, але й почала активно розширюватися за її межі [1].

Сьогодні PayPal – це популярна платформа, яка дозволяє користувачам здійснювати електронні платежі та перекази грошей через Інтернет. Вона використовується для здійснення онлайн-покупок, оплати рахунків та інших фінансових операцій. Для користування системою, потрібно створити обліковий запис, внеси номер своєї банківської картки або рахунку, а також налаштувати спосіб оплати. Після виконання цих кроків, користувач отримує можливість використовувати усі доступні види фінансових операцій.

До початку 2022р. PayPal працювала в Україні з певними обмеженнями, що були пов'язані з недостатньою законодавчою базою регулювання використання електронних коштів. Це блокувало повноцінну роботу платформи, українці мали змогу лише створювати акаунти, поповняти їх з української картки й розраховуватися в інтернет-магазних. Можливість здійснювати перекази та виводити кошти на картки, випущені українськими банками, з'явилася 17 березня 2022 року, і поштовхом до такого рішення стало повномасштабне вторгнення агресора на територію України [2].

З виходом платіжної системи на український ринок для підприємців відкрилися нові можливості. Онлайн-торгівля та робота та міжнародних платформах стала ще доступніша

завдяки PayPal. Багато компанії почали використовувати дану платіжну систему як засіб прийому платежів від клієнтів. Це, перш за все, дозволяє їм здійснювати глобальну торгівлю та обслуговувати клієнтів з інших країн, забезпечуючи при цьому безпеку та надійність операцій, адже PayPal представляє себе як абсолютно безпечну платіжну систему, що має високий рівень захисту фінансових даних користувачів. Це особливо важливо в контексті сучасного цифрового світу, де існують загрози злому та кіберзлочинності. Не тільки українці, але й усі інші користувачі можуть бути впевнені в безпеці своїх фінансових операцій.

Варто зазначити, що PayPal, тією чи іншою мірою, має вплив на економіку України. Забезпечуючи можливість проводити трансграничні платежі, співпрацювати з міжнародними клієнтами та партнерами, PayPal сприяє розвитку експорту та збільшенню обороту валютних операцій. Це може допомогти підприємствам розширювати свій бізнес і залучати інвестиції з інших країн. Використання безготівкових платежів в Україні допомагає зменшити тіньовий сектор, оскільки такі операції можна легко відстежити за потреби.

Отже, електронна платіжна система PayPal має надзвичайно важливе значення для українського ринку, вона здійснює позитивний вплив на розвиток економіки України в цілому, оскільки стала ключовим інструментом для здійснення онлайн-платежів на міжнародному рівні. Завдяки PayPal українські підприємства можуть легше розширювати свій бізнес, залучати інвестиції та сприяти розвитку експорту.

Список літератури

1. PayPal history: looking back at the milestones. *Electronic Payments International.* URL: https://www.electronicpaymentsinternational.com/news/paypal-history-milestones/

2. PayPal в Україні: як оформити та які переваги використання. URL: https://jurliga.ligazakon.net/ru/news/210363_paypal-v-ukran-yak-oformiti-ta-yak-perevagi-vikoristannya

УДК 334.012.23:005.591.6(23.0)(043.2)

Феєр А. Є.
здобувачка 3 курсу ОС «Доктор філософії»
спеціальності 051 «Економіка»
Мукачівський державний університет

СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ГІРСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ

Головним шляхом виходу із кризової ситуації, що склалася в гірських населених пунктах є активізація підприємницької діяльності місцевого населення. В гірських поселеннях регіону приватний бізнес в основному сконцентрований в туристичній діяльності та сільському господарстві, зокрема в зеленому туризмі та особистих селянських господарствах.

Найбільш перспективною сферою підприємництва є сільський зелений туризм. Сьогодні в Закарпатській області функціонує понад 600 сільських садиб [1]. За результатами моніторингу 49,5 % респондентів надають послуги з розміщення туристів та харчування, 43 відсотки – тільки ночівля, 17.2 % – пропонують додаткові послуги. Туристичну діяльність, за експертними оцінками, здійснюють 1.5 тисяч членів особистих селянських господарств, а 57.9 % на умовах подвійної зайнятості, поєднуючи туристичну діяльність з основним місцем роботи [2].

У всіх програмах соціально-економічного розвитку територіальних громад розвиток туризму віднесений до стратегічних економічних пріоритетів. У регіональному стратегічному управлінні нині застосовуються три основні способи впливу: курс на інноваційний розвиток через стимулювання підприємництва; ситуаційний підхід із використанням різних інноваційних режимів; створення інноваційних систем та кластерів [3].

Важливим напрямом стратегічного впливу є регіональне стимулювання туристичної діяльності, що передбачає:

– регіональне стимулювання інноваційного підприємництва туріндустрії, через залучення на потенційно привабливу територію великих мережевих, транснаціональних корпорацій готельного та ресторанного бізнесу, провідних інноваційних підприємств індустрії розваг, компаній – міжнародних перевізників, оскільки вони сприятимуть дифузії та трансферу інновацій серед місцевих малих та середніх підприємств, навчанню кадрів на місцевому ринку праці новим методам роботи та передачі досвіду;

– допомога молодим підприємцям у розвитку інноваційного потенціалу малих підприємств туріндустрії;

– забезпечення туристичного бізнесу висококваліфікованими консультаційними, інформаційними, маркетинговими, дизайнерські та інші послуги, необхідні для регулярних інновацій.

Головною перешкодою для інноваційної активності МСП, які переважають у структурі туристичного сектора, є нестача фінансових коштів та невисока кваліфікація підприємців та персоналу [4], оскільки гірські регіони стикаються з унікальними викликами і обмеженнями, які можуть ускладнити розвиток бізнесу та інновацій. Забезпечення доступу до фінансових ресурсів є ключовим аспектом. Державні або регіональні гранти, субсидії, кредити та інвестиційні фонди можуть сприяти розвитку інноваційних підприємств та підприємців гірських територій. Тісна співпраця між підприємствами, університетами, дослідницькими установами може допомогти обмінюватися ідеями і ресурсами, сприятиме підвищенню професійного рівня та активізація підприємницької діяльності місцевого населення.

Список літератури

1. Про програму розвитку курортів закарпатської області на 2021-2023 роки. *Закарпатська обласна державна адміністрація.* URL: https://oda.carpathia.gov.ua/sites/default/files/upload/201124_0690.pdf .

2. Pitiulych M.I., Miklovda V.P., Hoblyk V.V., Sember S.V. Stimulation of entrepreneurial activity of the rural population in the mountainous territories of Transcarpathia. *Economic innovations* 25 (2 (87)), pp.66-75. URL: https://ei-journal.com/index.php/journal/article/view/1347/541.

3. Гоблик В. В. Перспективи розвитку туристично-рекреаційного комплексу гірських територій регіону в контексті сталого розвитку Карпат. *Сталий розвиток Карпат та інших гірських регіонів Європи :* матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 8-10 вересня 2010 р.). Ужгород, 2010. –С. 242-244.

4. Токар Я. І., Гоблик В. В. Фінансово-кредитне забезпечення розвитку підприємництва в гірських населених пунктах. *Економіка та суспільство : електронний науковий фаховий журнал.* 2017. № 11. С. 481-484.

УДК 339.5 (075.8)

Шелест О. Л.
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри економіки та менеджменту
Української інженерно-педагогічної академії,
Лісна А. В.
здобувач освіти,
Української інженерно-педагогічної академії

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕКСПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що на сучасному етапі розвитку підприємств України, дуже важливою є розробка науково-методичних засад управління експортною діяльністю підприємства та вдосконалення його організаційно-економічного і методичного забезпечення на основі вирішення таких основних задач: розкриття й уточнення економічної сутності експорту як явища і процесу, визначення його передумов (механізму запуску), структури, факторів формування та регуляторного механізму життєздатності; аналіз

теоретичних засад управління експортною діяльністю підприємства, розкриття його особливостей як однієї з функціональних підсистем менеджменту підприємства.

Тому сучасна економічна ситуація, що пов'язана з активним розвитком ринкових відносин та євроінтеграційним курсом держави, обумовлює новий підхід до внутрішньо-фірмового планування та планування зовнішньоекономічної діяльності, в тому числі і експортних операцій, що сьогодні стають особливо актуальними. Адже правильно складений план експортної діяльності сприяє одержанню додаткового прибутку за рахунок повнішого використання переваг міжнародної праці та міжнародної інтеграції, а також визначенню перспектив і можливих варіантів розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю - це системний вплив на об'єкт (виробничі структури, фірми, організації, колективи людей) для забезпечення їх життєздатності, узгодження в роботі і досягнення кінцевого результату. Важливим елементом управління зовнішньоекономічною діяльністю є формування цілей, котре виступає як передбачення результатів управлінської діяльності [1].

Важливим є й той факт, що зовнішньоекономічна діяльність стає запорукою економічного зростання. Особливої актуальності це набуває за сучасних умов, коли процеси міжнародної економічної інтеграції інтенсифікуються: зовнішньоекономічна діяльність сприяє розвитку експортного потенціалу; вирішує проблему нестачі енергоносіїв, машин, устаткування та обладнання, новітніх технологій і певних товарів народного споживання [2]. Важливе місце в зовнішньоекономічній діяльності України займає експортно-імпортні операції.

Експортні операції України відносяться до комерційної діяльності зовнішньоекономічних посередників – це підприємницька діяльність у сфері торгівлі, посередництва, товарно-грошових і суто фінансових операціях, направлена на отримання комерційного прибутку.

В експортних операціях приймають участь наступні учасники ЗЕД:

– власник експортного товару – комісіонер – посередник, який за договором комісії виконує оформлення та проведення експортної операції з товаром власника, або ділер, який на умовах відстрочки платежу перекупає експортний товар у власника та експорт-тує його від свого імені та за свої кошти;

– власник митного складу – посередник, який приймає експортний товар для наступного оформлення та завантаження на експорт;

– таможений брокер – митний посередник, який за договором виконує оформлення процедур митного контролю при експорті на митниці;

– митні перевізники – посередники, які виконують операції внутрішнього перевезення товару на митний склад, або перевезення товару при експорті на транспортному засобі за кордон згідно умовам зовнішньоекономічного договору;

– внутрішня митниця – митниця, яка може проводити оформлення експортного товару в режим "митного контролю" за місцем розташування власника товару;

– прикордонна митниця – митниця, яка здійснює безпосередній пропуск експортного товару через фізичний кордон України на транспортному засобі.

Права й обов'язки посередників в експортних операціях визначаються в договорах з їхніми довірителями. При цьому головна умова, що лежить в основі поділу подібних договорів на типи, полягає в такому: чи має право посередник підписувати угоди з третіми особами (покупцями – нерезидентами), за чий рахунок і від чийого імені він може це робити.

Експортна операція представляє собою діяльність, спрямовану на продаж і вивіз за кордон товарів для передачі їх у власність іноземному контрагенту.

Список літератури

1. Краснодєд Т. Л. Аналіз експортно-імпортних операцій України на сучасному етапі. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2018.* Випуск 22, частина 2. С. 32-35.

2. Піскун А. В., Гомонюк А. Статистичний аналіз експортно-імпортних операцій України. *Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень: збірник наукових студентських праць*. Одеса: ОНЕУ. 2018. Випуск 4. Частина І. С. 33–42.

СЕКЦІЯ 8
SECTION 8

ФАРМАЦЕВТИЧНІ НАУКИ
PHARMACEUTICAL SCIENCES

УДК 615.015

Бутко Я. О.
д.фарм.н.,
професор ЗВО кафедри фармакології та фармакотерапії
Сливка Ю. В.
здобувач вищої освіти
Національного фармацевтичного університету
Меленченко Н. О.
начальник відділу стратегічного розвитку і наукових досліджень,
Комунальне некомерційне підприємство
Харківської обласної ради
«Обласний центр медичної статистики,
здорового способу життя та
інформаційно-аналітичної діяльності»

ЧАСТОТА ПОВІДОМЛЕНЬ ПРО ПОБІЧНІ РЕАКЦІЇ ПРЕПАРАТІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ ЗАХВОРЮВАНЬ ДИХАЛЬНОЇ СИСТЕМИ НА ХАРКІВЩИНІ

До захворювань органів дихання відносяться риніт, ларинготрахеїт, трахеїт, ГРВІ, бронхіт, бронхіальна астма, кашель курця, пневмонія та ін. Серед усіх захворювань, хвороби дихальної системи реєструються найчастіше, на яку страждають люди різного віку і цілорічно. Згідно даних медичної статистики близько 70 % всіх захворювань у дитячому віці припадає саме на захворювання дихальних шляхів і органів дихання [1, с. 1].

Основним методом лікування хвороб дихальної системи є застосування лікарських засобів (ЛЗ). Подекуди лікування даних захворювань має тривалий характер та може вплинути на ризики виникнення побічних реакцій (ПР) ЛЗ. Безпека застосування ЛЗ є основною вимогою, якій повинна відповідати сучасна фармакотерапія. Діяльність системи фармаконагляду повинна забезпечувати збір, аналіз і розповсюдженя данних про ПР ЛЗ для оцінки частоти виникнення ПР та безпеки застосування ЛЗ.

Метою даної роботи було проаналізувати частоту повідомлень ПР ЛЗ при лікуванні захворюваннях дихальної системи на Харківщині за 2021 рік.

У роботі використано метод спонтанних повідомлень про ПР на ЛЗ від медичних працівників установ охорони здоров`я Харківщини [2, с. 5]. Дані карт-повідомлень з медичних установ за 2021 р. отримано з бази про ПР Автоматизованої інформаційної системи з фармаконагляду ДП «Державний експертний центр МОЗ України»). Об’єктами дослідження були карти-повідомлення про випадки ПР на препарати, що застосовували при лікуванні захворювань дихальної системи. Досліджуємими показниками були кількість повідомлень ПР та частота виникнення ПР, яку оцінювали за наступною шкалою: дуже часто (≥1/10), часто (≥1/100–<1/10), нечасто (≥1/1000–<1/100), рідко (≥1/10 000–< 1/1000), дуже рідко (<1/10 000) [3].

Початковим етапом цього аналізу було визначити кількість карт-повідомлень ПР при застосуванні препаратів для лікування захворювань дихальної системи. Результати представлені у таблиці 1.

Таблиця 1

Повідомлення про побічні реакції препаратів
для лікування захворювань дихальної системи на Харківщині за 2021 р.

Показники	Кількість
Карти-повідомлення у базі даних	939
Карти-повідомлення про ПР на препарати для лікування захворювань дихальної системи	114
% випадків ПР на препарати для лікування захворювань дихальної системи	12 %
Чисельність населення Харківського регіону [4, с. 1]	2633800
Частота виникнення ПР при застосуванні препаратів для лікування захворювань дихальної системи	4 : 100000

Результати аналізу показали, що за 2021 рік з медичних закладів Харківщини надійшло 939 повідомлення про ПР на ЛЗ. На препарати для лікуванні захворювань дихальної системи надійшло 114 повідомлень, що склало 12 % від загального числа повідомлень. Частота виникнення ПР при застосуванні даних препаратів становила 4 випадки на 100000 населення Харківщини, що згідно класифікації за частотою виникнення, відносяться до групи ПР, які виникають дуже рідко.

Отже, проведений аналіз частоти виникнення ПР препаратів для лікування захворювань дихальної системи показав, що на Харківщині за 2021 р. медичними працівниками надано 114 карт-повідомлень, що становило 12 % від загальної кількості повідомлень. За частотою виникнення ПР препаратів для лікування дихальної системи їх відносять до групи, що виникають дуже рідко.

Список літератури

1. Кривецький В., Решетілова Н. Морфологічні передумови виникнення захворювань дихальної системи // *БДМУ*. 2016. URL: https://www.bsmu. edu.ua /blog/ 5128-zakhvoriuvannia-dykhalnoi-systemy/.

2. Моніторинг карт-повідомлень про випадки виникнення побічних реакцій на лікарські засоби у Харківському регіоні за період 2016-2020 рр. Меленченко Н.О., Хмелевський М.О., Бутко Я.О. та ін. *Світ здоров'я*. 2021. № 11. С. 4-6.

3. Компендіум: лікарські препарати 2022. URL: https://compendium. com.ua/uk/atc/ j04am/.

4. Населення України з 2003 по 2022. Харківська область. *Мінфін України* : [сайт]. URL: https://index.minfin.com.ua/reference/people/harkovskaya/.

УДК 614.2

Хайдарі А. Р.
здобувачка вищої освіти
Науковий керівник:
Виговська Т. В.
к.б.н., доцентка,
доцентка кафедри філософії,
соціально-гуманітарних наук та фізичного виховання
Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова

ПРОБЛЕМА ВИРОБНИЧОГО ТРАВМАТИЗМУ В УКРАЇНІ

Проблема виробничого травматизму в Україні є актуальною та важливою з точки зору здоров'я та безпеки працівників. Вона може призводити до травм, інвалідності та навіть смертельних випадків на робочому місці. Окрім прямих фізичних наслідків, виробничий травматизм також призводить до значних соціальних та економічних втрат.

Виробничий травматизм - це травматичні події або нещасні випадки, які сталися під час виконання роботи або виробничих обов'язків на робочому місці. Це може включати в себе травми, поранення, отруєння, захворювання, які виникли в результаті діяльності на виробництві [1, с. 68].

Виробничий травматизм є результатом взаємодії різноманітних чинників, які поділяються на організаційні, технічні, санітарно-гігієнічні і психофізіологічні,економічні.

Організаційні причини виробничого травматизму та професійної захворюваності, пов'язані зі структурою та управлінням підприємства. Наприклад, недостатня система контролю за безпекою, погано організовані робочі процеси або недостатній навчальний інструктаж можуть сприяти виникненню травм та захворювань серед працівників.

Технічні причини виробничого травматизму, пов'язані з дефектами і несправностями в обладнанні, машинах і інструментах, а також з дефектами в технічних процесах на робочому місці. Наприклад, неякісне або застаріле обладнання, неправильний монтаж або експлуатація машини, а також несправності, які можуть виникнути під час роботи, можуть призвести до аварій, поранень та травм працівників.

Санітарно-гігієнічні причини виробничого травматизму, пов'язані з умовами праці, які можуть негативно вплинути на здоров'я працівників. Недостатність вентиляції, погана якість повітря, шум та незадовільні санітарні умови на робочому місці можуть призвести до розвитку професійних захворювань і загрози здоров'ю працівників.

Психофізіологічні причини виробничого травматизму включають в себе вплив психологічних та фізіологічних факторів на працівників. Стрес, недостатність сну, перевантаження, а також психологічний негативний вплив робочого середовища можуть впливати на увагу та координацію працівників, збільшуючи ризик нещасних випадків і травм.

Економічні причини виробничого травматизму, пов'язані з підприємницькими та економічними факторами, які можуть вплинути на безпеку на робочому місці. Наприклад, підприємства, які не виділили достатньо коштів на вдосконалення безпеки на робочому місці та охорону праці, можуть поставити під загрозу безпеку своїх працівників [2, с. 175].

За підсумками 2022 року на підприємствах України зареєстровано 4877 (з них 437 - смертельно) потерпілих від нещасних випадків на виробництві.

До основних травмонебезпечних галузей економіки та видів робіт відносяться: охорона здоров’я; добувна промисловість і розроблення кар’єрів; транспорт, складське господарство, поштова і кур’єрська діяльність. Кількість потерпілих осіб у цих галузях складає 74,3% від загальної кількості травмованих по Україні [3].

Зниження рівня виробничого травматизму є важливою метою для покращення якості життя працівників та підвищення продуктивності праці. Для досягнення цієї мети необхідно впроваджувати сучасні стандарти безпеки на робочих місцях, надавати належну підготовку та інструктаж працівникам, а також вдосконалювати систему моніторингу та контролю за безпекою праці в Україні.

Отже, проблема виробничого травматизму в Україні є серйозною загрозою для здоров'я та життя працівників. Вона потребує серйозної уваги і є спільною відповідальністю людства та великим кроком у будівництві безпечного та процвітаючого суспільства.

Список літератури

1. Грибан В. Г., Негодченко О. В. Охорона праці: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 280 с.

2. Щур Н. Б., Нечипорук Ю. Г. Виробничий травматизм в Україні: стан і причини. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова.* № 26. 2011. С. 174-176

3. Довідка про виробничий травматизм у 2022 році. URL: https://mtu.gov.ua/files.

СЕКЦІЯ 9 ||| БІОЛОГІЧНІ НАУКИ
SECTION 9 BIOLOGICAL SCIENCES

Компанець Е. В.
к. с.-г. н., доцент,
доцент кафедри екології,
Український державний університет імені Михайла Драгоманова

ВІЙСЬКОВА ЕКОЛОГІЯ

Військова екологія - це галузь екології, яка досліджує вплив військової діяльності на природне середовище і намагається розробити стратегії та технології для зменшення негативних впливів військових операцій на екосистеми та збереження біорізноманіття.

Основні аспекти військової екології включають, наприклад, вибір локацій для військових баз і тренувань: Важливо враховувати екологічні наслідки розміщення військових об'єктів. Неправильний вибір може призвести до забруднення ґрунту та водних джерел, загрози для місцевого біорізноманіття та впливу на здоров'я населення.

Військова діяльність потребує значних ресурсів, таких як пальне, вода і матеріали. Забезпечення ефективного використання цих ресурсів може зменшити екологічний вплив військових операцій на довкілля.

Заборонені у використанні збройні засоби, такі як хімічна, біологічна і ядерна зброя, які мають руйнівний вплив на природу і можуть залишити наслідки на десятиліття та на століття. Міжнародні угоди та конвенції намагаються заборонити або обмежити використання цих засобів.

Після закінчення військових конфліктів важливо здійснювати роботу з відновлення природи та відновлення пошкоджених екосистем. Це може включати в себе відновлення лісів, очищення забруднених водойм та збереження вразливих видів.

Розуміння військової екології важливо для військових та громадян, оскільки воно може допомогти зменшити негативний вплив військової діяльності на навколишнє середовище, тому, екологічна освіта та усвідомлення – сприяють зменшенню негативних впливів на довкілля.

Бойові дії можуть мати серйозний і тривалий вплив на екологію і природне середовище. Вони призводять до забруднення ґрунту, води та повітря: Вибухи, пожежі та використання вибухівки можуть призвести до викидів токсичних речовин та руйнування природних резерватів. Постійна військова діяльність може призвести до руйнування природних екосистем, включаючи ліси, болота, моря та рифи. Це може призвести до вимирання видів і зниження біорізноманіття. Військові конфлікти можуть спричинити втрату природних ресурсів, таких як деревина, вода і мінерали, через незаконну рубку лісів та інших негативних впливів.

Велика кількість військової техніки і обладнання може вплинути на тваринний світ, призводячи до руйнування місць мешкання диких тварин і збільшення рівня стресу для них.

Вибухи великої потужності можуть мати негативний вплив на природне середовище. Вони можуть зруйнувати ландшафти, спричинити зсуви грунту та інші геологічні явища, а також сприяють забрудненню довкілля.

Руйнування інфраструктури, таке як мости та дамби, під час військових дій може призвести до змін в гідрологічному режимі річок і водосховищ, що може спричинити повені та інші негативні наслідки.

Збалансовані дії у військовій екології сприяють збереженню природних ресурсів та здоров'ю екосистем, що, в свою чергу, сприяє забезпеченню стійкого та безпечного майбутнього для людства.

Список літератури

1. Шматько В.Г. Екологія і організація природоохоронної діяльності / В.Г. Шматько, Ю.В. Нікітін. – К. : Вид-во КНТ, 2006. – 304 с.

2. Про затвердження Положення про організацію екологічної безпеки в Міністерстві оборони України та Збройних силах України: від 10.08.2015 р., № 396. – Офіц. вид. – К. : Вид-во М-ва оборони України, 2015. – 16 с.

СЕКЦІЯ 10
SECTION 10

СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ НАУКИ
AGRICULTURAL SCIENCES

УДК 338.439.5:635

Авраменко Р. Ф.
аспірант кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі
Національного університету біоресурсів і
природокористування України
ORCID hattps: //orcid.arg/ 0009-0003-3651-2964
Науковий керівник:
Збарський В. К.
професор

ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ НАСІННЯ ГАРБУЗІВ

Актуальність оцінки тенденцій розвитку ринку гарбузів столових з урахуванням глобалізаційних змін і тенденцій, вдосконалення інфраструктурних елементів, напрямів формування продовольчої безпеки зумовила вибір даного дослідження та його зміст.

Гарбуз здавна відомий не лише в Україні, а й в усьому світі. Щороку кількість поціновувачів гарбуза і продуктів, які з нього можна отримати, зокрема, масло і насіння, зростає. Закордонні країни часто імпортують цей продукт, який добре росте на нашій землі, тому у нас є всі шанси завоювати експортний ринок.

Упродовж 2000-2020 рр. загальна зібрана площа під гарбузами столовими зросла в усіх категоріях господарств із 25,1 тис. га до 30,0 тис. га, середня урожайність, відповідно із 16,0 т/га до 23,03 т/га, валовий збір за останні три роки був у межах 700 тис. т (рис.1).

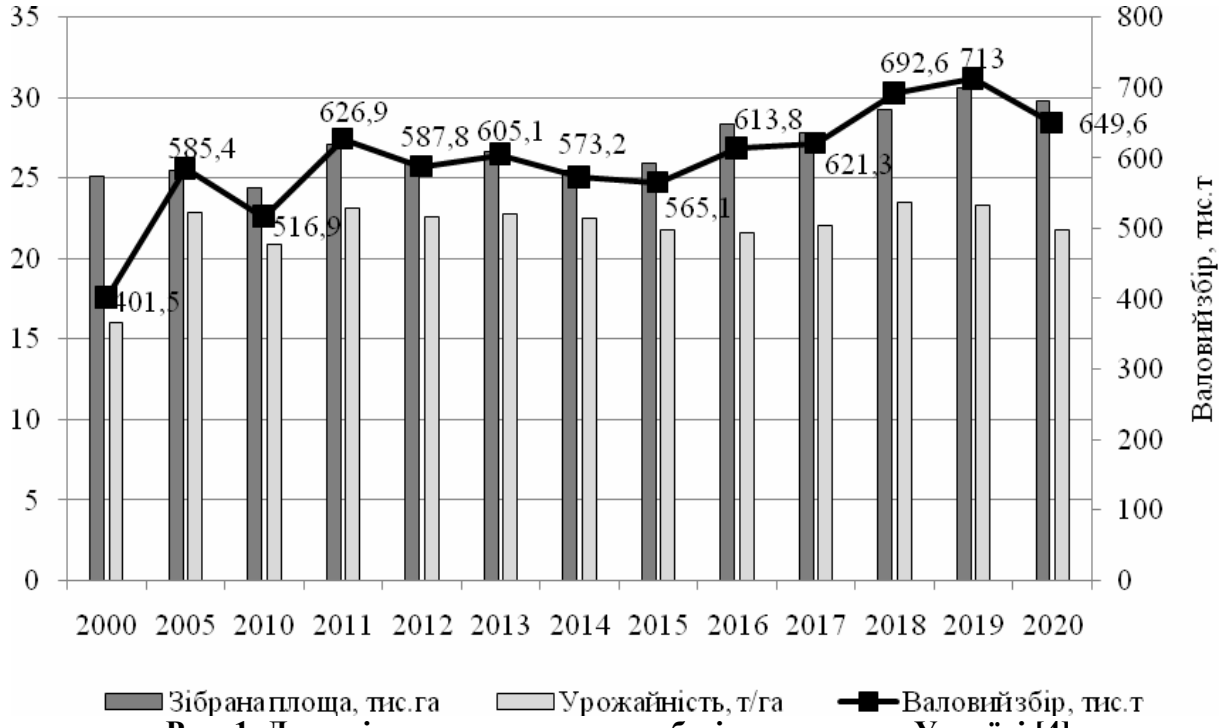

Рис. 1. Динаміка вирощування гарбузів столових в Україні [4]

В Україні найбільше гарбуза вирощується в Донецькій, Дніпропетровській, Полтавській, Одеській, Харківській, Запорізькій і Київській областях. Основні напрями експорту гарбузового насіння – Європа й країни Середнього Сходу.

Повчальним прикладом вирощування гарбузів може слугувати досвід сімейного фермерського господарства Наталії Чуб із села Запілля Любомльської громади, що на Волині, вже кілька років спеціалізується на вирощуванні гарбузів. Вивчивши попит на

насіння гарбузів та ознайомившись із ринковою кон'юнктурою на ринку гарбузів сім'я вирішила розширити землеволодіння. Наталя Чуб розповіла: "Думка вийти зі своїх городів на ширші простори визрівала давно. А наважилися зареєструватися як юридична особа три роки тому". Нині сімейне фермерське господарство Наталії Чуб обробляє 40 гектарів. Мають власний трактор, якого чоловік Наталії модернізував, оснастивши агрегатом для збирання насіння гарбуза. Чоловік також власноруч виготовив обладнання для просушування зібраного врожаю.

Родина застосовує сівозміну, щоб не виснажувати землю. Окрім гарбузів, фермери вирощують зернові.

За час ведення сімейного бізнесу, вдавалися до різних експериментів. Свого часу вирощували розторопшу – лікарську рослину, що використовується для лікування печінки. Однак, попит на неї не стабільний. Тож, не знайшовши замовників, фермери змушені були просто переорати посів.

«Розрахувати собівартість свіжого насіння гарбуза все ще складно, – говорить Наталія, – Я не впевнена, скільки кілограмів насіння я зберу в сезоні». З одного боку, сімейна ферма намагається виробити якнайбільше продукції, щоб утримувати низьку собівартість, з іншого боку, – повинна знайти достатньо каналів збуту. Просування насіння гарбуза на ринок, вважає керівник сімейного фермерського господарства, є великим викликом.

Таким чином, найважливішою умовою формування ринку є його структурні елементи, яким властиві різноманітність каналів реалізації, форм купівлі-продажу, посередників та покупців, а також розвинена мережа сервісного, науково-інформаційного обслуговування. Саме тому процес формування ринку насіння гарбузів столових слід розглядати як складну інтегровану категорію, із функціональними особливостями щодо виробництва, розподілу, обміну та просування продуктів до кінцевого споживача.

Методичні основи оцінки ринку насіння гарбуза та інфраструктурних елементів повинні включати дослідження динаміки цін на насіння та продукти переробки гарбуза, собівартості продукції, її структури, оцінку асортименту, якості продукції, ставок оподаткування, обсягів виробництва та споживання продукції, фінансових результатів діяльності тощо.

Формування ринку насіння та продуктів переробки гарбуза повинно передбачати задоволення економічних інтересів усіх учасників ринку – від виробників, до експортерів, враховувати насиченість ринку, гарантувати якості і безпечності продукції гарбузів за умови технологічного оновлення виробництв, розвитку логістики, розширення обсягів органічного виробництва.

В якості висновку слід зазначити, що сутність і складові формування та функціонування ринку продукції гарбузів полягають у економічних відносинах, що виникають між підприємствами й організаціями, які виконують функції оптової торгівлі, транспортування, зберігання, комунікаційного зв'язку, стандартизації, сертифікації, цінового моніторингу, інформаційної служби, обслуговування товаровиробників. Тенденції формування характеризуються взаємовідносинами між учасниками аграрного ринку у напрямі кількісного нарощування продукції, розширення асортименту, підвищення її якості і безпечності для споживачів.

Список літератури

1. Основним експортним ринком для українського гарбуза залишаються країни ЄС – Катерина Звєрєва. URL:https://ukrainefood. org/2020/11/ osnovnym- rynkom-dlia-ukrainskoho-harbuza- zalyshaiutsia-krainy-ies-kateryna-zvierieva/.

2. Своя ніша: олійний гарбуз – все краще всередині. URL: https://agravery.com/uk/posts/show/cvoa-nisa-olijnij-garbuz-vse-krase-vseredini.

3. Бойко Л. О. Сучасні тенденції розвитку овочевої галузі в умовах євроінтеграції України. *Агросвіт.*2020. № 6. С. 69–76. doi: 10.32702/2306-6792.2020.6.69.

4. Державнаслужба статистикиУкраїни.URL:http://www. ukrstat.gov. ua/druk/ publicat/kat_u/2020/zb/04/zb_rosl_2019.pdf.

СЕКЦІЯ 11
SECTION 11

ТЕХНІЧНІ НАУКИ
TECHNICAL SCIENCES

UDK 336.71:004.04

Weigang G. O.
Candidate of Engineering Sciences,
Associate Professor Department of Computer Science
Komar K. V.
Senior lecturer Department of Computer systems, networks and cybersecurity
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

THE DECENTRALIZED INTERNET OF THE FUTURE (WEB 3.0) IS THE WAY TO NEW HORIZONS IN THE FINANCIAL AND BANKING SECTOR

The Internet has always been an important aspect of our modern lives. It has revolutionized the way we communicate, work, and play. However, over time, its limitations and vulnerabilities have become known: its centralized nature, corporate control over data, privacy violations, and restrictions on access to digital resources. In this regard, the concept of Web 3.0, the decentralized Internet of the future, is coming to the scene. The development of Web 3.0, thanks to blockchain technology, is paving the way for the rebuilding of the Internet by disrupting the infrastructure around storage, data exchange, financial transactions, etc.

A number of academic papers have been devoted to the study of the possibilities of Web 3.0 technology in the banking and financial sector. Key aspects of decentralized finance (DeFi), such as decentralized exchanges and money markets, and an overview of potential benefits and challenges are discussed by Eva Meyer, Isabell M. Welpe, Philipp Sandner, and other authors [1, 2]. Scientists are rapidly moving towards the development of blockchain technologies for banking and financial settlements [3, 4, 5]. The development of domestic achievements is reflected in a number of works [6, 7].

The modern Internet faces a number of challenges and limitations, such as centralization of power in the hands of large technology corporations, low user privacy, vulnerability to cyberattacks, and restrictions on access to digital resources. Web 3.0 is emerging as a response to these challenges, offering a decentralized approach to the Internet that gives more control, privacy, and security to us.

Web 3.0 seeks to direct technology to provide a space on the Internet where users are more empowered, where they can control their data and interact in a secure and transparent environment [8]. The decentralized Internet, or Web 3.0, is characterized by the absence of centralized authorities that control access to information and resources. Unlike the traditional Internet, where large corporations and centralized platforms have enormous power over user data, Web 3.0 is based on the principles of decentralization, consensus, and blockchain technology. Web 3.0 is a type of Internet that uses decentralized networks such as Ethereum and Bitcoin [9].

One of the key features of Web 3.0 is the shift from centralized platforms and services to decentralized networks. Instead of data being stored on centralized servers, it is distributed across the entire blockchain network or other distributed technologies, which provides a greater degree of security and reliability.

A comparative analysis of Web 2.0 and Web 3.0 shows the advantages of one technology over the other (Table 1).

Table 1

Comparison of the basic aspects in Web 2.0 and Web 3.0

Web 2.0	Web 3.0
The rise of Web 2.0 is largely driven by three main levels of innovation: mobile, social, and cloud.	Web 3.0 is based on decentralized data networks and artificial intelligence.
The payment service may decide to prohibit payment for certain types of services.	Web 3.0 payment applications don't require personal data and can't interfere with payments.
Social networks can censor any account or post.	Since control is decentralized, posts are not censored.
Servers for gig economy applications can fail and affect employees' income.	Web 3.0 servers cannot fail - they use Ethereum, a decentralized network of 1000 computers, as the backend.

Resources [1, 6, 7, 9]

It is worth noting that the capabilities of Web 3.0 technology have been widely used in the banking and financial sectors. Traditionally, the financial and banking sectors have been highly

centralized. Banks, financial institutions, and regulators had great influence and control over cash flows and customer data. However, the decentralized Internet is changing this paradigm.

The use of decentralized finance (DeFi) is one of the most important innovations brought by Web 3.0 technology. They make it possible to bypass traditional financial intermediaries, such as banks, and interact directly with financial services using blockchain technologies.

Blockchain technologies and distributed computing are enabling the transition to decentralized financial systems. This means that control over finances and personal data is transferred back to users. People can manage their assets without intermediaries and have access to financial services even in regions where traditional banks are not present.

With the increasing popularity of cryptocurrencies, digital currencies such as Bitcoin and Ethereum have become important elements of the global financial system. Web 3.0 is expanding their use and enabling the creation of stable cryptocurrencies that are linked to real assets.

Web 3.0 also offers tools for creating intelligent smart contracts that automate financial transactions. They allow you to automate financial transactions such as loans, insurance, and decentralized funds, which simplifies risk management and optimizes processes.

Thus, decentralized financial services facilitate access to banking and investment opportunities for people in regions with limited access to banking institutions.

Despite its many advantages, Web 3.0 also brings its own challenges and threats. When analyzing the security of financial and banking activities based on decentralized Internet technologies, it can be noted that there may be a possibility of hacking the system through an attack on a distributed Internet network. Another threat is insufficient regulation and control over the use of cryptocurrencies, which can lead to financial fraud. The risk of losing customer data may also arise due to insufficient protection of personal information data. Cryptocurrencies and smart contracts can be subject to cyberattacks and fraud, so it is important to address the regulation and legality of using these technologies.

All these aspects should be taken into account when implementing decentralized solutions in the banking and financial sector, and they require further research and security measures to ensure the effective use of Web 3.0.

Web 3.0 represents an exciting development in the world of finance and banking. It enables new financial models and services that are more accessible and efficient. However, it also brings with it new challenges that need to be addressed and resolved. The development of Web 3.0 is opening up new horizons, and the future of finance promises to be exciting and largely decentralize.

This way, Web3 paves the way for a future in which different people and machines can interact with data, values, and other counterparties without the involvement of third parties. These capabilities are enabled by a peer-to-peer networking underlay. Web 3.0 is transforming the financial and banking industry, making it more accessible, secure, and efficient. It breaks down walls between countries and classes, allowing people from all over the world to access financial services. In doing so, Web 3.0 opens up new horizons for the development of the financial sector and contributes to a more equitable and inclusive economic environment.

References

1. Eva Meyer, Isabell Welpe, Philipp M. Sandner Decentralized Finance—A Systematic Literature Review and Research Directions *ECIS 2022 Research Papers*. 2022. URL: https://aisel.aisnet.org/ecis2022_rp/25

2. Christos A. Makridis, Michael Fröwis, Kiran Sridhar, Rainer Böhme The rise of decentralized cryptocurrency exchanges: Evaluating the role of airdrops and governance tokens *Journal of Corporate Finance*, Volume 79, 2023. URL:https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S092911992300007X)

3. Zhang L, Xie Y, Zheng Y, Xue W, Zheng X, Xu X. The challenges and countermeasures of blockchain in finance and economics. *Syst Res Behav Sci*. 2020. Vol. 37, pp. 691–698. URL:https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs /10.1002/sres.2710.

4. Binghui Wu and Tingting Duan The Application of Blockchain Technology in Financial markets. *Journal of Physics: Conference Series*. 2019. URL:https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1176/4/042094/meta

5. Guo Y., Liang C. Blockchain application and outlook in the banking industry. *Financ Innov* Vol. 2, (24) 2016. URL:https://link. springer.com/article/10.1186/s40854-016-0034-9

6. Коваленко В.В., Кутишенко Р.С. Управління корпоративним бізнесом у банках в умовах цифровізації *Науковий вісник Одеського Національного економічного університету*, Збірник наукових праць № 7–8, 2021. С. 54-61. URL:http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2021/284-285/pdf/%D0%9 D%D0%92%207-8%20(284-285)%202021.pdf#page=54

7. Горбачук В., Сирку А., Сулейманов Сеїт-Бекір Блокчейнові застосування у фінансах *Електронний науково-технічний журнал: Інфраструктура ринку*. Вип. 35. 2019. С. 493-500. URL:http://market-infr.od.ua/journals/2019/35_2019_ukr/79.pdf

8. What is Web3? The future of the internet, a 'marketing buzzword' or something still to be defined? URL: https://www.abc.net.au/news/science/2022-02-11/web3-is-it-the-future-of-the-internet/100810268.

9. Web3: A Decentralized Societal Infrastructure for Identity, Trust, Money, and Data. URL: https://arxiv.org/pdf/2203.00398.pdf.

УДК 629.113

Голенко К. Е.
к.т.н., викладач кафедри трибології, автомобілів та матеріалознавства,
Литвинов О. О.
аспірант кафедри трибології, автомобілів та матеріалознавства,
Хмельницький національний університет,
Фасоля В. О.
аспірант кафедри трибології, автомобілів та матеріалознавства,
Хмельницький національний університет

РЕКУПЕРАЦІЯ ЕНЕРГІЇ В СУЧАСНИХ АВТОМОБІЛЯХ: ДОСЯГНЕННЯ, СТРАТЕГІЇ ТА АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ

Рекуперація енергії стала критично важливим компонентом сучасної автомобільної техніки та спрямована на підвищення загальної ефективності двигунів внутрішнього згоряння (ДВЗ) і електромобілів (ЕМ), оскільки вона дозволяє відновлювати та повторно використовувати енергію, яка інакше була б втрачена під час гальмування та уповільнення [1, 2]. Рекуперативне гальмування є одним із найбільш широко використовуваних методів рекуперації енергії в сучасних автомобілях. Воно працює за принципом перетворення кінетичної енергії в електричну під час сповільнення або гальмування, яка потім може зберігатися в акумуляторі або суперконденсаторі для подальшого використання [3]. Ключова формула для розрахунку енергії, рекуперованої під час рекуперативного гальмування, така:

$$E_{rec} = k\frac{1}{2}mv^2, \quad (1)$$

де: E_{rec} – енергія рекуперації, Дж; m – маса автомобіля, кг; v – швидкість, м/с; k – коефіцієнт типу автомобіля ($k = 0.7 - 0.8$ для електромобілів; $k = 0.5 - 0.6$ – для гібридів; $k < 0.05$ – для авто з ДВЗ).

Ефективність рекуперативного гальмування системи можна розрахувати як:

$$\eta_{RB} = \frac{E_{rec}}{E_{input}}, \quad (2)$$

де: E_{input} – підведена енергія до системи рекуперативного гальмування (енергія, витрачена для забезпечення роботи системи), Дж.

На знос гальмівних колодок електромобілів може впливати кілька факторів, зокрема маса автомобіля, використання рекуперативного гальмування та умови водіння [4]. Знос гальмівних колодок впливає безпосередньо на значення η_{RB} та може бути оцінений за такою формулою:

$$W = \frac{F \cdot D}{\mu \cdot E_{rec}}, \quad (3)$$

де: W – знос гальмівних колодок, мм; F - гальмівна сила, Н; D - відстань, пройдена при гальмуванні, м; μ - коефіцієнт тертя між гальмівними колодками.

Крім рекуперативного гальмування, сучасні транспортні засоби також оснащені системами рекуперації енергії вихлопних газів, особливо в гібридних автомобілях і деяких вдосконалених транспортних засобах з ДВЗ. Ці системи вловлюють відпрацьоване тепло від вихлопних газів двигуна та перетворюють його на корисну механічну або електричну енергію. Ефективність рекуперації енергії вихлопних газів $E_{Exhaust}$ можна розрахувати за такою формулою:

$$E_{Exhaust} = \frac{E_{useful}}{E_{waste}} 100\%, \quad (4)$$

де: E_{useful} та E_{waste} – корисна та втрачена енергія відповідно, Дж. $E_{Exhaust}$ = 10-20% - турбовані двигуни; $E_{Exhaust}$ = 5-8% - термоелектричні генератори; $E_{Exhaust}$ = 10-15% - органічний цикл Ренкіна (ORC).

Щоб зв'язати рекуперацію енергії з аеродинамікою автомобіля, можна ввести формулу, яка враховує силу аеродинамічного опору та ефективність систем рекуперації. Рекуперація енергії в цьому контексті зазвичай включає рекуперативне гальмування або інші системи, які вловлюють енергію під час уповільнення або руху накатом. Формула рекуперації енергії з урахуванням аеродинаміки E_{rec}^{aero} може виглядати так:

$$E_{rec}^{aero} = \frac{1}{2} \cdot C_d \cdot A \cdot \rho \cdot v^3 \cdot d \cdot \eta_{rec}, \quad (5)$$

де: E_{rec}^{aero} – енергія рекуперації за допомогою рекуперативного гальмування, Дж; C_d - коефіцієнт аеродинамічного опору; A - фронтальна частина автомобіля, м^2; ρ - густина повітря, кг/м^3; v - швидкість транспортного засобу, м/с; d - відстань, на якій відбувається рекуперація енергії, м; η_{rec} - ефективність системи рекуперації енергії (виражена десятковим числом, наприклад, 0,80 (80%) ефективності). На потенціал рекуперації енергії впливають аеродинамічні характеристики автомобіля: авто з нижчими коефіцієнтами лобового опору, меншою фронтальною площею матимуть менший аеродинамічний опір і більше можливостей для рекуперації енергії.

Багато сучасних транспортних засобів одночасно враховують показники системи рекуперативного гальмування, рекуперації енергії вихлопних газів та показники аеродинаміки, щоб сформувати оптимальну на той момент програму керування автомобілем. Загальну ефективність комбінованих систем можна розрахувати як:

$$E_{combined} = E_{rec} + E_{Exhaust} + E_{rec}^{aero} \quad (6)$$

Список літератури

1. Georgiev, Petar & Filippis, Giovanni & Gruber, Patrick & Sorniotti, Aldo. (2023). On the Benefits of Active Aerodynamics on Energy Recuperation in Hybrid and Fully Electric Vehicles. Energies. 16. 5843. 10.3390/en16155843.

2. Guo, Hongyan & Zhao, Xu & Liu, Jun & Zhu, Feibai & Chen, Hong & Cao, Dongpu. (2022). Hierarchical coordinated control strategy for regenerative braking energy recuperation with an electrobooster. Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part D: Journal of Automobile Engineering. 095440702211399. 10.1177/09544070221139901.

3. Gelman, Vitaly. (2009). Braking energy recuperation. Vehicular Technology Magazine, IEEE. 4. 82 - 89. 10.1109/MVT.2009.933480.

4. Pashchenko, Dmitry. (2023). Thermochemical Recuperation of the Exhaust Gas Heat in Combined-Cycle Units: Thermodynamic Analysis. Thermal Engineering. 70. 48-54. 10.1134/S0040601523010056.

УДК 004:519.1:519.8

Камінська Ю. О.
студентка
Дацків Н. І.
к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики,
Львівський національний університет імені Івана Франка

ОПТИМІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БЛАГОДІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

У сучасних воєнних реаліях гостро постало питання реалізації військових та гуманітарних перевезень, переформатування і модифікації логістичних систем України, а

також впливу війни на логістичні перевезення. Насамперед, це зумовлено тим, що від вчасного постачання продовольства, медикаментів чи інших необхідних засобів може залежати життя. Волонтерська логістика направлена на планування, організацію і координацію переміщення благодійної допомоги, продовольства, медикаментів та інших необхідних засобів та є альтероцентричною.

Метою логістів найчастіше є мінімізація сумарної довжини маршруту в мережі доріг. Мережу доріг можна представити у вигляді графа з позитивними вагами, де вершини є дорожніми розв'язками, а ребра дорогами, які їх з'єднують. Ваги ребер можуть відповідати протяжності даної ділянки, часу необхідному для її подолання або витратам на перевезення. Орієнтовані ребра можна використовувати для представлення односторонніх вулиць. У такому графі можна ввести характеристику, яка вказує на те, що одні дороги важливіші за інші (наприклад, автомагістралі). Для розв’язку задачі необхідно провести обчислення над графами з метою пошуку найкоротшого шляху між двома вершинами графу або вузлами мережі, з урахуванням ваг ребер або зв'язків між ними.

До найбільш популярних алгоритмів пошуку маршруту в графі можна віднести [3]:

– Алгоритм Дейкстри - знаходить найкоротший шлях від однієї з вершин графа до всіх інших для графів без ребер з негативною вагою.

– Алгоритм Беллмана-Форда - знаходить найкоротші шляхи від однієї вершини графа до всіх інших у зваженому графі.

– Алгоритм пошуку A* - знаходить маршрут з найменшою вартістю від однієї вершини (початкової) до іншої (цільової), використовуючи алгоритм пошуку по першому найкращому збігу на графі.

– Алгоритм Флойда-Уоршелла - знаходить найкоротші шляхи між усіма вершинами зваженого орієнтованого графа.

– Алгоритм Джонсона - знаходить найкоротші шляхи між усіма парами вершин зваженого орієнтованого графа

– Алгоритм Лі (хвильовий алгоритм) - заснований на методі пошуку в ширину. Знаходить шлях між вершинами *s* і *t* графа (*s* не збігається з *t*), що містить мінімальну кількість проміжних вершин (ребер).

– Contraction hierarchies - алгоритм з передобробкою графу для знаходження коротших шляхів і «віртуального» видалення вершин, які можна пропустити при пошуку маршруту.

Результатом дослідження є створення веб-застосунку, що дозволить оптимізувати транспортні витрати та довжини маршрутів для Благодійних організацій, візуалізацію якого представлено на рисунку 1.

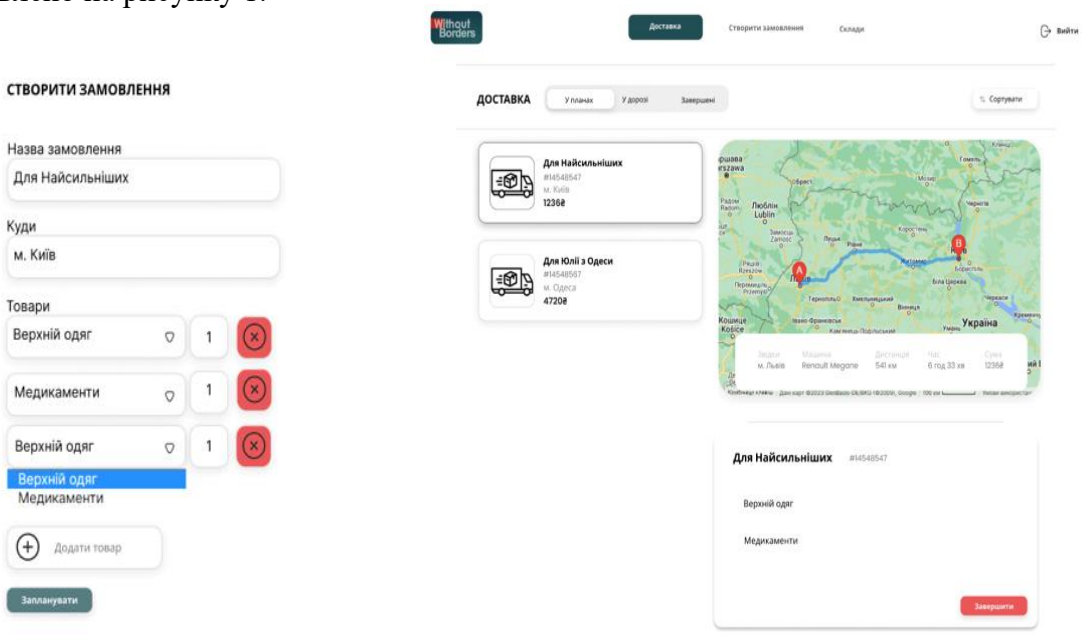

Рис. 1. Візуалізація веб-застосунку оптимізації логістики

До основних технічних характеристик розробки можна віднести можливість отримування інформації про наявний товар на складах, замовлення і формування необхідного замовлення, обрання найдешевшого та найкоротшого варіанту перевезення. Реалізацію задачі пошуку оптимального маршруту було здійснено за допомогою мови програмування Python. Перевагами використання Python є наявність багатьох готових бібліотек для роботи з графами та алгоритмами, включаючи алгоритм Дейкстри, що спрощує його реалізацію та оптимізовую його продуктивність, а також, простота інтегрування з іншими мовами програмування та системами, що дозволить розширити можливості програми.

Список літератури

1. Дослідження «Благодійність у часи війни» від zagoriy foundation - zagoriy foundation. Zagoriy Foundation. URL: https://zagoriy.foundation/doslidzhennya- blagodijnist-u-chasi-vijni-vid-zagoriy-foundation/ (дата звернення: 28.07.2023).
2. Нікольський Ю.В., Пасічник В.В., Щербина Ю. М. Дискретна математика : навчальний посібник. Львів : «Магнолія 2006», 2007. 279 с.
3. Піддубна Л. В. Дослідження транспортно-логістичної задачі планування оптимального маршруту за алгоритмом Дейкстри : навчальний посібник. Харків : НТУ "ХПІ", 2014. 140 с.
4. Dorit S. Hochabaum Lecture Notes for IEOR 266 Graph Algorithms and Network Flows URL: https://hochbaum.ieor.berkeley.edu/files/ieor266- 2014.pdf (дата звернення : 26.08.2023).

УДК 664.71–11:664.64.016

Ковальова В. П.
к.т.н, старший викладач
Одеський національний технологічний університет
Ковальов М. О.
к.т.н., директор виробництва
ТОВ «Компанія «Укрбакалія»

НЕОБХІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ФЕРМЕНТНИХ ПРЕПАРАТІВ В СУЧАСНІЙ БОРОШНОМЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ

З кожним роком в Україні все загальнішим стає проблема з якістю зерна, а саме з її різноманітністю, яка обумовлена посівним матеріалом, регіоном вирощування пшениці та погодно-кліматичними умовами. Це створює проблеми при переробці зерна пшениці, особливо впливає на стабільність якості борошна [1]. Для вирішення проблеми зі стабільністю якості підприємства борошномельної промисловості практикують внесення безпосередньо в борошно різних інгредієнтів, в основному окисної дії, таких як аскорбінова кислота або ферментні препарати різного принципу дії. Інгредієнти додають у борошно для стандартизації та оптимізації технологічних параметрів. Широкий асортимент ферментних препаратів дає виробникам можливість оптимізувати будь-який тип борошна до відповідності вимогам стандартної якості або виробництво борошна із заданими показниками якості [2, с 16].

На ринку України представлені ферментні препарати різних виробників, але основними виробниками, які користуються попитом і довірою борошномельних і хлібопекарських виробництв є компанії Novozymes і Muehlenchemie.

Пшеничне борошно є продуктом природного походження з різною активністю ферментних препаратів. Вміст альфа-амілази в борошні змінюється від партії до партії. Відхилення в якості, що виникає в результаті зміни умов вирощування і погоди, можна компенсувати внесенням безпосередньо в борошно грибкової альфа-амілази на етапі технологічного процесу. Таке рішення дозволяє встановити наступні технологічні переваги: підвищення якості борошна за рахунок розщеплення крохмалю; інтенсифікація

газоутворюючої здатності, отже, збільшення об'єму готових виробів; покращення кольору скоринки та аромату за рахунок ефекту реакції Майяра [3, с 284] .

Ферментний препарат ксиланаза (також відомий як геміцелюлаза або пентозани) впливає одночасно як на арабіноксилан, так і на крохмаль пшеничного борошна. Активність даного ферменту проявляється ще на етапі замісу тіста, він розщеплює крохмаль та арабіноксилан, підвищує якість тіста за рахунок посилення клейковиного каркасу та покращення газоутворюючої здатності. Арабіноксилан, класифікований як некрохмальні полісахариди, разом із білками відіграє ключову роль процесі утворення стінок клітин, що оточують гранули крохмалю. Арабіноксилан становить 60-70% від стінок клітин ендосперму, що дає концентрацію вмісту в пшеничній борошні на рівні 2-3%.

При проведенні досліджень з внесенням в пшеничне борошно, яке відповідає вимогам галузевого стандарту, але за силою є слабким, мінімального дозування альфа-амілази, об'єм хліба збільшився в 1,2 рази. Це свідчить про те, що навіть в такій невеликій кількості ферментний препарат збільшує амілолітичну активність борошна. Подальше збільшення дозування призводить до поступового підвищення об'єму ще на 20-30 % для кожного дозування. Разом зі збільшенням об'єму змінюються і фізичні властивості хліба: підвищується його пористість на 8-10 % і збільшується розмір пор. Однак при збільшенні дозуванні ферментного препарату в 3 рази, погіршуються органолептичні показники хліба, спостерігається горбиста поверхня скоринки і нерівномірна пористість з великими порами.

Список літератури

1. Black sea wheat sep '22 futures interactive chart – barchart.com. Barchart.com. URL: https://www.barchart.com/futures/quotes/KFU22/interactive-chart.

2. Kaprelyants, L., Yegorova, A., Trufkati, L., & Pozhitkova, L. Функціональні продукти харчування: перспективи в Україні. *Food Science and Technology*. 2019. № 13(2). С. 15-23.

3. Жигунов Д. О., Ковальова В. П. Підвищення хлібопекарської якості пшеничного борошна. *Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі*. 2018. Вип. 1(27). С. 280-291.

УДК 519.86

Лях І. М.
к.т.н., доцент,
доцент кафедри інформатики та фізико-математичних дисциплін,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
Поліщук І. В.
асистент кафедри програмного забезпечення систем,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»
Гайович І. В.
магістр кафедри інформатики та фізико-математичних дисциплін,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ БЕЗПЕКИ ФІНАНСУВАННЯ ПРОЕКТІВ РІЗНОГО ПОХОДЖЕННЯ

На сучасному етапі розвитку людства все більше існує прагнення управління процесами у навколишньому світі. Інструменти аналізу великих масивів даних, вже сьогодні дозволяють отримувати нові, якісні знання із різної інформації. Кількість даних стрімко зростає у всіх сферах, з ними виникає необхідність опрацювання, що зводиться до отримання знань, на основі яких приймаються подальші рішення. Такі технології роблять життя комфортнішим, розумнішим, безпечнішим.

Фінансування проектів будь-якої природи (стартап проекту чи класичного інвестиційного) – це ризикова діяльність. В залежності від походження проекту існують різні варіанти його фінансування, наприклад: бізнес ангели, венчурні та інвестиційні фонди, банки. Кожна із даних установ має власну політику керування ризиками щодо безпеки

фінансування проектів [1]. Але всіх їх об'єднує одне, щоб профінансований проект був успішний та виконав свої зобов'язання. Рівень безпеки фінансування проектів залежить від різних факторів, які потрібно аналізувати та враховувати. Крім того, для адекватного прийняття рішення потрібно враховувати інтуїтивні знання спеціалістів проектної діяльності. Врахування та поєднання факторів та думок спеціалістів не можливо в ручному режимі. У зв'язку з цим постає складна та актуальна задача оцінювання проектів різного походження, для підвищення безпеки їх фінансування, використовуючи моделі та засоби систем підтримки прийняття рішень [2].

Пропонується модель розв'язання задачі оцінювання проектів різного походження для визначення серед них найперспективніших для інвестування. Складність такої задачі полягає у тому, що кожний окремо проект реалізується різними суб'єктами, має різні перспективності та можливості, а також має, як спільну так і власну множину критеріїв для оцінювання.

В даній задачі проекти різного походження будуть розглядатися, як неоднорідні альтернативи, які є різні по своїй природі і які не можна оцінити по спільній множині критеріїв. Множину неоднорідних альтернатив можна розділити на групи за деякими спільними ознаками, які можна оцінити за допомогою відповідних множин критеріїв. Кожну групу альтернатив разом із своїми критеріями називаються відповідною «категорією альтернатив» [1].

В залежності від походження комерційні проекти поділяються на три категорії:

A_1 – класичні-інвестиційні проекти під які чітко сформульований бізнес-план, виникають у працюючій на ринку компанії і потребують часткового залучення коштів ззовні;

A_2 – стартап проекти, «ідея», що виникає у компаніях бізнес яких ґрунтується на інноваційних технологіях, такі компанії не вийшли на ринок або щойно почали на нього виходити і мають потребу у залученні зовнішніх ресурсів;

A_3 – інноваційні проекти або стартап проекти, що представляють давно працюючі підприємства на ринку.

Всі альтернативні проекти оцінюються по спільній множині критеріїв ефективності $\{K_1, K_2, \dots, K_{p-1}\}$, а кожну категорію альтернатив у свою чергу будемо оцінювати по власній множині критеріїв $K_p = \{K_1, K_2, \dots, K_{m_i}\}$. Задачу вибору можна сформулювати наступним чином: побудувати ранжувальний ряд і вибрати найкращу альтернативу із множини *X*, коли відомі на цій множині оцінки критеріїв.

Для розробки інформаційної системи оцінювання та виведення рівня безпеки фінансування проектів різного походження потрібно: дослідити математичну модель [1]; розробити покроковий алгоритм математичної моделі; сформувати інформаційну модель вхідних даних.

Програмна підтримка інформаційної системи оцінювання та виведення рівня безпеки фінансування проектів різного походження буде корисним інструментом для проектних аналітиків, в рамках запобігання неефективного фінансування проектів та підвищення економічної безпеки всіх учасників даної проектної діяльності.

Список літератури

1. Polishchuk V. Technology to Improve the Safety of Choosing Alternatives by Groups of Goals/ V. Polishchuk// *Journal of Automation and Information Sciences*. New York. 2019. Volume 51. Issue 9. 66-76. DOI: 10.1615/JAutomatInfScien.v51.i9.60

2. Kelemen M., Gavurova B., Polishchuk V. A Complex Hybrid Model for Evaluating Projects to Improve the Sustainability and Health of Regions and Cities. *Int. J. Environ. Res. Public Health.* 2022. №19. 8217. https://doi.org/10.3390/ijerph19138217

УДК 669.1:537.5

Стечишин М. С.
д.т.н., професор
кафедри галузевого машинобудування та агроінженерії
Хмельницький національний університет
Машовець Н. С.
к.т.н., доцент
кафедри архітектури та містобудування
Хмельницький національний університет
Корінний А. В.
аспірант
кафедри галузевого машинобудування та агроінженерії
Хмельницький національний університет

ПЕРСПЕКТИВИ АЗОТУВАННЯ В ТЛІЮЧОМУ РОЗРЯДІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОРОЗІЙНО-МЕХАНІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ТИТАНОВИХ СПЛАВІВ

Сьогодні, в період швидкого розвитку сучасних технологій загалом, де високі вимоги до надійності і стійкості матеріалів стають все важливішими, вивчення та розвиток нових методів покращення властивостей матеріалів є ключовою задачею для численних галузей промисловості. Досягнення цих цілей можливе завдяки застосуванню сучасних матеріалів і передових технологій для обробки поверхонь і вузлів обладнання, які мають найбільший ризик пошкодження.

Титанові сплави є дуже перспективними матеріалами завдяки своїм унікальним характеристикам, таким як висока міцність при малій густині та добра корозійна стійкість. Титанові сплави широко використовуються в різних галузях промисловості: авіаційна промисловість, нафтова та газова промисловість, морська промисловість, харчова промисловість та медична імплантологія. Проте, однією з основних проблем використання титанових сплавів є їхня відносна схильність до корозії та механічного зносу в агресивних середовищах, особливо при підвищених температурах [1]. У зв'язку з цим, пошук ефективних методів підвищення корозійно-механічної стійкості титанових сплавів стає актуальною задачею для багатьох науковців та інженерів.

Модифікація поверхні титанових сплавів може проводитись різними технологічними методами: термічною обробкою, пластичною деформацією поверхні, хіміко-термічною обробкою при нормальному тиску та у вакуумі, пічним азотуванням та в тліючому розряді, фізичним осадженням в вакуумі (PVD), електроіскровою та лазерною обробкою тощо.

Застосування азотування в тліючому розряді для модифікації поверхні титанових сплавів актуальне, оскільки дозволяє збільшити швидкість азотування в 10…15 разів у порівнянні з традиційним пічним азотуванням, а також скорочує енергетичні, матеріальні та інші ресурси [2].

Титанові сплави володіють високою корозійною стійкістю як до, так і після азотування [3]. У роботі [4] відмічено, що після високотемпературного азотування, корозійна стійкість титанових сплавів, оброблених в середовищі нерозбавленого азоту, вище, ніж сплавів азотованих у суміші азоту з аргоном. Це пояснюється тим, що в першому випадку формується нітридна зона більшої товщини, яка підвищує опір корозії титану [5]. У роботі [6] досліджена корозійна стійкість титанового сплаву Ti-6Al-4V в розчині азотної кислоти після азотування в тліючому при температурах 700^0C та 900^0C у азот-водневому середовищі. Корозійна стійкість шару Ti_2N більша ніж шару TiN. Товщина нітридного шару при 700^0C досягала до 0,5 мкм, а при 900^0C до 6 мкм, причому, за даними рентгеноструктурного аналізу показано, що лише при 900^0C з'являється фаза TiN. Проте, поверхнева нітридна фаза TiN розчиняється з часом в азотній кислоті швидше за Ti_2N.

Для низькотемпературного безводневого азотування в тліючому розряді (БАТР) титанових сплавів використано установку УАТР-1, яка знаходить на базі Подільського

наукового фізико-технологічного центру Хмельницького національного університету. В процесі досліджень технологічні параметри азотування (температура, тиск, тривалість азотування і склад середовища) змінювались в широких межах, а саме: T = 540…700 °С, P = 80…400 Па, час 20…240 хв, вміст аргону в газовій суміші від 0 до 96 %, це дозволяє визначити в подальшому оптимальні режими для прогнозування фазового складу модифікованої поверхні титанових сплавів та оптимізувати технологічні режими в залежності від вимог експлуатації об'єктів модифікацій, тобто керованості формуванням трибологічних систем.

Загалом, підвищення корозійно-механічної стійкості титанових сплавів методом азотування БАТР є перспективним напрямком досліджень в Україні, який може призвести до покращення властивостей титанових сплавів і розширення їхнього застосування в різних галузях промисловості.

Список літератури

1. Погрелюк І. М. Фізико-хімічні основи інтенсифікації процесу азотування титанових сплавів та конструювання зміцнених шарів з підвищеною зносо- та корозійною тривкістю: дис. доктора техн. наук: 05.02.01 / Погрелюк Ірина Миколаївна - Л., 2001. - 320 с.
2. Пастух І. М. Фізико-технічна обробка поверхні металів безводневим азотуванням в тліючому розряді: дис. доктора тех. наук: 05.03.07/ Пастух Ігор Маркович. – К., 2008. – 520 с.
3. Hammood, Ali Sabea, et al. "Corrosion Behavior Evaluation in Simulated Body Fluid of a Modified Ti–6Al–4V Alloy by DC Glow Plasma Nitriding." Journal of Bio- and Tribo-Corrosion, Dec. 2019. Springer Nature.
4. Fernandes A. C. Tribocorrosion behaviour of plasma nitrided and plasma nitrided+oxidised Ti6Al4V alloy / A. C. Fernandes, F. Vaz, E. Ariza [et al.] / Surface & Coatings Technology. – 2006. – V.200. – P. 218–224.
5. Shen, H.; Wang, L. Corrosion resistance and electrical conductivity of plasma nitrided titanium. Int. J. Hydrogen Energy 2021, 46, 11084–11091.
6. Fossati A. Corrosion resistance properties of plasma nitrided Ti–6Al–4V alloy in nitric acid solutions / A. Fossati, F. Borgioli, E. Galvanetto, T. Bacci // Corrosion Science – 2004. – V. 46. – P. 917–927.

УДК 656.13

Шапенко Є. М.
кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри
транспортних систем та безпеки дорожнього руху
Національний транспортний університет
Білоног О. В.
аспірант кафедри
транспортних систем та безпеки дорожнього руху
Національний транспортний університет
Ярошевський В. В.
аспірант кафедри
транспортних систем та безпеки дорожнього руху
Національний транспортний університет

ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ МІСЬКИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Логістика пасажирських перевезень означає управління рухом пасажирів та всіма пов'язаними інформаційними, фінансовими та сервісними процесами, які виникають при переміщенні їх від пункту відправлення до пункту призначення з мінімізацією витрат. Головною метою застосування логістики у системах пасажирського транспорту є

забезпечення надійного рівня якості пасажирських перевезень та підвищення ефективності управління цими перевезеннями [1, с. 100; 2, с. 208].

У системах громадського транспорту існують певні особливості:

1. Економічний суверенітет.
2. Різні цілі та характер функціонування.
3. Різноманітність власності у транспортних підприємств.
4. Відмінності у потужності, концентрації ресурсів та їх використанні.
5. Залежність результатів від зовнішніх факторів та інших ланок логістичної системи.
6. Різна мобільність у логістичному взаємодії [3, с. 39].

Вибір пасажирами логістичного маршруту пересування значно впливає на тривалість та загальну вартість поїздки. Тому кожен маршрут повинен мати визначену часову та вартісну характеристику. Особливо важливою є час невиробничого простою, особливо якщо він перевищує час самої поїздки. Важливо відзначити, що у ранковий період (під час поїздки на роботу, навчання тощо) пасажири зазвичай віддають перевагу маршрутам з мінімальним часом поїздки та середньою вартістю, тоді як у вечірні години (під час повернення додому) їх вибір спрямований на маршрути з середнім часом та мінімальною вартістю [4, с. 567; 5, с. 13].

При проектуванні та створенні логістичних систем пасажирських перевезень важливо дотримуватися таких принципів [2, с. 209]:

1. Принцип системності - розгляд всіх елементів логістичної системи, починаючи від формування попиту на перевезення і закінчуючи задоволенням цього попиту.
2. Принцип ефективності - визначення оптимального рівня обслуговування та шляхів його досягнення з максимальним використанням ресурсів.
3. Принцип відповідності - забезпечення відповідності технічних характеристик транспорту вимогам пасажирів з урахуванням комфортності подорожі.
4. Принцип результативності - оцінка результатів системи з урахуванням зростання доходів і зменшення дотацій.
5. Принцип єдності управління - організація управління транспортним та суміжним обслуговуванням пасажирів в єдиної структурі, що враховує інтереси пасажирів та транспортних підприємств.
6. Принцип інформативності - забезпечення високого рівня інформаційного забезпечення процесів управління та організації перевезень за допомогою сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій.

При створенні та функціонуванні логістичних систем міських автобусних перевезень важливо приділяти увагу дослідженню та прогнозуванню обсягів пасажиропотоків.

Список літератури

1. Крук В.В., Навроцька Т.Д., Хорошун Р.В. Конспект лекцій з дисципліни «Логістика» для студентів всіх форм навчання за спеціальністю 274 «Автомобільний транспорт». Тернопіль, 2016. – 130 с.
2. Коп’як Н.В., Кузьмич В.П. Логістичні підходи в організації приміських автобусних перевезень. Харків, ХАДІ – 2020, 208-209
3. Mulley C., and Nelson J. D. Flexible transport services: A new market opportunity for public transport / Research in Transportation Economics No 25 – 2009, p. 39-45.
4. Лудченко, Я. О. Транспортна політика та управління попитом на послуги міського пасажирського транспорту [Електронний ресурс] / Я. О. Лудченко, І. М. Третьяков // Вісник Національного транспортного університету. — 2012. — Вип. 26, Ч. 1. — С. 567–573.
5. Оцінка еластичності попиту на послуги приміського пасажирського автомобільного транспорту / Т. М. Григорова, Ю. О. Давідіч, В. К. Доля // Технологический аудит и резервы производства. - 2015. - № 3(2). - С. 13-16.

СЕКЦІЯ 12
SECTION 12

ФІЛОСОФСЬКІ НАУКИ
PHILOSOPHICAL SCIENCES

УДК 009:168.522

Афанасьєв О. І.
д.ф.н., професор,
професор кафедри філософії, історії та політології,
Національний університет «Одеська політехніка»

ХУДОЖНИК ЯК ДОСЛІДНИК

Той факт, що художники так чи інакше в тій чи іншій мірі займалися і займаються дослідницькою роботою, мало кого дивує. Дивно те, що вони іноді ставали вченими. Ще дивніше те, що зараз цей феномен стає досить масовим явищем.

Художника як дослідника можна розглядати у двох площинах: дисциплінарному і міждисциплінарному, чи навіть трансдисциплінарному. У дисциплінарному виміру художник виконує професійну роботу, навіть якщо є аматором, тобто малює. У міждисциплінарному виміру він стає на інші професійні рейки, коли організує виставки, блоги, архіви, захищає дисертації, стає науковцем і, головне, досліджує свою мистецьку діяльність чи твори колег вже як науковець, як економіст, менеджер, історик, культуролог тощо. Це ознака сучасності. Тобто, сучасний художник повинен вміти не тільки малювати, але й досліджувати і писати про це. Є навіть приклади того, що художники мають десятки наукових публікацій стосовно лише однієї своєї чи чужої картини.

Трансдисциплінарність проявляється тоді, коли якийсь мистецький проект об'єднує художників і інших професіоналів заради оновлення, скажімо, зруйнованого чи занедбаного міського середовища, де важливою початковою складовою є саме дослідницька робота, перш за все художників. Це відносно нове явище, в сучасному культурному житті, коли мистецькі проекти включають дослідницьку діяльність.

Поки важко сказати, чи це лише мода, чи стала тенденція. Але питань виникає багато. Серед них: чи такі дослідження дійсно і завжди мають наукову цінність, тобто відповідають науковим ідеалам і нормам. Бо іноді результатом дослідження є лише опис технічних параметрів якоїсь мистецької новинки, і невігласи називають це наукою. Спірно також, чи краще художник оцінить свою чи чужу роботу, ніж професійний культуролог чи економіст. Але згаданий феномен художника-дослідника у будь якому разі є цікавим і деякі проекти такого роду мають практичне і наукове значення і гарні перспективи. Звісно, крім ентузіазму це потребує розумних, чесних, освічених, некорумпованих чиновників, гарного фінансування, професійних виконавців. Але шлях осилить лише той, хто йде.

Нове в сучасному мистецтві пов'язано також і з розумінням того, що не лише виставки є реалізацією і демонстрацією творчих здобутків. Йде пошук нових каналів демонстрації своїх творів і платформ зв'язку з глядачами. Це можуть бути блоги, електронні архіви, сайти і інші різноманітні форми і засоби комунікації у соціальних мережах. Зараз художнику нерідко навіть не потрібні майстерні, фарби і інше традиційне обладнання. Він може малювати на смартфоні, а потім, під певний проект відтворити це в журналі для публікації, чи в електронному архіві і на сайті чи у блогу, тобто не обов'язково на живописному полотні для виставки. Так з'являються «хмарні» художники, які накопичують свої твори на інтернетовій хмарі.

Неабияке значення має дослідження впливу художнього доробку на глядача. Скільки часу глядач проводить біля твору, чи залишається в нього лише візуальне відчуття, чи розуміння, як саме він його розуміє? Для цього треба скласти і обробити статистику, знати психологію сприйняття, соціологію опитування та інше. Тобто, художнику часто потрібно дослідити і те, що далеко за рамками художньої творчості. І це може передувати майбутньому твору, чи навпаки, проводитись після завершення і оприлюднення, а дослідження може бути виконано у самих різних дисциплінах: економічних, політичних, технологічних, фізико-хімічних, естетико-філософських тощо. Важко уявити ту сферу, яка буде непотрібною для дослідження в плані подальшого використання в живописному акті.

Таким чином, все більше художників повинні ставати дослідниками і навіть науковцями, що породжує багато різноманітних питань, зокрема, методологічних: наскільки результати таких досліджень відповідають науковим нормам, як поєднати мистецькі і наукові критерії, чи є позитивний зиск від того, що художник займається дослідженням тощо. Очевидно, що феномен художника-дослідника потребує подальшого вивчення.

СЕКЦІЯ 13
SECTION 13

ГЕОГРАФІЧНІ НАУКИ
GEOGRAPHICAL SCIENCES

УДК 338.48

Михайленко Т. І.
к.геогр.н,
доцент кафедри країнознавства та туризму,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Січка А. І.
головний лікар оздоровчого центру «Перлина Лайф»,
бойовий медик 41ОСБ, Східний фронт, Київ

МОЖЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ ДІТЕЙ В УМОВАХ ВІЙНИ НА БАЗІ ЕКО-КОМПЛЕКСУ «ПЕРЛИНИ ДЗВІНКОВОЇ»

Повномасштабна війна в Україні, яка триває з 24 лютого 2022 року зумовлює актуальну потребу у розгляді та пошуці нових можливостей надання послуг реабілітації, лікування, оздоровлення, профілактики та відновлення для різних категорій людей, особливої уваги при цьому потребують діти. Адже діти дуже вразливі, а переживання травматичних подій під час війни може призвести до серйозних психологічних страждань та різних кумулятивних наслідків: порушення сну та харчування, агресії, замкнутості, втрати контролю та ін. Саме потреби у стабілізації емоційного стану, подолання емоційного виснаження та фрустрації, повернення до звичного активного способу життя, налагодження комунікації та взаємодії з однолітками є важливими аспектами у психологічній допомозі дітям.

Одним із перспективних місць Київщини для організації психологічної реабілітації дітей є еко-комплекс «Перлина Дзвінкова», що розташований у 44 км від столиці України у Фастівському районі (Боярська територіальна громада). Природні умови території комплексу сприятливі для лікувально-оздоровчого впливу: м'який клімат (помірно-континентальний із достатнім зволоженням), наявність зелених масивів (обумовлює сприятливий мікроклімат місцевості), наявність річки Ірпінь. Лісові масиви і повітря, в поєднанні з ходьбою, справляють потужний оздоровчий ефект.

Комплекс функціонує цілорічно та має оздоровчий центр «Перлина Лайф», який спеціалізується на діагностиці захворювань, їхній профілактиці та терапії.

Еко-комплекс «Перлина Дзвінкова» має всю необхідну інфраструктуру для маленьких відвідувачів. На його території розташовані 13 двоповерхових котеджів зі всіма зручностями, де можуть розміститися від 4 до 6 осіб у кожному, тобто загальна місткість 52-78 осіб. Територія еко-комплексу надає можливість повноцінного харчування протягом усього часу перебування відвідувачів, адже працює заклад харчування (кафе). У меню закладу представлені страви традиційної української та європейської кухні, основний акцент - на здорове харчування.

Серед додаткових чинників для проведення дозвілля варто відмітити: пляж місцевої водойми, наявність лісових стежок для велопрогулянок та піших прогулянок, риболовля у місцевому ставку, басейн, облаштовані дитяча зона (батут, дитячий майданчик) та зони для гри у настільний теніс та бадмінтон, кінні прогулянки [1].

Влітку 2023 року за участі Міжнародної Асоціації Благодійних Організацій у співпраці з еко-комплексом «Перлина Дзвінкова», дитячим табором «Questy Camp», дипломованими психологами України, представниками ювенальної поліції, еко-парком Ясногородка, Кінним клубом «Клондайк» була започаткована ініціатива щодо психологічної реабілітації дітей. Проєкт орієнтований на дітей віком 8-14 років, які зазнали впливу війни [2]. За серпень 2023 року була надана психологічна допомога та реабілітація 40 дітям. Основою розміщення, 4-разового харчування та психологічно-розважальної реабілітації слугував еко-комплекс «Перлина Дзвінкова». За частину психологічної реабілітації відповідала команда

досвідчених психологів, під наглядом яких також проходили різноманітні активності, майстер-класи, навчання, ігри.

Таким чином, еко-комплекс «Перлина Дзвінкова» з наявною інфраструктурою, функціонуючим оздоровчим центром та сприятливими природно-кліматичними умовами виступає осередком для надання психологічно-розважальних та оздоровчих послуг Київської області для дітей під час війни.

Список літератури

1. Еко-комплекс "Перлина Дзвінкова" [сайт]. URL: https://perlyna-otdyh.com.ua/uk/
2. Міжнародна Асоціація Благодійних Організацій [сайт]. URL: http://www.poryatunok.com/

СЕКЦІЯ 14
SECTION 14

ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ
PHYSICAL AND MATHEMATICAL SCIENCES

Козеренко С. І.
кандидат педагогічних наук, доцент
Національний педагогічний університет
імені М. П. Драгоманова
Козеренко О. К.
вчитель фізики
Київського військового ліцею ім. І. Богуна

ЗВ'ЯЗОК ФІЗИКИ ТА РАДІОЕЛЕКТРОНІКИ З КУРСОМ ФІЗИКО-ТЕХНІЧНИХ НАУК

Виходячи з національної стратегії розвитку освіти Ключовими напрямами державної освітньої політики мають стати: модернізація структури, змісту й організації освіти на засадах компетентнісного підходу, переорієнтація змісту освіти на цілі сталого розвитку держави. мовлена необхідністю кардинальних змін, спрямованих на підвищення якості і конкурентоспроможності освіти, вирішення стратегічних завдань, що стоять перед національною системою освіти в нових економічних і соціокультурних умовах, інтеграцією її в європейський і світовий освітній простір.

Виходячи з огляду на визначені пріоритети найважливішим для держави є виховання людини інноваційного типу мислення та культури, проектування акмеологічного освітнього простору з урахуванням інноваційного розвитку освіти, запитів особистості, потреб суспільства і держави.

Модернізація структури, змісту й організації освіти на засадах компетентнісного підходу, переорієнтації змісту освіти на цілі сталого розвитку держави.

Пошук шляхів розв'язання проблеми удосконалення змісту освіти і системи навчання безпосередньо пов'язаний з досягненнями фундаментальних і прикладних наук, якими є, зокрема, фізика і радіоелектроніка.

Радіоелектроніка є інтегрованим курсом фізико-технічних наук, тобто такою галуззю науки і техніки, яка тісно поєднує технічні дисципліни з фізикою, є прикладом закономірного контакту техніки зусіма розділами фізики. Адже, по суті, закономірності, що вивчаються у радіоелектроніці, обов'язково опираються на закони і закономірності електродинаміки, електроніки і електронної оптики, квантової фізики тощо.

Сучасна радіоелектроніка є транс галузевою наукою, рамки якої охоплюють, зокрема,електроніку, радіотехніку і електронні системи у автоматиці і обчислювальній техніці.

Для вчителів фізики навчальні курси радіоелектроніки, радіотехніки, основ автоматики і обчислювальної техніки є фактично продовженням вивчення курсу загальної фізики у її прикладному сенсі, що сприяє усвідомленому аналізу фізичних процесів, закономірностей і законів природи, які вивчаються у окремих розділах загальної фізики.

Практична цінність вивчення радіоелектроніки учнями загальноосвітніх шкіл, ліцеїстами військових закладів та студентами педагогічних вузів полягає у тому, що це: дає можливість глибше зрозуміти фундаментальні закономірності фізики за рахунок усвідомленого бачення природних процесів; сприяє усвідомленню фізичних законів; забезпечує політехнічну підготовку випускників шкіл, ліцеїстів військових закладів та майбутніх вчителів фізики для подальшого навчання та вибору професії.

Крім того, у середніх загальноосвітніх, військових ліцеях та вищих педагогічних навчальних закладах радіоелектроніка не повинна розглядатися як вузька супутня навчальна дисципліна у політехнічній та фаховій підготовці, оскільки є основою передових технологій у військовій справі та виробництві, засобом росту економічного потенціалу держави.

Сучасний розвиток системи освіти вимагає якісної переорієнтації вивчення радіоелектроніки, виявлення і аналізу тенденцій цього розвитку та акомодації до закономірних перетворень.

Вивчення радіоелектроніки у школах та військових ліцеях поглиблює знання з фізики і розширює політехнічну підготовку учнів та ліцеїстів, сприяє їх адаптації до сучасних соціально-виробничих відносин. Теоретична основа і практична діяльність (експериментальні, творчо-наукові роботи МАН) становлять взаємозв'язану сукупність елементів змісту навчання, експериментальних методів, форм і засобів навчання, спрямованих на інтенсифікацію навчального процесу.

Переорієнтація методики теоретичного вивчення радіоелектроніки та техніки навчального експерименту, удосконалення контролю знань та самостійної пізнавальної діяльності від підтримуючого навчання до творчо-діалогового експериментально-пошукового і дієво-особистісного; вивчення, удосконалення, виготовлення приладів і навчальних модулів для створення фізичних основ радіоелектроніки у школі, ліцеї і вузі, як засобів лабораторного практикуму і навчального демонстраційного експерименту.

Вивчення радіоелектроніки у школі, військовому ліцеї та в педагогічному вузі є багатогранною за формою і носить подвійний зміст. З одного боку, радіоелектроніка сприяє наочному реальному представленню фізичних законів у фізико-технічних процесах в цілому, що покращує розуміння фундаментальних наук і збагачує процес пізнання. З іншого боку, радіоелектроніка є ефективним і науково важливим елементом освіти як експериментальна база і засіб політехнічної підготовки студентів (учнів, ліцеїстів).

Фізичні знання дають можливість глибше зрозуміти принципи роботи вузлів і блоків, які наявні у радіотехнічних пристроях військової техніки і системах. В той же час, наочне застосування абстрагованих фізичних закономірностей, понять і процесів, що проявляються на практиці у реальних технічних системах, доповнює і систематизує набуті знання з фізики, формуючи тим самим світоглядний і фаховий рівень спеціалістів. Органічне поєднання знань, набутих при вивченні різних предметів, та глибоке розуміння існуючих між ними зв'язків допомагає учням та ліцеїстамусвідомити фундаментальні закони природи.

Список літератури

1. Проект Концепція Розвитку Освіти України на період 2015-2025.

2. Касперський А.В., Козеренко С.І., Богданов І.Т. Електронні основи автоматики і обчислювальної техніки. Навчальний посібник. НПУ ім. М.П. Драгоманова.2008. 124 с.

СЕКЦІЯ 15
SECTION 15

КУЛЬТУРОЛОГІЯ
CULTUROLOGY

Сільченко Т. І.
заслужена артистка України, доцент,
кафедра мистецтва театру ляльок,
Київський національний університет
театру, кіно і телебачення
імені І. К. Карпенка-Карого
ORCID: 0000-0003-3924-1410

ВИРАЗНІСТЬ ПЛАСТИКИ РУК В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

Пластика рук і жест являється виразним засобом невербальної комунікації, що несе особливий зміст інформує глядача та викликає його емоцію на підсвідомому рівні. На основі переживання формується світогляд людини, створені зорові образи, які вона бачить. Демонстрація на сцені виразних жестів за допомогою пластики рук – різновид візуального театру, адже йому не треба продукувати ілюзії реальності, його варто тільки відчувати. «Призваний вирішувати безліч, комунікативних передусім, завдань візуальний театр став точним дзеркалом, діагностичним інструментом всіх глибинних, ментальних сказати б механізмів, які рухають суспільства<…>у традиції демократії» [1, с.92].

Сучасний Інтернет переповнено образами, що складають основу соціального та культурного простору людини, а запам'ятовані візуальні об'єкти породжують асоціації. Візуальний контент охоплює майже всі форми художнього вираження, але візуалізація залишається основною мовою. Акцент на візуалізацію розповсюджений тренд не тільки в сценічно-театральному мистецтві, а й у сучасному інформаційному просторі соціальних мереж Instagram, TikTok, Facebook, You Tube тощо, які мають суттєвий вплив на емоційне життя людей. В соцмережах існує велика кількість фото та відео, де демонструються ролики з пластикою рук. Руки – «інструмент», доступний кожному, тому багато користувачів намагаються фізично повторити те, що бачать, та поділитися зробленим. Крім того, існує багато змагань, викликів (challenges), таких як танцювальні рухи рук, відтворення рухів пальців під музику тощо. Для висловлення подяки чи поваги до людини стає популярним надсилання серця, зробленого за допомогою рук. Нині в соціальних мережах розповсюджено 45 різновидів сердець, зроблених пальцями рук [6].

Відеоролики хореографа Sadeck Waff, які спеціалізуються на танцювальних рухах руками, стають все більш популярними в Інтернеті. У 2021 році в рамках церемонії закриття Паралімпійських ігор у Токіо французький танцюрист і хореограф показує захоплюючий виступ, поставлений руками виконавців. Для створення «ручного балету» Sadeck Waff організовує 126 акторів-професіоналів та аматорів, які можуть пересуватися тільки в інвалідних візках. Синхронні та чіткі рухи акторів справляють на глядачів неабияке враження. Шоу починається з появи на сцені 12-річного Oxandre Peck, він отримує біонічну руку, надруковану на 3D принтері. Підліток стає першою людиною у Франції, яка отримує таку кінцівку. Танцювальний номер завершується зробленою з рук цифри «2024» - дата проведення наступних Паралімпійських ігор у Франції [3].

Втіленню однієї з перших робіт Sadeck Waff - «Murmuration Dentelle» передувало спостереження хореографа за «повітряним балетом» шпаків. Її назва походить від рухів, «який позначає вражаюче явище зграй шпаків, які описують фігури в небі, щоб захиститися від хижаків<…>Магія всюди, це вміння дивитися, вміти бачити і слухати в тиші. Подібно

до зграї птахів, що утворюють хвилі в небі, кожна особина має свою особистість, але незмінне місце в цілому» [5]. Щоб реалізувати цей «балет рук», режисер запрошує 64 танцюристи і розміщує їх над дзеркалами, які відображують та повторюють їх рухи. Відображення в дзеркалах додають додаткового виміру і розширюють образ. В доробку хореографа номери з пластикою рук «Some Minds», «Ecepta – Drowning», «Mercedes-Benz», «Tu aime la geometry?» тощо [2].

Ще одна зірка соцмереж – італійська креативна танцювальна група «Urban Theory» з шести виконавців створює танцювальні фігури за допомогою рук, кистей і пальців. Використовуючи костюми, маски та реквізит, що світяться в темряві, група приголомшує глядача світу своїми оптичними ілюзіями зі складними, синхронізованими рухами під музичний супровід. В їх доробку популярні відео роботи: «Femme fatale», «We are», «The Shape of Music», «Best of TikTok 2020», «Simone Savogin» тощо [4].

В основі виразної пластики рук лежить віртуозна ансамблева техніка рук, з якої і складаються візуальні образи, тому цей прийом вельми популярний в інформаційному просторі інтернету.

Список літератури

1. Коваленко О. М. Методологія режисури: генеза індивідуального художнього стилю митця XX – початку XXI століття (школи й напрями). 2021. 136 с. URL: https://kurbas.org.ua/nauka/kovalenko_finalniy_zvit_2019-2021.pdf
2. Sadeckwaff. Офіційна сторінка Sadeck Berrabah. URL: https://www.instagram.com/sadeckwaff/?igshid=MmU2YjMzNjRlOQ%3D%3D
3. Sadeck Waff. URL: https://www.youtube.com/@sadeckwaff9382
4. Urban Theory. Perspective matters. Офіційний канал. URL: https://www.youtube.com/@urbantheory_/channels
5. 20 minutes. La chorégraphie qui reproduit le vol des oiseaux. 13 avril 2021. URL: https://www.20min.ch/fr/story/la-choregraphie-qui-reproduit-le-vol-des-oiseaux-917489409990
6. 45 different ways of making hearts with your by K.E.N-Digit. 2023. URL: https://www.instagram.com/p/Cw3DBQYu-cc/?img_index=5

СЕКЦІЯ 16
SECTION 16

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА СПОРТ
PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS

УДК 796.012.3

Гулько Т. Ю.
старший викладач кафедри фізичної культури та спорту,
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ПРЕВЕНТИВНЕ ВИХОВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 017 «ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ»

Поняття «превентивне виховання» трактується як «система підготовчих та профілактичних дій, спрямованих на запобігання формуванню в молоді шкідливих звичок, негативних рис характеру, проявам асоціальної поведінки, та організацію належного догляду за її діяльністю [1, с. 209].

Превентивне виховання здобувачів вищої освіти виконує такі функції:

1) *діагностично-прогностична*, що передбачає аналітичну роботу по з'ясуванню причин і умов відхилень у поведінці студентів; у передбаченні тенденцій її розвитку; у виявленні шляхів і способів превентивного втручання в соціальний розвиток особистості;

2) *корекційно-реабілітаційна,* тобто організацію виховного процесу в реальних умовах соціалізації студентів, формування у них здорового способу життя на рівні знань, емоцій, поведінки, використання оптимальної коригувальної допомоги, перевиховання та подолання негативних проявів у поведінці, мотивацію на здоровий спосіб життя;

3) *освітньо-консультативна,* що уможливлює використання сучасних інформаційних і здоров'язбережувальних технологій з метою надання оптимальної освітньої та консультативної інформації; попередження і нейтралізацію надмірної інформації про види і форми негативних наслідків шкідливих звичок;

4) *організаційно-методична*, що включає опрацювання і реалізацію міжгалузевих науково-дослідницьких проєктів із проблем превентивного виховання; дослідження соціально-гігієнічних та медико-біологічних чинників розвитку схильності студентів до неадекватної поведінки та розробку заходів щодо її профілактики;

5) *інтнегративно-просвітницька*, що передбачає збір, аналіз, адаптацію узагальнення та впровадження вітчизняного й зарубіжного досвіду превентивної практики, інтеграцію у світовий превентивний процес роботи з молоддю.

Превентивне виховання включає [2, с. 222]:

- раннє, або первинне, превентивне виховання (соціально-педагогічна профілактика);
- вторинне превентивне виховання (превентивна допомога і корекція);
- третинне превентивне виховання (адаптація, реабілітація і ресоціалізація).

Одним із видів превентивної роботи зі здобувачами вищої освіти є соціально-педагогічна профілактика, спрямована на проведення освітньо-профілактичних заходів впливу на особистість з метою попередження виникнення різних видів небезпечної поведінки на ранніх стадіях відхилень. Вона ґрунтується на якісній педагогічній діяльності, мета якої – своєчасне виявлення та виправлення несприятливих інформаційних, педагогічних, психологічних, організаційних та інших чинників, що зумовлюють відхилення у психологічному та соціальному розвитку студентів, у їхній поведінці, стані здоров'я, способі життя.

Зміст соціально-педагогічної профілактики полягає у формуванні в свідомості студентів знань, умінь, установок та мотивів свідомого вибору соціальних моделей поведінки; підготовці та розповсюдженні превентивної інформації через друковану продукцію, засоби масової інформації, спілкування на рівні міжособистісних стосунків, інші форми соціально-педагогічної роботи.

Саме тому превентивну допомогу та корекцію поведінки здобувачів вищої освіти розглядаємо як вид психолого-педагогічної та медико-соціальної діяльності, що полягає у допомозі окремим групам студентів, що належать до групи ризику. Це передбачає психолого-педагогічний та соціально-терапевтичний вплив на особистість з тим, щоб вона

сама навчилась допомагати собі, розв`язуючи багаточисельні проблеми, що провокують на деструктивну поведінку. На цьому рівні є доцільними:

- реалізація програм превентивного виховання з «групами ризику» із залученням державних, громадських, конфесійних організацій, волонтерів;
- патронажна робота з «групами ризику» по усуненню соціально-психологічних передумов деструктивної поведінки;
- організація різних форм превентивної освіти, проведення дозвілля.

Адаптація, реабілітація та ресоціалізація полягає в реконструкції соціокультурного оточення для різних категорій студентів, допомозі в спілкуванні та навчанні з метою відновлення втрачених соціальних зв'язків або адаптації в соціальній життєдіяльності. Необхідними заходами такої роботи є:

- науково-методичне забезпечення превентивної соціально-терапевтичної роботи у ЗВО;
- педагогічне сприяння організації і розвитку взаємопідтримки серед студентів.

Ефективними формами та методами превентивного виховання студентів є: години спілкування, тренінги, «круглі столи», консультаційні пункти, діяльність органів студентського самоврядування, дні відкритих дверей, відеолекторії, фестивалі соціальної реклами, просвітницькі акції, колективна творча справа, студентські газети тощо.

Список літератури

1. Рибалко ЛМ. Показники здорового способу життя студентської молоді. Вісник ЧНПУ. Сер. Пед. Науки. Фіз. Вих. та Спорт, 2018. – Вип. 154(2). – С. 208-214.
2. Rybalko L. & Yopa T., Hulko T. Education of students based on the principles of sustainable development education. *Modern approaches to ensuring sustainable development* : Collective monograph. Edited by Valentyna Smachylo and Oleksandr Nestorenko, The University of Technology in Katowice Press. – 2023. – P. 220-229.

УДК 796.034.6

Овчаренко С. В.
к.фіз.вих., доцент, доцент кафедри спортивних ігор,
Придніпровська державна академія фізичної культури і спорту,
Яковенко А. В.
к.фіз.вих., доцент, доцент кафедри спортивних ігор,
Придніпровська державна академія фізичної культури і спорту,
Александров С. А.
студент кафедри спортивних ігор,
Придніпровська державна академія фізичної культури і спорту

ПЛАНУВАННЯ ТРЕНУВАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ФУТБОЛІСТІВ У ПІДГОТОВЧОМУ ПЕРІОДІ

Анотація. Дана робота присвячена розробці моделі навчально-тренувального процесу футболістів з урахуванням їх ігрового амплуа в підготовчому періоді.

Ключові слова: підготовчий період, тестування, навантаження, рухомі якості.

Вступ. Тенденції розвитку сучасного футболу викликають необхідність пошуку резервів для підвищення ефективності підготовки спортсменів високого класу. Резерви криються в рішенні цілого ряду організаційних питань і подальшому вдосконаленні методичних принципів побудови тренувального процесу. У системі підготовки кваліфікованих футболістів все більш зростає значущість чинників оптимізації структури тренування [1, 2]. Сьогодні, коли в області футболу накопичився обширний експериментальний матеріал, а практичний досвід отримав ґрунтовне узагальнення, з'явилася можливість подальшої розробки цієї проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Застосування системи контролю у футболі дозволяє тренерам визначати ефективність проведеного періоду підготовки, отримувати інформацію про стан футболістів на тренуваннях, змаганнях і в процесі відновлення і на підставі цього вносити корекції до навчально-тренувального процесу [3].

Не дивлячись на достатню розробленість системи комплексного контролю у футболі, в даний час залишаються серйозні проблеми з інтерпретацією одержаних даних і їх використанням в процесі управління тренуванням футболістів. Аналіз науково-методичної літератури дозволив виявити, що на даний момент існують великі розбіжності з питань оптимального поєднання навантажень різної спрямованості на етапах річного циклу тренування і їх впливі на динаміку окремих фізичних якостей футболістів [4]. Не з'ясовано також питання динаміки рівня фізичної підготовленості футболістів з урахуванням їх ігрової спеціалізації. На підставі цього є неможливим зіставлення початкового стану спортсмена, стану на фоні тренувальних навантажень і необхідного цільового стану. У зв'язку з цим **метою** дослідження є підвищення ефективності управління навчально-тренувальним процесом футболістів в підготовчому періоді з урахуванням їх ігрової спеціалізації.

Для вирішення поставлених завдань використовувалися наступні **методи дослідження**: аналіз і узагальнення літературних даних; педагогічні спостереження; педагогічне тестування з вимірюванням спеціальної витривалості (біг 7х50 м); швидкісних якостей (біг 10м і 50м); стрибучості (стрибок вгору з місця); методи математичної статистики.

На першому етапі дослідження (сезон 2021-2022 р.) проводилося вивчення структури і змісту підготовчого періоду команди “Легіон“ (м. Дніпра), що бере участь у чемпіонаті Дніпропетровської області. На другому етапі експерименту (сезон 2022-2023 р.) проводилася теоретична розробка моделі підготовчого періоду з урахуванням виборчої дії тренувального навантаження на відстаючі ланки в структурі фізичної підготовленості футболістів різного ігрового амплуа. Всього в дослідженні взяли участь 22 футболісти.

Результати досліджень та їх обговорення. Нами був проведений аналіз тренувального процесу команди “Легіон“ під час підготовки до чемпіонаті Дніпропетровської областю. На підставі отриманих даних нами була проведена теоретична розробка і експериментальна перевірка моделей тренувальних програм для підготовчого періоду підготовки, в яких, разом з використанням провідних засобів підготовки, включалися і такі, які були направлені на підвищення рівня відстаючих якостей в структурі фізичної підготовленості гравців різного амплуа (табл.1). При плануванні навантаження був застосований диференційований підхід до гравців різного амплуа. У тренувальному процесі планувалися заняття, в яких футболісти, розділені по амплуа, виконували вправи, направлені на усунення слабких ланок в їх структурі фізичної підготовленості.

Дана модель тренувальної програми передбачала збільшення засобів аеробної і змішаної спрямованості для гравців нападу з метою поліпшення аеробних можливостей організму, що повинне було у свою чергу стимулювати відновлювальні процеси організму після великих ігрових навантажень. Для футболістів захисту і півзахисту включення в тренувальні заняття додаткових вправ анаеробної спрямованості у зв'язку з їх високою інтенсивністю повинне було сприяти досягненню вищого рівня розвитку швидкісний-силових якостей і спеціальної витривалості.

Таблиця 1

Структура тренувальних навантажень команди “Легіон“ на етапах підготовчого періоду в ході педагогічного експерименту

Параметри навантаження	Втя-гуючий етап	Загально підготовчий етап			Спеціально-підготовчий етап			Перед змагаль-ний етап
		зах-ки	півзах-ки	нап-чі	зах-и	півзах-ки	нап-чі	
Кількість трен. днів	14	22	22	22	20	20	20	5
Кількість тренувань	22	37	37	37	35	35	35	7
Об'єм трен. наванта-ження, год	35	60	60	60	43	43	43	10
Спрямованість, %								
- аеробна	54	35	35	40	31	31	36	20
- змішана	26	31	31	35	23	23	33	38
- алактатна	18	18	18	15	26	26	21	28
- гліколітична	2	16	16	10	20	20	10	14

Ефективність розробленої моделі підготовки оцінювалася за наслідками тестувань фізичної підготовленості гравців. Після проведення повторного тестування слід зазначити більш значущий приріст в показниках фізичної підготовленості футболістів всіх амплуа в порівнянні з аналогічним періодом попереднього сезону (таблиця 2).

Таблиця 2

Статистичні характеристики показників рухових якостей футболістів команди "Легіон" залежно від ігрового амплуа в процесі виконання експериментальної програми

Рухомі якості	Тестування	Сезон 2021-2022 р.			Сезон 2022-2023 р.		
		захисники x+m	півзах-ки x+m	нападаючі x+m	захисники x+m	півзах-ки x+m	нападаючі x+m
Стартова швидкість, с	I II	1,85+0,16 1,81+0,07	1,79+0,12 1,84+0,10	1,74+0,15 1,80+0,13	1,83+ 0,03 1,79+0,03	1,86+ 0,06 1,79+0,14	1,87+ 0,08 1,80+0,05
Дистанційна швидкість, с	I II	6,76+0,09 6,66+0,11	6,59+0,17 6,55+0,20	6,57+0,23 6,45+0,20	6,60+0,15 6,59+0,11	6,73+0,11 6,62+0,12	6,67+0,22 6,58+0,12
Стрибучість см	I II	46+3,28 50+4,03	45+2,10 46+3,74	44+3,37 50+2,76	48+2,09 54+2,10	46+3,12 50+2,21	49+3,15 48+2,19
Спец. витривалість, с	I II	66,4+1,57 63,6+0,47	64,3+1,85 64,2+2,18	65,2+1,39 63,5+1,07	65,0+0,17 63,3+0,12	65,3+0,16 62,5+0,22	65,0+0,14 62,9+0,17

Примітка: I – тестування на початку зимнього підготовчого періоду; II - тестування в кінці зимнього підготовчого періоду

Таким чином, застосування на етапах підготовчого періоду диференційованих навантажень з урахуванням ігрової спеціалізації гравців приводить до більш значущого збільшення і вирівнювання рівня фізичної підготовленості у гравців всіх амплуа, що свідчить про ефективність застосування авторської програми.

Висновок. Проведений аналіз сучасного стану з питань фізичної підготовки футболістів показав, що динаміка стану спортсменів в річному циклі керована. Вона абсолютно певним чином залежить від змісту, об'єму і інтенсивності тренувального навантаження. Отже, тренувальний процес повинен будуватися з розрахунком на передбачувану тенденцію (модель) в динаміці рівня фізичної підготовленості гравців. Запропоноване нами поєднання тренувальних навантажень з урахуванням амплуа футболістів, що передбачає підвищення рівня відстаючих рухових якостей, приводить до більш значущого збільшення і вирівнювання рівня фізичної підготовленості у гравців всіх амплуа.

Подальші дослідження необхідно направити на вдосконалення методики планування навчально-тренувального процесу футболістів в змагальному періоді.

Список літератури

1. Овчаренко С., Яковенко А., Матяш В. Вдосконалення методики планування тренувальних навантажень швидкісно-силової спрямованості футболістів у річному циклі підготовки. *Спортивні ігри.* Видання Харківської державної академії фізичної культури, 2022. № 3 (25). С. 113-121.

2. Максименко И.Г. Соревновательная и тренировочная деятельность футболистов: монография. Луганск: Знание, 2009. 258 с.

3. Лисенчук Г., Попов А., Хоменко А. Особливості фізичної підготовки футболістів на сучасному етапі. Теорія і методика фізичного виховання і спорту. К., 2013. № 3. С.17-21.

4. Костюкевич В.М. Теорія і методика спортивної підготовки у запитаннях і відповідях: Навчально-методичний посібник. Вінниця: Планер, 2016. 159 с.

5. Костюкевич В.М. Врублевський Є.П., Вознюк Т.В. [та ін.]. Теоретико-методичні основи контролю у фізичному вихованні та спорті: [монографія]. Вінниця ТОВ «Планер», 2017. 191 с.

СЕКЦІЯ 17
SECTION 17

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
GOVERNMENT MANAGEMENT

УДК 351/354

Бесараб В. А.
магістрант освітньої програми
«Публічне управління та адміністрування»
Сумський національний аграрний університет

ДЕРЖАВНА МОЛОДІЖНА ПОЛІТИКА В УКРАЇНІ

Молодь є найбільш мобільною, динамічно змінюваною та творчою частиною кожного суспільства. Тому вона швидко адаптується до об'єктивних змін, що відбуваються в суспільному житті, підтримує реформи і творчо пристосовується до нових умов життя. Держава постійно турбується про цю частину суспільства і постійно оновлює законодавчу базу, приймає різноманітні програми та підтримує молодіжні ініціативи. Основними напрямами молодіжної політики нашої держави є:

- розвиток і захист інтелектуального потенціалу молоді;
- покращення умов та створення гарантій здобуття молоддю освіти;
- забезпечення зайнятості та правового захисту молоді з урахуванням особистих інтересів молоді та можливостей суспільства;
- створення умов для опанування молоддю духовних і культурних цінностей української нації;
- виховання у молоді національної гордості, патріотизму та готовності захищати суверенітет нашої країни;
- охорона здоров'я молоді, формування потреби в інтелектуальному та фізичному розвитку.

Державна українська молодіжна політика в освітній, суспільно-політичній та економічній сферах, розвитку інтелектуального, культурного та фізичного потенціалу молоді, діяльності молодіжних громадських організацій визначається відповідними законами України[1]. Основи правового регулювання державної молодіжної політики визначаються Конституцією України на основі законів України, указів Президента, постанов і розпоряджень Ради Міністрів, інших нормативно-правових актів. Враховуючи нормативно-правову базу державної молодіжної політики, а також діяльність державних органів, основними завданнями молодіжної політики є: забезпечення правового захисту молоді; соціального захисту молодого покоління; підвищення громадсько-політичної активності молоді; пріоритетність ініціатив громадського життя під час формування та реалізації молодіжної політики [2].

На думку Бородіна Є. сучасний стан сфери державної молодіжної політики можна охарактеризувати як такий, що на жаль не відповідає вимогам стратегічного планування та її розвитку[3]. Документ під назвою «Стратегія розвитку державної молодіжної політики на період до 2020 року» діяв п’ять років і жодним чином не вплинув на процеси, що відбуваються в молодіжній сфері а нововведення, які запроваджує влада та суспільство, не приносять позитивного ефекту. Термін дії цього документа закінчився в 2020 році а на його зміну була прийнята «Національна молодіжна стратегія до 2030 року» [4].

Нова національна молодіжна стратегія передбачає запровадження сучасного підходу до розвитку молоді в Україні з урахуванням важливих аспектів, визначених Цілями сталого розвитку України до 2030 року, молодіжними стратегіями та документами, що регламентують принципи розвитку молодіжної політики в Україні, Раді Європи, Європейському Союзі та повинна зневолювати демографічні, безпекові та економічні виклики.

Необхідно об'єднати діяльність і зусилля держави, усіх верств суспільства, політичних і громадських організацій, підприємств, установ і організацій, що сприяють становленню і розвитку молоді, щоб дивитися на життя молоді як єдине ціле, з урахуванням свого бачення світу.

Наявна сьогодні практика, накопичена за майже три десятиліття, і сучасні інновації потребують подальшої оцінки з точки зору розвитку. Ми повинні вирішити, що залишити в минулому, а що взяти з собою в майбутнє. Базою для подальшого розвитку має стати досвід Європейського Союзу, Ради Європи та деяких зарубіжних країн, які мають досвід розробки та впровадження молодіжних стратегій.

Така увага держави до розвитку молодіжної політики свідчить про великі надії, які суспільство покладає на молодь щодо її розвитку та подальшої інтеграції у світове співтовариство. Підсумовуючи, можна сказати, що державна молодіжна політика в Україні – це визначний напрям державної діяльності, який: реалізується на благо молоді, суспільства та держави; з урахуванням можливостей, економічного, соціального, історико-культурного розвитку України, а також світового досвіду.

Список літератури

1. Потапенко О. Актуальні завдання та напрями державної молодіжної політики України. Молодіжна політика та молодіжна робота : матеріали ІІІ міжрегіональної наук.-практ. конф., 14 грудня 2018 р., м. Дніпро / за заг. ред. Є. І. Бородіна. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2019. С. 45-47.

2. Головатий М. Ф. Державна молодіжна політика як феномен суспільного розвитку і нова парадигма державотворення у країнах перехідного стану. Політичний менеджмент. URL: http: //www.politik.org. ua/vid/magcontent.php3?m=8&n=23&c=258 (дата звернення 10.09.23).

3. Бородін Є. Стратегія розвитку державної молодіжної політики в Україні: досвід, стан та перспективи. Молодіжна політика та молодіжна робота: матеріали ІІІ міжрегіональної наук.-практ. конф., 14 грудня 2018 р., м. Дніпро / за заг. ред. Є. І. Бородіна. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2019. С. 3-8.

4. Про Національну молодіжну стратегію до 2030 року: Указ Президента України від 12 березня 2021 року № 94/2021. URL: (дата звернення 10.09.23).

УДК 328.13

Павлов Є. І.
магістрант освітньої програми
«Публічне управління та адміністрування»
Сумський національний аграрний університет

ДОСТУП ДО ПУБЛІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМІ ВІДКРИТИХ ДАНИХ

Політика доступу до інформації, з особливим акцентом на інформацію про діяльність та рішення офіційних юридичних осіб, поступово трансформувалася від обов'язку заявника доводити актуальність певної інформації до обов'язку органів державної влади активно розкривати наявну інформацію. Збільшення обсягів інформації, що обробляється органами державної влади, зростання суспільного запиту на прозорість та доступність технологій обробки та зберігання інформації створили потребу та можливість отримати доступ до інформації в новій формі – у формі відкритих даних. Відкриті дані - це інформація, яку держава повинна публікувати в машинозчитуваному форматі, доступному для всіх громадян. Форма відкритих даних забезпечує автоматизовану обробку оприлюдненої інформації, вільний і відкритий доступ до неї, можливість вільного поширення та використання керованої інформації. Ці особливості визначають переваги інформації у формі відкритих даних, а саме автоматизована обробка дозволяє створювати інноваційні продукти та послуги, вільний і відкритий доступ дає можливість кожному брати участь в їх

обробці, а свобода використання дозволяє використовувати створені продукти для будь-яких цілей: комерційних, державних чи приватних. Країни-члени ЄС, США та інші провідні країни світу почали активно впроваджувати політику відкритих даних як частину своєї політики електронного уряду.

Державна політика відкритих даних є досить ефективною, про що свідчить позитивна динаміка розвитку відкритих даних: мільйони людей регулярно користуються публічною інформацією у формі відкритих даних, а кількість продуктів і рішень на основі відкритих даних з кожним роком зростає.

Оприлюднення публічної інформації органами державного управління у формі відкритих здійснюється відповідно до положень Закону України «Про доступ до публічної інформації» [102], Закону України «Про захист персональних даних» [45], Закону України «Про інформацію» [37], постанови Кабінету Міністрів України від 21.10.2015 № 835 «Про затвердження Положення про набори даних, які підлягають оприлюдненню у формі відкритих даних» [216], постанови Кабінету Міністрів України від 30.11.2016 № 867 «Деякі питання оприлюднення публічної інформації у формі відкритих даних» від 30.11.2016 №867 [217] та інших нормативно-правових актів.

Основними принципами публікації наборів даних як відкритих є: відкритість за замовчуванням; чистота і ефективність; сумісність і порівнянність; використання та доступність; інклюзивні інновації та розвиток; залучення громадян і краще управління.

Міністерство фінансів України оприлюднює інформацію про бюджети, видатки та міжнародне фінансування через API на веб-сайтах порталів відкритих бюджетів, видатків та проектів МФО. Вони не тільки забезпечують доступ до інформації та її відображення, а й надають інструменти для її збору від адміністраторів (форми для ручного заповнення, модулі для автоматичного збору звітів, тощо). Про силу інструменту свідчить той факт, що деякі Керівники спочатку звітують перед Міністерством фінансів України через інструменти Видаткового порталу, а потім надсилають власні звіти у форматі JSO та публікують їх на Порталі. Розкриття цієї інформації вимагає законодавство про відкриті дані та «Закон про відкритість використання публічних коштів» України;

З метою систематизації роботи з адміністраторами на регіональному рівні та полегшення доступу громадян до відкритих даних Міністерство цифрової трансформації в рамках проекту USAID та Фонду Євразія «Прозорість та підзвітність у державному управлінні та послугах» розробив типове рішення для локального порталу відкритих даних. Міністерство цифрової трансформації надає безкоштовний доступ до порталу відкритих даних містам, які бажають розвивати відкриті дані.

Позитивна динаміка розвитку сфери відкритих даних також посилюється державною політикою у сфері відкритих даних. Основними цілями політики відкритих даних є: забезпечення реалізації права на доступ до інформації, що становить суспільний інтерес, забезпечення прозорості офіційної діяльності, стимулювання інноваційної та економічної діяльності.

Список літератури

1. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13 січня 2011 року №2939-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text (дата звернення 28.09.2023).
2. Про захист персональних даних: Закон України від 01.06.2010 №2297- VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text (дата звернення 28.09.2023).
3. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text (дата звернення 28.09.2023).
4. Про затвердження Положення про набори даних, які підлягають оприлюдненню у формі відкритих даних: постанова Кабінету Міністрів України від 21.10.2015 № 835. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/835- 2015-%D0%BF (дата звернення 28.09.2023).
5. Деякі питання оприлюднення публічної інформації у формі відкритих даних: постанова Кабінету Міністрів України від 30.11.2016 № 867. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/867-2016-%D0%BF (дата звернення 28.09.2023).

СЕКЦІЯ 18
SECTION 18

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ
SOCIAL COMMUNICATION

УДК 17400004

Шоля І. С.
к. філ. н., доцент
кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі
Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ

МОВНІ ТА ЕТИКЕТНІ НОРМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДІЛОВОГО ЛИСТУВАННЯ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У професійній діяльності, в умовах сучасної комунікації електронна пошта – зручний, швидкий, доступний спосіб ведення ділового листування. Електронний діловий лист є одним із найефективніших способів обміну інформацією, здійснення переговорів, підтвердження результатів і протоколів зустрічей для домовленостей тощо [1, с. 140].

За ознаками, нормами та правилами етикету електронний лист подібний до паперового. Для них характерні чітка структурованість (тема листа, привітання, основна частина, підсумок, підпис), уживання типових етикетних формул («*Добрий день», «Моє шанування», «З повагою», «З найкращими побажаннями»*), лаконічність (інформація подана коротко і влучно), грамотність (без орфографічних, граматичних, пунктуаційних помилок) тощо. Проте є ряд відмінностей або доповнень, які зумовлені застосуванням нових технологій та способів передачі інформації. Вирізняльними рисами електронного листа є динамічність, лаконічність, уживання спеціальних форм [2, с. 116].

Для ефективної електронної ділової комунікації потрібно дотримуватися наступних мовних та етикетних норм:

– стисло формулювати тему, яка повинна відображати основну мету, ідею ділового листування. Речення має містити не більше семи слів;

– привітання потрібно почати зі слів *«Доброго ранку», «Добрий день»* (неправильною вважається форма *«Доброго дня»*). Звертання до адресата слід вказувати у кличному відмінку *(«Шановний Петре Петровичу», «Шановна пані Маріє»*);

– у головній частині листа варто зазначити причину його написання, висловити прохання чи пропозицію, проінформувати, пояснити, спонукати до дії. Застосування мовних формул та спеціальних мовних кліше залежить від мети, змісту і призначення листа: *повідомляємо Вас…, інформуємо…, нагадуємо…, просимо надати…, у зв'язку з…, відповідно до* тощо;

– завершувати повідомлення потрібно стандартними етикетними фразами: *«З повагою…», «З вдячністю й повагою…», «З найкращими побажаннями…»* тощо. В усталених етикетних формулах, які часто вживають в офіційних листах, після сполучень слів *з подякою, з повагою* кома не ставиться: «*З повагою директор УТЕІ ДТЕУ*», «*З вдячністю Іванна Шоля*». Бажано не використовувати конструкцій: «*Сподіваюся на Вашу позитивну відповідь», «Заздалегідь дякую»*. Це може сприйматися як маніпуляція;

– підписуючи листа, слід зазначити своє ім'я та прізвище, посаду і організацію, можна додати мобільний номер телефону.

Упродовж листування потрібно зберігати нейтральний тон, уникати емоційних фраз, не застосовувати різні шрифти, маркери, кольори, не писати текст листа великими літерами (Caps Lock), не використовувати різні спеціальні символи, знаки оклику. Стиль сучасного ділового листування також не передбачає скорочень слів, наприклад *«дяк»* замість *«дякую».* Це неповага до отримувача листа.

Електронний діловий лист має викликати доброзичливий настрій і бажання відповісти, тому слід уникати надскладних довгих фраз, мовних штампів, пасивних конструкцій, надмірного вживання слів іноземного походження, специфічної термінології, пом'якшувати прохання словосполученнями «*будь ласка», «будьте люб'язні», «будемо вдячні».*

У діловій етиці електронного листування вважається некоректним надсилати листи пізно ввечері чи вночі, у вихідні та святкові дні. Потрібно дотримуватися стандартного робочого часу, адже кожен має право на особистий простір та відпочинок. Також вважається неввічливим залишати листа без відповіді, особливо якщо передбачається продовження спілкування. Цінність електронного листування в його оперативності. Існує думка, що відповісти на лист потрібно впродовж 3-4 годин після його отримання. У листуванні між великими компаніями, підприємствами, установами, коли кожен варіант відповіді проходить узгодження, діє «правило 3-х днів». Якщо для відповіді на лист потрібно більше часу, слід попередити, використовуючи такі форми: «*Лист отримали та взяли його до уваги*», «*Ваш лист розглядається*».

Отже, електронні листи мають чітку структуру, послідовність викладу, стандартні мовні конструкції, вимагають дотримання мовних та етикетних норм. Завдяки оперативності, швидкості, динамічності надсилання інформації електронне ділове листування – невід'ємна складова сучасної комунікації.

Список літератури

1. Волошина Т. Електронне ділове листування: мовно-комунікативна специфіка та етикет. *Філологічні науки*. 2022. № 5 (105). URL: https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/4799

2. Сукаленко Т., Ладиняк Н. Службове листування як форма сучасної ділової комунікації. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 34. Т. 5. 2020. С. 114–118.

3. Як правильно оформити електронний лист: особливості ділового етикету. *Офіційний сайт Кадровик-01*. 2023. URL: https://www.kadrovik1.com.ua/article/5144-yak-pravilno-oformiti-elektronniy-list-osoblivost-dlovogo-etiketu

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ, ОСВІТИ, ТЕХНОЛОГІЙ І СУСПІЛЬСТВА

Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (частина 2) м. Ізмаїл, 6 жовтня 2023 р.

Українською та англійською мовами

Відповідальний за випуск: Загородний І. Д.
Технічний редактор: Нестеренко В. О.
Художній редактор: Михайленко К. В.
Коректор: Остаповець Н. М.
Дизайнери й верстальники: Артеменко А. А, Григоренко Л. О.

Підписано до друку 06.10.2023 р. Формат 60х90/16
Папір офсетний. Друк – ризографія. Умовн. друк. арк. 5,5
Гарнітура Times New Roman.
Наклад 500 примірників. Зам. № 22697

Надруковано у ФОП Сидоренко А. В.
Свідоцтво про державну реєстрацію серія В01 № 710364
від 07.01.2007 р., м. Полтава, вул. Дмитра Коряка, 3

Всі права захищенні.

Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

Редакційна колегія може не поділяти думок авторів.

ЦФЕНД ЦЕНТР ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Офіційний сайт: http://www.economics.in.ua