

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УЖГОРОДСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ ДТЕУ**



МАТЕРІАЛИ

НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

***«ЕКОНОМІКА ТА ІННОВАЦІЇ: ВЗАЄМОДІЯ, ВИКЛИКИ,
ПЕРСПЕКТИВИ»***

(20 березня 2025 р.)

м. Ужгород – Україна

УДК 330.341.1-043.5(477) Е45

**Рекомендовано до друку та оприлюднення на сайті Ужгородського
торгівельно-економічного інституту, вченою радою УТЕІ ДТЕУ
(протокол № 7 від 27 березня 2025 року).**

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Петро ГАВРИЛКО -	голова організаційного комітету, директор Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ, кандидат економічних наук, професор
Наталія ВАСИЛИХА –	заступник голови організаційного комітету, кандидат економічних наук, доцент, заступник директора з науково-педагогічної роботи
Члени оргкомітету: Радміла ПІДЛИПНА –	доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, обліку та оподаткування Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ.
Тетяна ГУШТАН –	доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ
Ганна САБАДОШ –	кандидат технічних наук, доцент, завідувач кафедри технології і організації ресторанного господарства Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ.
Катерина ІНДУС -	кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ.
Іванна ШОЛЯ -	кандидат філологічних наук, доцент кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ.
Володимир БЕДЗИР -	заступник директора з адміністративно-господарської роботи, Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ.

**У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників
Науково-практичної конференції «Економіка та інновації: взаємодія,
виклики, перспективи»:**

- v Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ
- v Одеський національний економічний університет
- v ПВНЗ «Буковинський університет»
- v Національного наукового центру "Інститут аграрної економіки"
- v Київський національний університет імені Тараса Шевченка
- v Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад» Між-
регіональна академія управління персоналом»
- v Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу
Міжрегіональної Академії управління персоналом
- v ВСП «Ужгородський торговельно-економічний фаховий коледж
ДТЕУ
- v Київський національний економічний університет імені Вадима Ге-
тьмана

У збірнику тез оповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань розвитку економіки, обліку, фінансів, менеджменту, підприємництва та харчових технологій.

Для здобувачів освіти, аспірантів, викладачів ЗВО та наукових закладів

СЕКЦІЯ 1

ОЛЕГ АІТОВ

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 071 Облік і оподаткування

Науковий керівник: **Леся РИБАКОВА**

кандидат екон. наук, доцент,

кафедри фінансів, обліку та оподаткування

ОБЛІК І АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ

У процесі здійснення господарської діяльності будь-яке підприємство із метою забезпечення свого функціонування купує товарно-матеріальні цінності, оплачує виконані роботи і надані послуги тобто вступає у взаємовідносини з постачальниками та підрядниками.

Постачальники - це юридичні або фізичні особи, які здійснюють постачання ТМЦ, надають послуги, виконують роботи.

Підрядники - це спеціалізовані підприємства або фізичні особи, які виконують будівельно-монтажні роботи при спорудженні об'єктів на підставі договорів підряду на капітальне будівництво. Підприємства за отримані товарно-матеріальні цінності, надані послуги, виконані роботи розраховується з постачальниками і підрядниками та відображають їх в обліку. Такі операції називаються розрахунковими. Так, на думку Г.В. Власюка [1], розрахунки з постачальниками та підрядниками займають вагоме місце в системі розрахункових операцій, а також є найважливішою складовою бухгалтерської діяльності, оскільки вони впливають на формування основної частини грошових надходжень підприємств. Порядок і форми розрахунків з постачальниками визначаються господарськими договорами, внаслідок виконання яких у підприємства виникають поточні

зобов'язання - кредиторська заборгованість. Попов А.В. [2] вважає і ми з ним солідарні, що розрахунки представляють собою відносини, що виникають між підприємствами і організаціями в процесі реалізації, розподілу та перерозподілу суспільного продукту на підставі здійснення статутної діяльності. Розрахунки базуються на переміщенні товарів у відповідності до укладених договорів. Господарські договори укладають безпосередньо підприємства, а розрахунки за продукцію, що відпускається по цих договорах, здійснюються, як правило, через банк. Процес організації розрахункових відносин є достатньо складним. Перед тим як укласти договір на постачання, необхідно провести велику роботу щодо визначення потреби в цінностях, їх асортименті та виборі постачальників. До вирішення цих питань потрібно підійти відповідально, щоб оптимізувати розрахунки підприємства з постачальниками і підрядниками, а також недопустити виникнення неконтрольованої дебіторської і кредиторської заборгованості у ході їх здійснення.

Не зважаючи на те, що процес складання та підписання договору є важливим моментом, але він не відображається в обліку тому- що, сам факт підписання не свідчить про поставку товарів чи сплату грошових коштів. Тому розрахунки з постачальниками і підрядниками виступають як об'єкт обліку та аудиту лише після того, як хоча б одна із сторін почне виконувати свої зобов'язання за складеним договором, а також за наявності умов відповідно до НП(С)БО 11 «Зобов'язання»: оцінка зобов'язання має бути достовірно визначена; існуватиме ймовірність зменшення економічних вигод у майбутньому внаслідок погашення зобов'язання [3]. Така неузгодженість правового та облікового законодавства призводить до викривлення звітної інформації про фінансовий стан підприємства. Для обліку розрахунків за одержані ресурси, виконані роботи та надані послуги Планом рахунків передбачено активний рахунок 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками». А інструкцією про застосування Плану рахунків передбачено три субрахунки до даного рахунку: 631 «Розрахунки з вітчизняними

постачальниками», 632 «Розрахунки з іноземними постачальниками», 633 «Розрахунки з учасниками ПФГ».

У процесі діяльності підприємства важлива роль відводиться аудиту розрахунків із постачальниками й підрядниками, оскільки підприємства вступають у взаємовідносини з постачальниками та підрядниками з приводу придбання запасів, основних засобів, отримання послуг тощо. Такі операції супроводжуються відповідними розрахунками [5].

Мета аудиту розрахунків з постачальниками і підрядниками полягає у висловленні аудитором незалежної професійної думки щодо правильності відображення у звітності підприємства інформації про розрахунки з постачальниками і підрядниками [5]. Виходячи з мети, основними завданнями аудиту розрахунків з постачальниками й підрядниками є:

- контроль за дотриманням чинного законодавства щодо розрахунків з постачальниками й підрядниками;
- перевірка наявності і правильності оформлення документів з поставки товарно-матеріальних цінностей (договорів, рахунків - фактур, актів звіряння розрахунків);
- встановлення правильності здійснення розрахунків з постачальниками й підрядниками та відображення їх в обліку;
- підтвердження повноти і своєчасності оприбуткування отриманих цінностей і обліку спожитих робіт, послуг;
- встановлення правильності оформлення та відображення в обліку виданих авансів, пред'явлення претензій;
- встановлення правильності відображення за відповідними статтями кредиторської заборгованості в балансі підприємства:
- встановлення причин і строків виникнення заборгованості за розрахунками, визначення реальності та шляхів її погашення;
- перевірка дотримання фінансов-розрахункової дисципліни та її впливу на платоспроможність підприємства.

Інформаційним забезпеченням аудиту розрахунків з постачальниками й підрядниками є: законодавча та нормативно-правова база; наказ про облікову політику підприємства; договори на постачання ТМЦ, виконання робіт і послуг; первинні документи з обліку розрахунків з постачальниками й підрядниками; акти звірки та інвентаризації розрахунків; облікові реєстри, що використовуються для відображення господарських операцій з обліку розрахунків з постачальниками й підрядниками за товари, роботи, послуги; аудиторські звіти(висновки) та інші документи, що узагальнюють результати аудиту.

В ході проведення аудиторської перевірки операцій з постачальниками й підрядниками, аудитор повинен сконцентрувати увагу на: на правильності укладення договорів з постачальниками й підрядниками; дотримання правильності та своєчасності документального оформлення виникнення та погашення дебіторської заборгованості; правильність оцінювання суми дебіторської та кредиторської заборгованості; обґрунтованість утворення резерву сумнівних боргів; своєчасність, повноту та правильність оприбуткування підприємством отриманих від постачальників запасів; відповідність дотримання діючих цін і тарифів.

Аудит розрахунків з постачальниками й підрядниками доцільно здійснювати через наступні етапи (таблиця 1).

Таблиця 1

Послідовність етапів аудиторської перевірки розрахунків з постачальниками та підрядниками та їх документальне забезпечення [6].

Етапи аудиторської перевірки	Документальне забезпечення
1.Оцінка стану бухгалтерського обліку, фінансової звітності та внутрішнього контролю.	Наказ про облікову політику, первинні облікові документи, посадові інструкції працівників, фінансово-

Перевірка відповідності облікової політики розрахунків з постачальниками нормам діючого законодавства	економічна звітність
2.Виконання перевірки правильності відображення зобов'язань в бухгалтерському обліку	Облікові реєстри, призначені для обліку розрахунків з постачальниками і підрядниками; накладні; рахунки фактури; відповіді на запити аудитора
3.Здійснення звірки залишків по рахунку 63 за даними головної книги з залишками в облікових реєстрах	Головна книга та облікові реєстри
4.Перевірка реальності кредиторської та дебіторської заборгованості	Договори на поставку продукції, надання послуг; накладні; касові документи; виписки банк; акти приймання-передачі товарів; платіжні доручення
5.Перевірка інвентаризації розрахунків з дебіторами та кредиторами	Акт інвентаризації розрахунків з дебіторами та кредиторами
6.Перевірка правильності проведення взаємозаліку заборгованостей.	Акт звірки розрахунків
7.Формулювання висновків за результатами аудиту.	Робочі документи аудитора, аудиторський висновок.

Типовими помилками при аудиті розрахунків з постачальниками й підрядниками можуть бути: відсутність договорів на постачання продукції (виконання робіт та послуг) або неправильне їх документальне оформлення;

несвоєчасне або неповне оприбуткування ТМЦ, отриманих від постачальників; неналежне ведення аналітичного обліку або його відсутність; невідповідність даних синтетичного та аналітичного обліку; неправильна кореспонденція рахунків; неповне та несвоєчасне оприбуткування цінностей: неправильне визначення величини кредиторської заборгованості; неповне та несвоєчасне оприбуткування цінностей та ін.

Здійснення аудиторської перевірки розрахунків з постачальниками й підрядниками є важливим та необхідним елементом системи господарського контролю будь-якого суб'єкта господарювання.

Отже, процес організації розрахункових відносин є достатньо складним. Виникненню розрахункових операцій з постачальниками та підрядниками передують укладення договору, в результаті чого з'являються юридичні зобов'язання. Аудиторська перевірка розрахунків з постачальниками й підрядниками є важливим елементом у системі господарського контролю. Адже своєчасний аудит забезпечує формування повної та достовірної інформації про стан розрахунків з постачальниками й підрядниками за одержані матеріальні цінності, виконані роботи та надані послуги, необхідної внутрішнім та зовнішнім користувачам фінансової звітності для управління та розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Власюк Г.В. Шляхи вдосконалення бухгалтерського обліку розрахунків з постачальниками / Г.В. Власюк // Держава та регіони / Серія: Економіка та підприємництво. - 2009. - № 5. - С. 40-44.

2. Попов А.В. Перевіряємо розрахунки з дебіторами і кредиторами / А.В. Попов // Все про бухгалтерський облік. 2-010. - №114. - С.33-37.

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 «Зобов'язання», затверджене наказом Міністерства фінансів України 31.01.2000 № 20(зі змінами та доповненнями).

4. Ревизюк І. М. Удосконалення обліку розрахунків з постачальниками [Електронний ресурс] / І. М. Ревизюк, Є. В. Калюга // Економічні науки. Сер.

: Облік і фінанси . - 2013. - Вип. 10(4). - С. 185-190.

5.Утенкова К.О. Аудит: навч. посібник / К.О. Утенкова. - К.: Алерта, 2011. - 408 с

6.Руда Л.П. Організація обліку та методичні засади проведення аудиту розрахунків з постачальниками та підрядниками/ Л.П.Руда, І.В.Причеп, О.Р.Липецька// Електронний журнал «Економіка та суспільство». Випуск # 35 / 2022.

Єлизавета БАРАН

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 071 Облік і оподаткування

Науковий керівник: **Алла ЧОРНОВОЛ**

доктор економічних. наук, професор, завідувач кафедри обліку і фінансів

ПВНЗ «Буковинський університет»

РОЛЬ АУДИТУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ПРОЗОРОСТІ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Державний бюджет переважно наповнюється за рахунок податкових надходжень, які забезпечують суб'єкти господарювання та фізичні особи. Останніми роками державна політика спрямована на впорядкування податкової системи, стимулювання повного та своєчасного виконання податкових зобов'язань, що має сприяти економічній безпеці країни. Водночас суттєвого покращення ситуації поки досягти не вдалося. Негативний вплив на стан справ мають високий рівень корупції, часті та суперечливі зміни у податковому законодавстві, а також його складність для розуміння. До цього додаються недоліки в адмініструванні податків і небажання деяких платників чесно виконувати свої фінансові обов'язки перед державою.

Для вирішення окреслених проблем із 2011 року було розроблено, прийнято та введено в дію Податковий кодекс України (ПКУ), на результати

реалізації якого уряд держави покладає значні сподівання. Окрім Податкового кодексу, до податкового законодавства входять Конституція України, Митний кодекс України та інші закони, що регулюють питання митної справи, діючі міжнародні договори з питань оподаткування, а також нормативно-правові акти різних рівнів, які узгоджуються з положеннями ПКУ [1]. Усі суб'єкти господарювання під час своєї діяльності повинні дотримуватись податкових норм. Відповідно, аудитори як у рамках проведення традиційного аудиту, так і в процесі надання інших аудиторських послуг, зобов'язані підтверджувати коректність податкових розрахунків відповідно до нових правил.

Аудит є незалежною перевіркою фінансової та податкової звітності підприємства, що спрямована на встановлення відповідності облікових даних чинному законодавству та стандартам фінансової звітності [2]. Головна роль аудиту полягає у підвищенні рівня довіри до фінансової інформації, яку надає підприємство, як з боку зовнішніх користувачів, так і з боку внутрішніх.

Податковий аудит допомагає підприємствам уникнути фінансових ризиків, знижуючи ймовірність накладання штрафних санкцій з боку контролюючих органів. Крім того, аудит сприяє покращенню інвестиційного клімату компанії, оскільки прозора податкова політика є важливим фактором довіри з боку партнерів та потенційних інвесторів.

Такі перевірки не лише мають важливе значення для їхніх замовників, тобто конкретних суб'єктів господарювання, але й виконують суттєву роль у задоволенні суспільних інтересів. Вони забезпечують необхідність отримання достовірної інформації про реальний стан податкових розрахунків і надходжень до бюджету.

Складовими мети податкового аудиту є: перевірка правильності розрахунку та сплати податків підприємством відповідно до вимог чинного законодавства; виявлення можливих порушень у веденні податкового обліку, що можуть призвести до штрафних санкцій; оцінка відповідності податкової політики підприємства принципам прозорості та добросовісної конкуренції;

визначення ефективності використання податкових пільг та можливостей оптимізації податкового навантаження.

Незважаючи на значний позитивний вплив аудиту на податкову дисципліну підприємств, існує низка викликів, які ускладнюють його ефективність:

- Постійні зміни податкового законодавства, що вимагають від аудиторів високого рівня кваліфікації та швидкої адаптації.
- Високі витрати на проведення незалежного аудиту, що можуть бути недоступними для малого та середнього бізнесу.
- Корупційні ризики у сфері контролю за сплатою податків, що знижують ефективність аудиторських перевірок.

Для підвищення ефективності податкового аудиту необхідно удосконалювати механізми контролю, зокрема шляхом цифровізації процесів, запровадження автоматизованого моніторингу та посилення незалежності аудиторських компаній.

Аудит відіграє важливу роль у забезпеченні прозорості податкової політики підприємств, сприяючи дотриманню законодавчих вимог, підвищенню довіри з боку інвесторів і партнерів, а також мінімізації податкових ризиків. Незалежна аудиторська перевірка дозволяє компаніям формувати ефективні стратегії управління податковими зобов'язаннями, що позитивно впливає як на їхню репутацію, так і на загальний економічний розвиток країни.

Для подальшого вдосконалення системи податкового аудиту необхідно розвивати антикорупційні механізми, підвищувати якість підготовки аудиторів та стимулювати підприємства до добровільного проходження аудиторських перевірок.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VII (зі змінами та доповненнями). [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/>.

2. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21.12.2017 р. № 2258-VIII : станом на 20 черв. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text> (дата звернення: 24.09.2024).

Євген ГАДИЦЬКИЙ

здобувач другого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 071 Облік і оподаткування

Науковий керівник: **Мирослава БАБИНЕЦЬ**

доцент, кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування

ECONOMICAL PROFIT FROM VIDEO GAMES WITH DEVELOPED LEVEL DESIGN IN GAME

Game development, as a business model, is an expensive, interdisciplinary effort, requiring a wide range of extremely talented and hard-working specialists [1]. As a result, level designers, among other jobs (such as engineers, artists and sound designers), are extremely sought after as they are a requirement for the entire game development cycle to even begin, being paid well for their hard work in hopes of being able to turn a profit. Before we delve deeper into how Level Design can affect a game's success, we will need to understand what it is first.

Level design can be defined as a practice of planning out and building spaces (levels) for video games. Unfortunately, a good amount of people end up having a common misunderstanding of what a level designer does, confusing level design and level art [2]. To easily distinguish the two, think of level design as the chassis of a car (functional), while level art as the body (visual) [2]. Level design is focused on shaping player behavior [4], while level art is focused on making the level visually appealing and interesting.

Levels from start to finish lives through the following stages:

- Level Idea: a general idea that serves as a core pillar of the level;

- Documentation: helps affirm and communicate the design intentions of the level;
- Blockout: early prototypes to see how the initial idea plays and feels;
- Integrating other departments' work: adding art, sound, narrative etc.;
- Iterations: improve the level based on feedback;
- Polish: add small bits and bobs that don't affect the level much, but give it a bit of a pop [3].

A level idea effectively starts the fire, as having a main idea for the level, whether it would be a game play mechanic, environment setting, or just a cool set piece, helps drastically with the design process. The idea can be even just as simple as simply making the level focus on verticality.

Documentation is the plan of the level, the general overview of the level, how it will flow, all actions that the player could do, level goals and more. This is typically all gathered within a single document which takes on many different forms depending on the stage of the level and the developer working on it, the two most notable ones being a bubble diagram and a floor plan. To put it simply, the goal of the bubble diagram is to establish proportions and relationships in your level [4], what needs to be large and what needs to connect to where. A floor plan is a top-down layout drawing of the level, typically done after the bubble diagram is finished. The floor plan has a bigger focus on smaller details and more finalized sizes of rooms, going through much iteration to see what fits best.

Last thing to further elaborate on would be Blockout. Blockouts are a rough draft of the level, having simple shapes without any details or any polished art [4]. This stage is probably the most important as it puts your ideas to practice in a way that allows for easy adjustments that don't require effectively redoing a whole section, as everything is at its base level.

Level art (or the game's art style in general) brings in interest, making the first impression for most players, very likely to make them purchase the game. If the level design is shallow players may be disappointed in the product and end up leaving a bad review, with good design the players will have a much more

satisfying time, and as a result you'll receive a good review, which can bring in more players and as a result more profits. Perfecting both level art and level design can yield overwhelming success, not only would the game have a great short-term profit margin but will also be able to keep that momentum going long terms.

There are ways to monetize the levels themselves, this largely depends on what kind of monetization you want to implement for your game. Typically, one good way to monetize them would be to add them as purchasable DLC (Downloadable Content), usually done for entire sets of levels where they form their own small campaign to add to the original experience. A good example of this would be *Wolfenstein: The Old Blood*, a DLC for *Wolfenstein: The New Order*; has the story be a prequel to the events of the game with all brand-new and unique levels with their own design and gimmicks.

Independent development teams have a harder time funding themselves compared to AAA Companies; which results in much smaller teams, usually ending up with some members taking on several roles at once. As an example, indie level designers commonly also do environment art for their levels with the assets that they have available once the level has been finalized. This was also the case back in the early years of game development when the industry had just started, with prominent examples such as *Doom* (1993) and *Half-Life* having that same approach. But productions in AAA companies can involve thousands of professionals distributed over hundreds of different roles [1], all the while rarely having one person work in two separate departments.

Despite the massive differences in scale, independent game developers can still compete with AAA companies and even surpass them, as of late indie games have had extreme success compared to even something such as recent installments of the *Call of Duty* franchise. But of course, this hinges on how the development of the game is handled, many aspects, including level design, can all bring down the game if they aren't handled well, no matter the size of the team.

Just like for many other things, practice is extremely important for level design, due to how many factors, steps and planning level design has. With such

complexity, everyone's approach to level design will be extremely different, similar to how many artists have their own art styles, level designers have their own ways of, well, designing levels. Everyone has different ideas; everyone has different ways of noting down a layout, everyone designs rooms differently! No level will truly be the same, even if there are similar ideas.

With that, we can confidently say that level design is an extremely important creative process for game development, as the levels are where all of the other aspects, such as enemy design and art, are fully utilized and can end up making or breaking the whole experience. The better the levels, the more likely your game will sell well long term.

Список використаних джерел

1. Level Design Processes and Challenges: A Cross Section of Game Development: Retrieved 16 November 2024 from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/15554120221139229>
2. Level Design Basics — Part 1. Pre-Production [Written by Ali Youssef]: Retrieved 16 November 2024 from <https://gamedev.dou.ua/blogs/level-design-basics-part-1/?hl=en> [Available in Ukrainian]
3. Ali Youssef Level Design Basics — Part 2. Level Creation. Retrieved 16 November 2024 from <https://gamedev.dou.ua/blogs/level-design-basics-part-2/?hl=en> [Available in Ukrainian]
4. The Level Design Book: Retrieved 19 November 2024 <https://book.leveldesignbook.com/introduction> [In English]

Віталій ДІДИК

здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 071 Облік і оподаткування

Науковий керівник: **Марія ЛАЛАКУЛИЧ**

кандидат екон. наук, професор,
кафедри фінансів, обліку та оподаткування

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ

У процесі здійснення господарської діяльності, підприємства на підставі укладених договорів з юридичними чи фізичними особами, вступають у розрахунково-грошові відносини за поставлені ними цінності, виконані роботи або надані послуги. Суб'єкти господарювання, які купують продукцію (товари, роботи, послуги) і готові за них заплатити називаються покупцями(замовниками).

Покупці- це юридичні чи фізичні особи які купують товари (роботи, послуги) [1].

Замовники - це учасники договору, на підставі замовлення яких виготовляється конкретна продукція, надаються послуги, виконуються роботи іншим учасникам договору) [1].

Для проведення розрахунків з покупцями і замовниками підставою служить їх намір здійснити комерційну угоду. У результаті цього, у однієї з сторін - постачальника(підрядчика) виникає зобов'язання поставити цінності, виконати роботи, надати послуги, а в іншій сторони - покупця (замовника) виникає зобов'язання розрахуватися (тобто здійснити оплату) за продукцію, товари, роботи, послуги. Дані зобов'язання фіксують у договорі, який укладається між ними та набирає чинності і стає обов'язковим для обох сторін з моменту його підписання. Договір повинен містити розділи, умови і всі необхідні реквізити відповідно до вимог укладення та оформлення договорів.

Найбільш поширеними видами договорів, які укладаються з покупцями та замовниками є: договір купівлі - продажу; договір постачання; договір підряду; договір про надання послуг.

Для відображення факту господарської операції за розрахунками з покупцями та замовниками застосовують значну кількість документів.

Кожен має своє призначення, специфічну будову, відповідні вимоги до складання. Невід'ємною складовою цього важливого процесу є правильність заповнення та своєчасність формування відповідного документа, здійснення контролю з метою недопущення помилок.

Для обліку дебіторської заборгованості замовників та покупців застосовується рахунок 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками». На цьому рахунку ведеться узагальнення інформації про розрахунки з покупцями та замовниками за відпущену продукцію, товар, виконану роботу та надані послуги, за винятком заборгованості, яка є забезпечена векселем, а також узагальнюється інформація про розрахунки з учасниками промислово-фінансової групи.

За дебетом рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» відображається продажна вартість реалізованої продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг (у тому числі на виконання бартерних контрактів), яка включає податок на додану вартість, акцизи та інші податки, збори (обов'язкові платежі), що підлягають перерахуванню до бюджетів та включені у вартість реалізації.

За кредитом рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» сума платежів, які надійшли на рахунки підприємства в банківських установах, у касу, та інші види розрахунків. Сальдо рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» відображає заборгованість покупців та замовників за одержану продукцію (товари, роботи, послуги).

Рахунок 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» має такі субрахунки:

- 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»;
- 362 «Розрахунки з іноземними покупцями»;
- 363 «Розрахунки з учасниками ПФГ»;
- 364 «Розрахунки за гарантійним забезпеченням [2].

Вказані субрахунки деталізують відображення інформації в обліку за розрахунками з покупцями та учасниками промислово-фінансових груп, а

ось для обліку розрахунків з замовниками цей рахунок субрахунків не має. Ми вважаємо, що до рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» необхідно ввести такі субрахунки, як: «Розрахунки з вітчизняними замовниками» та «Розрахунки з іноземними замовниками». Це дозволить підвищити рівень аналітичності у розрахунках з дебіторами і розмежувати передачу права власності на продукцію, товари і моменти закінчення зобов'язань щодо надання послуг замовникам.

Згідно НП(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» - дебіторську заборгованість поділяють на поточну та довгострокову, що на нашу думку є не точним та характеризує цей актив частково. Ми вважаємо, що необхідно внести зміни у НП(С) БО 10 «Дебіторська заборгованість» в якому чітко були б розмежовані поняття довгострокової та короткострокової дебіторської заборгованостей.

У Балансі (Звіті про фінансовий стан) дані про дебіторську заборгованість наводять у розрізі її класифікації за строками погашення, зокрема про довгострокову і поточну. Поточну дебіторську заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги відображають у рядку 1125. Для отримання більш детальної інформації про поточну дебіторську заборгованість за продукцію, товари, роботи послуги буде доцільно внести додаткові рядки, а саме рядок 1126 Дебіторська заборгованість вітчизняних підприємств за продукцію, товари, роботи , послуги та рядок 1127 Дебіторська заборгованість іноземних підприємств за продукцію, товари, роботи, послуги.

Отже, облік розрахунків з покупцями та замовниками є найважливішою ділянкою облікової роботи, оскільки на цьому етапі формується основна частина доходів та грошових надходжень підприємств. Запропоновані заходи щодо вдосконалення обліку розрахунків з покупцями та замовниками сприятимуть ефективному управлінню ними на підприємстві.

Список використаних джерел

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік. Підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів/За редакцією проф. Ф.Ф.Бутинця.- 4-е вид., доп. і перероб.- Житомир ПП «Рута», 2002.-688с.

2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: затв. наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 року № 291 (зі змінами і доповненнями).

Юліана КРІЧФАЛУШІЙ

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 071 Облік і оподаткування

Науковий керівник: **Леся РИБАКОВА**

кандидат екон. наук, доцент,

кафедри фінансів, обліку та оподаткування

ІСТОРІЯ ВСТАНОВЛЕННЯ ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ В УКРАЇНІ

Історія встановлення військового збору пов'язана з війною, яка ведеться Росією проти нашої держави. Він є специфічним збором та важливим елементом національної податкової системи. Вперше цей збір був запроваджений 3 серпня 2014 року на підставі Закону України № 1621-VII «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо запровадження військового збору», як тимчасовий податок та встановили термін його дії до 1 січня 2015 року [1]. Проте, термін дії військового збору був продовжений до набрання чинності рішення Верховної Ради України про завершення бойових дій. Таким чином тимчасовий характер змінений на невизначений термін.

Мета військового збору забезпечити додаткове фінансування потреб оборони та забезпечення національної безпеки України, зокрема для підтримки Збройних Сил України та інших військових формувань, які виконують завдання з охорони державного суверенітету та територіальної цілісності країни.

З моменту його введення він зазнав кількох змін, спрямованих на адаптацію до економічних реалій та соціальних потреб.

Військовий збір - це обов'язковий платіж, який сплачується фізичними особами резидентами та нерезидентами з доходів, визначених Податковим кодексом України та зараховується додержавного бюджету. Ставка військового збору до першого грудня 2024р. була незмінною і становила 1,5% від бази оподаткування.

З початку 2025р. в Україні набрали чинності нові правила слати зборів для ФОП та юридичних осіб на спрощеній системі оподаткування згідно Закону **України** «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» від 04.12.2024р №4113-IX, тобто з'явилися нові платники військового збору - це ФОПи. ФОПи першої, другої і четвертої групи, що є платниками єдиного податку, повинні сплачувати військовий збір у розмірі 10% мінімальної заробітної плати, встановленої законом на перше січня поточного року, з розрахунку на календарний місяць. **Юридичні особи та ФОПи - платники єдиного податку третьої групи повинні сплачувати військовий збір у розмірі 1% від свого обороту.**

Щодо ФОПів на загальній системі то з 1 січня 2025 року для них ставка військового збору зросла до 5%. Аналогічний підхід буде застосовуватись при оподаткуванні військовим збором доходів незалежних професіоналів. **Для фізичних осіб** задекларований загальний річний дохід за 2024 рік оподатковувся військовим збором за ставкою 1,5% (крім доходу від операцій з майном, доходу у вигляді вартості успадкованого чи отриманого у дарунок майна, які оподатковуються за ставкою 5% з 1 грудня 2024 року).

Дохід від зарплати, оренди, виграшу, депозиту тощо оподатковуються військовим збором у розмірі 5% з 1 грудня 2024 року. Ставка військового збору у 2025р. для військовослужбовців та працівників Збройних Сил України, Служби безпеки України, Служби зовнішньої розвідки України, Головного управління розвідки Міністерства оборони України, Національної гвардії України, Державної прикордонної служби України, Управління державної охорони України, Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України, Державної спеціальної служби транспорту України, інших утворених відповідно до законів України військових формувань становить 1,5 відсотка з доходу, одержаного у вигляді грошового забезпечення, грошових винагород та інших виплат, які здійснюються відповідно до законодавства України (за винятком доходів, які звільняються від оподаткування військовим збором).

Продовжують не оподатковуватися для фізичних осіб ні ПДФО, ні військовим збором облігації внутрішніх державних позик, зокрема військові облігації, а також соціальні виплати, пенсії, стипендії та інші доходи.

Разом з тим, звільнені від сплати військового збору:

- фізособи - підприємці - платники єдиного податку першої та другої груп, податкова адреса яких знаходиться на територіях бойових дій або на тимчасово окупованих російською федерацією територіях України станом на дату початку бойових дій або тимчасової окупації;

- ФОП - платники єдиного податку першої та другої груп, які не використовують працю найманих осіб, звільняються від сплати військового збору протягом одного календарного місяця на рік на час відпустки, а також за період хвороби, яка триває 30 і більше календарних днів;

- звільнено самозайнятих осіб (фізичних осіб - підприємців, осіб, які провадять незалежну професійну діяльність), які призвані на військову службу під час мобілізації або залучені до виконання обов'язків щодо мобілізації [2].

Військовий збір неодноразово піддавався критиці з боку громадськості, хоча запровадження його було необхідним в умовах зовнішньої загрози. На думку деяких експертів він є фінансовим тягарем для підприємців та громадян, особливо у періоди економічної нестабільності. На сьогоднішній день військовий збір продовжує залишатися важливим джерелом фінансування для української армії. Враховуючи складні геополітичні обставини та постійну загрозу з боку Російської Федерації, збір допомагає підтримувати мобільність, забезпечення, технічне оснащення та підготовку військових сил.

Історія встановлення військового збору в Україні є яскравим прикладом того, як держава адаптує свою фінансову систему до реалій війни та потреби в забезпеченні національної безпеки. Військовий збір став важливою частиною податкової системи, і його роль у фінансуванні армії та оборони залишається актуальною навіть в умовах стабільності.

Список використаних джерел

1. Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо запровадження військового збору», від 31.07.2014р. № 1621-VII.

2. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» від 04.12.2024р. № 4113-IX.

Юрій МАЛЕШ

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 071 Облік і оподаткування

Науковий керівник: **Марія СИМОЧКО**

старший викладач,

кафедри фінансів, обліку та оподаткування

ВИЗНАННЯ, ОЦІНКА ТА ОБЛІК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ

Згідно з статтею 181 Цивільного кодексу України до нерухомих речей (нерухоме майно, нерухомість) належать земельні ділянки, а також об'єкти, розташовані на земельній ділянці, переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення [1].

Необхідно зауважити, що є низка інших нормативно-правових актів, які також містять визначення «нерухоме майно» та встановлюють його правовий статус. У Методичних рекомендаціях стосовно об'єктів нерухомого майна, права на які підлягають державній реєстрації вказано, що наведене у ЦКУ визначення є узагальненим та характеризує нерухоме майно за трьома основними ознаками, які повинні бути притаманні тому чи іншому об'єкту при визначенні його належності до нерухомого майна.

Відповідно до п.4 НП(С)БО 32 «Інвестиційна нерухомість», інвестиційна нерухомість - це власні або орендовані на умовах фінансової оренди земельні ділянки, будівлі, споруди, які розташовуються на землі, утримувані з метою отримання орендних платежів та/або збільшення власного капіталу, а не для виробництва та постачання товарів, надання послуг, адміністративної мети або продажу в процесі звичайної діяльності [2].

Операційна нерухомість - власні або орендовані на умовах фінансової оренди земельні ділянки, будівлі, споруди, які розташовуються на землі, утримувані з метою використання для виробництва, або постачання товарів чи надання послуг, або ж в адміністративних цілях [2].

Поділ нерухомості на інвестиційну й операційну має відбуватися не на підставі того, як використовується така нерухомість нині, а залежно від того, як (із якою метою) її планують використовувати в майбутньому. Для цього бухгалтер повинен мати документи, такі як: договори, накази, протоколи, будь-які планові документи (бізнес-план, фінансовий план тощо), що дозволяють зробити висновок про подальше використання нерухомості [3].

Інвестиційна та операційна нерухомість, як об'єкти обліку, мають, як спільні риси так і суттєві відмінності. Спільними рисами є:

- визнання нерухомості активом;
- порядок визначення та збільшення первісної вартості;
- порядок відображення витрат на їх утримання та ремонт;
- критерії припинення визнання нерухомості активом.

До основних істотних чинників розмежування операційної та інвестиційної нерухомості відносяться:

- мета використання нерухомості;
- класифікаційна ознака, згідно МСФО 40 «Інвестиційна нерухомість», інвестиційна нерухомість генерує грошові потоки значною мірою незалежно від інших активів, утримуваних суб'єктом господарювання.

Інвестиційна нерухомість визнається активом, якщо існує ймовірність того, підприємство отримає в майбутньому від її використання економічні вигоди у вигляді орендних платежів та/або збільшення власного капіталу, та її первісна вартість може бути достовірно визначена[2].

Інвестиційну нерухомість оцінюють за двома основними методами: методом первісної вартості та методом справедливої вартості. Інвестиційна нерухомість, придбана або створена, враховується на балансі за первісною вартістю (пункти 10-13 НП(С)БО 32). Це аналогічний облік основних засобів за НП(С)БО 7.

Оцінка інвестиційної нерухомості за справедливою вартістю здійснюється на дату вибуття, переведення інвестиційної нерухомості до операційної нерухомості та такої, що утримується для продажу, або, якщо стає не можливим достовірно визначити її справедливую вартість на дату балансу.

На дату балансу підприємство відображає у фінансовій звітності інвестиційну нерухомість за справедливою вартістю, якщо її можна достовірно визначити, або за первісною вартістю, зменшеною на суму нарахованої амортизації з урахуванням втрат від зменшення корисності та вигод від її відновлення, що визнаються

відповідно до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 28 «Зменшення корисності активів».

Облік інвестиційної нерухомості є важливою частиною фінансового обліку підприємства. Основною метою обліку є забезпечення точності та прозорості фінансових даних, що дозволяє оцінювати ефективність інвестицій та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Для обліку інвестиційної нерухомості призначено субрахунок 100 «Інвестиційна нерухомість». За дебетом субрахунку 100 відображають надходження об'єктів інвестиційної нерухомості, а за кредитом відображають вибуття об'єктів інвестиційної нерухомості. На субрахунку 101 «Земельні ділянки» ведеться облік земельних ділянок, а на субрахунку 102 «Капітальні витрати на поліпшення земель» ведеться облік капітальних вкладень у поліпшення земель (меліоративні, осушувальні, іригаційні та інші роботи). У фінансовій звітності інвестиційна нерухомість відображається окремо в рядку 1015 «Інвестиційна нерухомість».

Список використаних джерел

1. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 року № 435-IV. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/435-15.2>. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 32 «Інвестиційна нерухомість»: Наказ Міністерства фінансів України від 02.07.2007 р. № 779. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0823-07>

3.Онищенко В. Інвестиційна нерухомість підприємства. Головбух. 2020. Веб-сайт. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7243-nvestitsyna-neruhomst>

Роберт МАСЯК

здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 071 Облік і оподаткування

Науковий керівник: **Еріка ЮГАС**

кандидат екон. наук, доцент,
кафедри фінансів, обліку та оподаткування

СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Для правильної організації обліку витрат підприємств торгівлі важливе значення має їх сутність та класифікація. Дослідження поняття «витрат» є складним процесом тому, що не має єдиної економічної думки, щодо сутності даного поняття. Так, Н.П. Скригун, Л.Г. Цимбалюк, Л.В. Чорноус [1] вважають, що витрати мають суспільно-економічне значення, яке полягає в їх відображенні у виготовлюваній підприємством суспільно-корисній продукції, виходячи із потреб ринку.

Підприємство, споживаючи певні види ресурсів (матеріальні, трудові, енергетичні та ін.) виготовляє продукцію з метою задоволення потреб суспільства, створюючи при цьому додаткову вартість у вигляді прибутку, тобто отримує від виготовлення та реалізації такої продукції певний економічний ефект. На думку В. Дерія [2] витрати - це повністю або частково використані у процесі господарсько-фінансової діяльності підприємства запаси, необоротні активи, трудові й інтелектуальні ресурси, а також зменшення (погашення) зобов'язань підприємства перед бюджетом, кредиторами й іншими юридичними та фізичними особами. З.Р. Задорожній [3] вважає, що витрати- це або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені згідно НПСБО 16 «Витрати».

Важливою умовою ведення бухгалтерського обліку витрат є їх класифікація. В економічній літературі існують різні підходи щодо

класифікації витрат. Професор Палій В.Ф. [4] наводить шість класифікаційних груп: за впливом обсягу виробництва; за способом віднесення на собівартість; за періодичністю; за віднесенням до виробничого процесу; за терміном розрахунку; за терміном агрегування.

М.Т. Білуха [5] класифікує витрати підприємства за трьома ознаками: за технологічним призначенням; за способом віднесення на собівартість; за принципом зв'язку з технологічним процесом.

Для цілей управлінського обліку Голов С.Ф. [6] рекомендує класифікувати витрати за принципом «різні витрати для різних цілей», що передбачає їх класифікацію за трьома ознаками: за їх оцінкою та визначенням фінансового результату; за рівнем прийняття управлінських рішень; за можливістю контролю.

Найбільш широку класифікацію витрат наводить Цал-Цалко Ю.С. [7] аж за восьмима ознаками: за центрами відповідальності; за однорідністю витрат; за видами витрат; за способом перенесення на вартість продукції; за ступенем впливу виробництва на рівень витрат; за календарними періодами; за доцільністю витрачання; за визначенням відношення до собівартості продукції.

Отже, підходи до класифікації витрат діяльності підприємств різні і ми підтримуємо точку зору С.Ф. Голова, щодо класифікації витрат за напрямками, які підпорядковуються різним цілям обліку, та вважаємо слушною пропозицію Ю.С. Цал-Цалко щодо введення класифікаційної ознаки за центрами відповідальності, яка є надзвичайно важлива в умовах широкого запровадження управлінського обліку підприємствами торгівлі.

Щодо класифікації витрат підприємств торгівлі, то в економічній літературі класифікації витрат приділяється значно менше уваги. Загалом класифікація витрат торговельних підприємств наведена у Методичних рекомендаціях з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності [8]. В таблиці 1 наведена класифікації витрат підприємств торгівлі за ознаками згідно методичних рекомендацій з

формування складу витрат та порядку їх планування у торговельній діяльності. (таблиця 1).

Таблиця 1

Класифікація витрат згідно з Методичними рекомендаціями з формування складу витрат та порядку їх планування у торговельній діяльності

№п/п	Ознаки класифікації	Групи витрат
1.	За видами діяльності	Операційної, фінансової, інвестиційної діяльності. Інші витрати звичайної діяльності. Надзвичайні витрати.
2.	За економічним змістом	Економічні елементи. Статті витрат
3.	За ступенем реагування на зміну обсягів діяльності	Умовно-постійні Змінні.
4.	за періодами;	Витрати поточного періоду Витрати майбутніх періодів
5.	За центрами відповідальності або місцем виникнення	Витрати відділу, дільниці, служби, іншого структурного підрозділу підприємства.
6.	За ступенем однорідності	Прості (одноеlementні) Комплексні.
7.	За ступенем контролю	Контрольовані. Неконтрольовані.
8.	За принципами управління	Планові та позапланові витрати.

Методичні рекомендації також передбачають групування витрат за статтями, але вони не можуть задовольняти різноманітні потреби управління,

які залежать від індивідуальних умов господарської діяльності підприємств торгівлі. Ю.А.Верига [9] вважає, що з метою внутрішнього управління номенклатура статей витрат повинна встановлюватися кожним підприємством самостійно. Індивідуально розроблена номенклатура статей витрат, яка ставить за мету організацію внутрішнього інформаційного забезпечення, буде створювати умови для підвищення ефективності господарювання торговельного підприємства.

Необхідно підкреслити, що саме у «Методичних рекомендаціях з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності» регламентується використання терміна «поточні» стосовно витрат торговельного підприємства. Визначено, що «Поточні витрати» підприємства торгівлі це грошове відбиття витрат живої та уречевленої праці на здійснення поточної торговельно-виробничої діяльності підприємства, що за натурально-речовим складом становлять спожиту частину матеріальних нематеріальних трудових та фінансових ресурсів».

Відповідно до чинних Національних положень(стандартів) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» та 9 «Запаси» та в узгоджені з ПКУ, у складі поточних витрат торговельного підприємства можна виділити:

- собівартість реалізованих товарів;
- адміністративні витрати;
- витрати на збут;
- інші операційні витрати;
- фінансові витрати;
- інші витрати;
- втрати від участі в капіталі;
- податок на прибуток.

Найбільш аргументовану та приближеною до потреб практичної діяльності торговельних підприємств, на нашу думку, є класифікація наведена А.А. Мазаракі та його спів авторами [10] за 15 ознаками: за економічним характером; за метою обліку і планування; за підгалуззями

(ланками) торгівлі; за торговельно-технологічними операціями; за окремими видами діяльності; за об'єктами калькулювання; за характером віднесення витрат на об'єкти калькуляції; залежно від виду ресурсів, споживання яких призводить до витрат; за ступенем однорідності; залежно від часу одержань результатів від витрат; залежно від порядку віднесення витрат на витрати обігу конкретного підрозділу; за ступенем доцільності й економічної віддачі; для обґрунтованого контролювання; залежно від методу оцінки витрат; залежно від ступеня реагування на зміну обсягів товарообігу.

Наведена класифікація є найбільш повною і пристосованою до діяльності торговельних підприємств. На нашу думку, не доцільно об'єднувати класифікаційну ознаку за підгалуззями з класифікацією їх за ланками торгівлі

Отже, від того, наскільки буде правильна класифікація витрат торговельного підприємства, буде залежати не тільки правильність їх відображення в обліку, але й спланувати їх оптимальний розмір та виявити резерви мінімізації їх з метою максимізації прибутку.

Виходячи із вищесказаного можна зробити висновок, що діяльність будь-якого підприємства, в тому числі і торговельного з моменту його створення пов'язане з різними видами витрат. Вони посідають одне з головних місць у формуванні прибутку підприємства.

Список використаних джерел

1. Скригун Н. П. Класифікація витрат та її практичне значення в системі управління витратами / Н. П. Скригун, Л. Г. Цимбалюк, Л. В. Чорноус // Економіка : проблеми теорії та практики: Зб. Наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2008. – Вип. 238. – Т. I. – С. 148–155

2. Дерій І. В. Термін "витрати" та його трактування для потреб обліку і контролю / І. В. Дерій // ІІ Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1(26). – С. 154–160.

3. Задорожній З. Р. Внутрішньогосподарський облік у будівництві: методологія і організація: дис. д-ра екон. наук: 08.00.09 / Задорожній Зеновій-Михайло. – Тернопіль, 2007. – 30 с.

4.Палій В.Ф. Організація управлінського обліку / В.Ф. Палій, - М.: Бератор-Пресс, 2003. – 224 с.

5. Білуха М.Т. Теорія бухгалтерського обліку: підручник, / М.Т. Білуха – К.: Київський державний торгово-економічний університет, 2000. – 692 с.

6. Голов С.Ф., Єфименко В.І. Фінансовий та управлінський облік. – К.: ТОВ “Автоінтерсервік”, 1996. – 544 с.

7.Цал-Цалко Ю.С. Витрати підприємства: навч. Посіб. / Ю.С. Цал-Цалко. – К.: Центр навчальної літератури, 2002, - 656 с.

8.Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності. Наказ міністерства економіки України № 226 від 02.03. 2010р.

9. Верига Ю.А. Особливості фінансового обліку витрат в торговельних підприємствах споживчої кооперації /Ю.А. Верига., Н.В. Фірсова // фінанси, облік і аудит: зб. наук. праць / відп. ред. В.Г. Лінник. – К.: КНЕУ.

10. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства: підручник / А.А. Мазаракі, Н.М.Ушакова; за ред. Н.М.Ушакова. / К.: Хрещатик ,1999. – 800 с.

Юлія МОКШАЙТ

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 071 Облік і оподаткування

Науковий керівник: **Марія ЛАЛАКУЛИЧ**

кандидат екон. наук, професор,

кафедри фінансів, обліку та оподаткування

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПОТОЧНОМУ РАХУНКУ У БАНКУ

Відповідно до чинного законодавства України всі підприємства свої вільні грошові кошти повинні в обов'язковому порядку зберігати у банку, причому підприємства мають право самостійно обирати банк та можуть відкривати в ньому один або декілька рахунків як в національній так і в іноземній валютах.

Поточний рахунок, це рахунок, що відкривається банком клієнту для зберігання коштів і виконання платіжних операцій відповідно до умов договору та вимог законодавства [1].

Між банком та його клієнтом укладається договір в якому вказуються умови відкриття рахунка та особливості його функціонування. При здійсненні безготівкових розрахунків підприємства можуть використовувати різні їх види. В залежності від обраної форми виділяють види рахунків, які можуть бути відкриті в банках, а саме: поточний, акредитивний, валютний, депозитний, картковий, кредитний, тимчасовий, спеціальний. На практиці найбільш популярним рахунком, який використовується суб'єктами господарювання є поточний рахунок.

Згідно Інструкції про застосування Плану рахунків [2] для обліку наявності та руху коштів, які знаходяться на рахунках в банках, призначений рахунок 31 «Рахунки в банках». За дебетом цього рахунку відображається надходження грошових коштів, за кредитом - їх використання. Він має наступні субрахунки:

311 «Поточні рахунки в національній валюті»

312 «Поточні рахунки в іноземній валюті»

313 «Інші рахунки в банку в національній валюті»

314 «Інші рахунки в банку в іноземній валюті»

315 «Спеціальні рахунки в національній валюті»

316 «Спеціальні рахунки в іноземній валюті».

На поточний рахунок кошти надходять:

- з каси підприємства (готівка);

- від покупців та замовників (оплата, попередня оплата, погашення векселів, оплата за претензіями);
- від банку (кредити);
- від засновників (внески до статутного капіталу);
- від працівників (погашення заборгованості за відшкодуванням завданих збитків, тощо);
- від об'єктів інвестування (відсотки за борговими цінними паперами);
- інші надходження.

Вибувають грошові кошти з поточного рахунку:

- в касу підприємства (готівка);
- постачальникам, підрядникам, іншим кредиторам (оплати, попередні оплати, погашення векселів);
- банку (погашення кредитів, сплата відсотків по кредитах, комісії за обслуговування рахунку);
- бюджету (сплата податків, зборів та обов'язкових платежів);
- працівникам (виплата заробітної плати, матеріальної допомоги);
- засновникам (виплата дивідендів);
- об'єкту інвестування (сплата за боргові цінні папери, за частку власного капіталу);
- інші вибуття.

Від джерел отримання коштів на поточний рахунок в банку та шляхів їх вибуття залежить повнота, достовірність й правильність їх відображення на рахунках бухгалтерського обліку.

Документ, який відображає рух коштів на поточному рахунку є Виписка банку. Вона замінює собою реєстр аналітичного обліку за операціями, які відбуваються на поточному рахунку в банку та одночасно є підставою для записів в бухгалтерському обліку. Єдиної форми виписки не існує. В кожного банку, в залежності від його інформаційних технологій, своя форма, яка є унікальною і відмінною від інших банків. А тому

бухгалтеру потрібно вміти читати цей документ та розбиратися в реквізитах й сумах, які зазначені в ньому.

Виписки з поточного рахунку, яка надійшли з банку до бухгалтерії підприємства, проходить таку обробку:

- перевіряється відповідність записів у розрахункових документах, що додаються до них;

- проставляються в доданих розрахункових документах і виписці шифри кореспондуючих рахунків відповідно до характеру здійсненої грошової операції, а на документах вказуються ще й порядкові номери запису у виписці. Після цього на всіх доданих до виписки документах ставлять штамп «Погашено»;

- здійснюються окремо за дебетом й окремо за кредитом групування сум шляхом їх підрахунку за однорідними операціями за однойменними кореспондуючими рахунками, шифри яких проставлені у виписці;

- здійснюються записи оборотів за кредитом субрахунка 311 і за дебетом субрахунка 311 з розбивкою за кореспондуючими рахунками(субрахунками).

Обробляючи виписки, бухгалтер повинен пам'ятати, що поточний рахунок для обліку грошових коштів на підприємстві - активний, а для банку - пасивний. Суми, які зазначені у Виписці банку за Дебетом відображаються в обліку на підприємстві за Кт 311. Суми, які зазначені у Виписці банку за Кредитом відображаються в обліку на підприємстві за Дт 311.

Отже, від достовірності, своєчасності, повноти й оперативності обліку грошових коштів на поточному рахунку у банку залежить уся фінансова діяльність суб'єкта господарювання. Побудова належної системи бухгалтерського обліку грошових коштів, які знаходяться на поточних рахунках в банку, передбачає правильність здійснення й відображення всіх етапів їх руху - починаючи із законодавчих й нормативно-правових вимог, оформлення первинних документів, узагальнення та систематизації

інформації в облікових регістрах і завершуючи складанням фінансової звітності.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про платіжні послуги» від 30.06.2021р. №1591-IX.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: затв. наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.

Юліана ПЕХА

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 071 Облік і оподаткування

Науковий керівник: **Леся РИБАКОВА**

кандидат екон. наук, доцент,

кафедри фінансів, обліку та оподаткування

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ГРОШОВИХ КОШТІВ У КАСІ

Гроші є найдавнішим явищем життя суспільства і відіграють суттєву роль у фінансово-господарській діяльності кожного суб'єкта господарювання. Вони присутні на початковому і кінцевому етапах облікового процесу, який включає придбання запасів, виробництво продукції (виконання робіт, надання послуг), а також їх продаж і, відповідно, отримання виручки у вигляді коштів, які зараховані на поточний рахунок в банку або ж отримання готівки в касу підприємства.

Операції з готівкою, які відбуваються в касі суб'єкта господарювання, утворюють готівковий оборот. Основним нормативно-правовим документом, який регламентує готівковий обіг на підприємствах є Положення про ведення касових операцій в національній валюті в Україні, затверджене постановою правління НБУ від 29.12.2017 р. № 148 [1]. Згідно цього положення, для того, щоб підприємство могло здійснювати розрахунки готівкою воно повинно

мати касу. Каса це приміщення або місце здійснення готівкових розрахунків, а також приймання, видачі, зберігання готівки, інших цінностей, касових документів. У касі зберігаються: готівка; цінні папери; грошові документи (поштові марки, проїзні документи, путівки до санаторно-курортних установ); бланки суворого обліку (чекові книжки, трудові книжки та вкладиші до них (якщо не має відділу кадрів)).

Джерела надходження готівки в касу підприємства можуть бути різними. Основні з них:

- від реалізації продукції, товарів чи надання послуг;
- від погашення дебіторської заборгованості;
- від підзвітних осіб(повернення невикористаних підзвітних коштів);
- надходження у вигляді дивідендів, процентів або інших надходжень;
- отримання коштів з банківських рахунків;
- внески засновників(учасників) підприємства;
- інші надходження.

Вибувають грошові кошти з каси підприємства внаслідок:

- виплати заробітної плати та депонованих сум;
- розрахунків з постачальниками та підрядниками за товарно-матеріальні цінності, послуги або виконані роботи з фізичними та юридичними особами;
- погашенні заборгованості перед кредиторами або іншими організаціями;
- видача грошових коштів в підзвіт чи на господарські потреби;
- сплата податків та інших обов'язкових платежів;
- пожертвування та благодійні внески;
- повернення фінансової допомоги, позики тощо.

Підприємства можуть зберігати готівку в касі тільки в межах встановленого ліміту. Ліміт залишку готівки в касі - граничний розмір суми готівки, що може залишатися в касі в позаробочий час та забезпечити роботу на початку наступного робочого дня. Його встановлюють усі підприємства

самостійно, які здійснюють готівкові розрахунки. Підприємства з урахуванням особливостей роботи зобов'язані розробити та затвердити внутрішнім документом - порядок розрахунку ліміту каси. У розрахунку враховується строк здавання підприємством готівкою виручки для її зарахування на рахунки в банках, визначений відповідним договором банківського рахунку. Ліміт залишку готівки в касі встановлюються на основі розрахунку середньоденного надходження готівки до каси або її середньоденної видачі з каси підприємства. Якщо підприємство має відокремлені підрозділи, то до кожного з них при необхідності підприємство має право затвердити окремий ліміт. Установлений ліміт залишку готівки в касі затверджується внутрішнім наказом (розпорядженням) підприємством.

Вся готівка, що перевищує ліміт залишку готівки в касі, обов'язково здається до банку для зарахування на банківські рахунки.

Використання готівки чітко регламентуються Положенням про ведення касових операцій [1], в якому зазначено: 1) кошти, які отримано з поточного рахунку на виплату заробітної плати, пенсій, стипендій, дивідендів можна зберігати в касі на протязі 3-х робочих днів (включаючи день отримання в банку); 2) кошти, отримані в банку на інші цілі - повинні видаватись працівникам в той самий день. Отримані в банку кошти, але не використані за призначенням, повинні бути повернуті назад в банк (для зарахування на поточний рахунок) не пізніше наступного робочого дня.

Згідно Інструкції про застосування Плану рахунків [2] узагальнена інформація про наявність і рух грошових коштів у касі підприємства відображається на рахунку 30 «Готівка», який має такі субрахунки: 301 «Готівка в національній валюті»; 302 «Готівка в іноземній валюті». За дебетом рахунку 30 «Готівка» відображається надходження грошових коштів у касу підприємства, за кредитом - виплата грошових коштів із каси підприємства. Дебетове сальдо вказує на залишок готівки в касі підприємства на відповідну дату.

Операції з руху готівкових грошових коштів оформляються документами типової форми, які є обов'язковими для всіх підприємств (незалежно від форм власності і видів діяльності). Оприбуткування готівки здійснюється на основі прибуткового касового ордеру (ПКО). Видача готівки з каси підприємства документується з використанням видаткового касового ордеру (ВКО). Для контролю за рухом готівкових грошових коштів зазначені ордери обов'язково реєструються в Журналі реєстрації прибуткових та видаткових касових ордерів. В кінці робочого дня інформація, яка наведена в касових документах (прибуткових та видаткових ордерах) відображається в Касовій книзі. Вона є проміжним регістром, в якому узагальнюються операції з надходження та вибуття готівкових грошових коштів за звітний період. При цьому, мінімальним звітним періодом для готівкових коштів є день.

Для здійснення підприємством розрахунків готівкою необхідне дотримання касової дисципліни, встановлення належного порядку організації роботи каси. Відповідальність за своєчасне здійснення операцій з готівкою та касову дисципліну покладено на касира підприємства. Що стосується відповідальності за дотримання порядку ведення операцій з готівковою, то вона покладена на керівників підприємств. З метою контролю за збереженням готівкових коштів, грошових документів і цінних паперів, що знаходяться у касі підприємства застосовуються елементи внутрішнього контролю. В обліку, ефективним методом спостереження є інвентаризація, яка дає можливість проконтролювати законність ведення касових операцій.

Отже, необхідно зазначити, що в наш час всі методичні підходи до ведення бухгалтерського обліку касових операцій повною мірою розроблені та адаптовані в практичній діяльності підприємств. Це стосується і процесу документування, і відображення операцій в системі рахунків.

Список використаних джерел

1. Положення про ведення касових операцій в національній валюті в Україні: затв. постановою правління Національного банку України від 29.12.2017 р. № 148. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.

2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: затв. наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.

Мартин РАЙНІШ

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти,

спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та

біржова діяльність

Науковий керівник: **Марія СИМОЧКО**

старший викладач,

кафедри фінансів, обліку та оподаткування

ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ ТА ОБЛІК НАДХОДЖЕННЯ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Торгівля є одним із видів підприємницької діяльності. Роздрібна торгівля- це вид економічної діяльності, яка пов'язана з купівлею та продажем товарів кінцевим споживачам, а також наданням їм торгових послуг. На підприємства роздрібної торгівлі товари надходять на підставі договорів купівлі-продажу або договорів поставки.

Договір купівлі-продажу(поставки) є основним правовим документом, що визначає права та обов'язки постачальників і покупців. Основними його реквізитами є: найменування сторін, найменування і кількість товарів, ціни, строки поставки, порядок розрахунків.

Товари на підприємствах роздрібної торгівлі оприбутковують на підставі рахунків-фактур, накладних, товарно-транспортних накладних, податкових накладних. Залежно від умов поставки, вказаних у договорі, приймання товарів може здійснюватися :

- на складі підприємства-продавця, якщо доставка товарів здійснюється підприємством - покупцем;
- на складі підприємства - покупця якщо доставка товарів здійснюється підприємством-продавцем;
- у місці розвантаження транспортних засобів, розпечатування опломбованих транспортних засобів чи контейнерів або на складі перевізника, якщо доставка здійснюється підприємствами залізничного, повітряного, водного, автомобільного транспорту.

Приймання товарів на складі здійснюється матеріально-відповідальною особою на підставі товаросупровідних документах. Товар приймають за кількістю і якістю, якщо фактичний стан товарних запасів відповідає даним супровідних документів, матеріально-відповідальна особа проставляє свій підпис на всіх примірниках первинних документів, один (чи два) залишає собі.

У випадку відсутності таких документів або деяких з них приймання товару не призупиняється, а складають акт про фактичну наявність отриманого товару із зазначенням товарів яких не вистачає.

Товар, який надходить від населення за готівковий розрахунок їх оприбуткування здійснюють на підставі Закупівельного акта.

Придбані або отримані товари зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю.

Згідно з НП (С) БО 9 «Запаси» первісна вартість товарів, що придбані за плату, дорівнює собівартості товарів, яка складається з таких фактичних витрат:

- суми, що сплачуються згідно з договором постачальнику (продавцю) за вирахуванням непрямих податків та знижок, наданих постачальником (продавцем);

- суми ввізного мита;

- суми непрямих податків у зв'язку з придбанням запасів, які не відшкодовуються підприємству;

- витрати на транспортування та заготівлю товарів, включаючи оплату тарифів (фрахту) за вантажно-розвантажувальні роботи та транспортування товарів різними видами транспорту до місця їх використання, а також страхування ризиків під час транспортування товарів. Існує два методи розподілу транспортно-заготівельних витрат: методом прямого розподілу, коли сума ТЗВ включається до первісної конкретних товарів при їх оприбуткуванні; методом розподілу за середнім відсотком, при якому облік ведеться на окремому субрахунку товарів;

- інші витрати, які безпосередньо пов'язані з придбанням запасів і доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання у запланованих цілях. До таких витрат, зокрема, належать прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати підприємства на доопрацювання і підвищення якісно технічних характеристик запасів [1].

Через значну й змінну номенклатуру товарів, на підприємствах роздрібної торгівлі облік товарів ведуть за продажними цінами. При цьому продажна ціна формується уже при надходженні товарів тобто до первісної вартості товару додають торговельну націнку та ПДВ.

Для обліку товарів за продажними цінами використовується такі субрахунки:

- субрахунок 282 «Товари в торгівлі». На цьому субрахунку ведеться облік руху та наявності товарів, що знаходяться на підприємствах роздрібної торгівлі (в магазинах, ятках, кіосках, у буфетах підприємств громадського харчування тощо);

- субрахунок 285 «Торгова націнка» На субрахунку 285 «Торгова націнка» підприємства роздрібно́ї торгівлі при ведені обліку товарів за продажними цінами відображають торгові націнки на товари, тобто різницю між покупною та продажною (роздрібною) вартістю товарів. За кредитом субрахунку 285 відображається збільшення суми торгових націнок, за дебетом - зменшення (списання). Списання за розрахунками суми торгової націнки на реалізовані товари відображається за дебетом субрахунку 285 і кредитом субрахунку 282 або способом сторно зворотною кореспонденцією цих рахунків. У звітність включається згорнуте за всіма субрахунками сальдо рахунку 28. Типова кореспонденція бухгалтерських рахунків з обліку надходження товарів на підприємства роздрібно́ї торгівлі наведена у (таблиці 1).

Таблиця 1

Типова кореспонденція бухгалтерських рахунків з обліку надходження товарів на підприємства роздрібно́ї торгівлі

/п	Зміст господарської операції	Кореспондуючі рахунки	
		Дебет	Кредит
Перша подія- отримання товарів			
	Отримано товари від постачальника за купівельними цінами, без ПДВ	282	631
	Відображено податковий кредит з ПДВ	641	631
	Нараховано торговельну націнку	282	285
	Перераховано з поточного рахунка	631	311

	заборгованість постачальнику за товари		
Перша подія- передоплата постачальнику			
	Перераховано з поточного рахунка постачальнику передоплату за товар	371	311
	Відображено податковий кредит з ПДВ	641	644
	Отримано товари від постачальника за купівельними цінами, без ПДВ	282	631
	Нараховано торгівельну націнку	282	285
	Списано суму раніше нарахованого податкового кредиту	644	631
	Відображено взаємозалік заборгованостей	631	371

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: Наказ Міністерства фінансів України № 246 від 20. 10. 1999 (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.

Юлія СЕРЕДЮК

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності

073 Менеджмент

Готельний і ресторанный менеджмент

Науковий керівник: **Еріка ЮГАС**

кандидат екон. наук, доцент,

кафедри фінансів, обліку та оподаткування

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Згідно Закону України « Про туризм», готель - засіб тимчасового розміщення, що складається з шести і більше номерів та в якому суб'єктом господарювання надаються готельні послуги[1]. Готелі зазвичай надають широкий спектр послуг, щоб зробити перебування гостей комфортним. Що стосується обліку послуг у готельному господарстві то він має свою специфіку через різноманітність послуг, що надаються, і їх сезонністю. Послуги в готельному господарстві поділяються на основні та додаткові. До основних послуг готелю відносяться послуги, які включаються в ціну номера (місця) і надаються споживачу згідно укладеним договором, а саме: проживання, харчування, прибирання номерів, забезпечення безпеки гостей і їхнього майна, послуги зв'язку тощо. До додаткових послуг готелю відносяться послуги, які споживач замовляє і оплачує додатково за окремим договором, а саме: транспортні послуги, прання та хімчистка, спа-послуги, інтертейнмент тощо. Ці послуги можуть варіюватися залежно від рівня готелю та потреб гостей і тому для обліку доходів і витрат за готельними послугами необхідна їх правильна класифікація.

Основним видом послуг готельного господарства є надання послуг з проживання. Особливості обліку виручки від послуг проживання полягає у моменті визнання факту надання послуг: щоденно або в кінці терміну найму номера. Тому, у наказі про облікову політику необхідно зазначити обраний варіант визнання доходів за готельними послугами, тобто виручка визнається за послуги проживання щоденно або по закінченню терміну заїзду.

При формуванні вартості послуг за проживання, важливим є передбачити вартість послуг харчування: з харчуванням або без харчування.

Особливістю обліку послуг в готельному господарстві є відображення витрат. Тому, в наказі про облікову політику необхідно вказати, які витрати будуть включатись у собівартість послуг та які витрати будуть відноситись до витрат звітного періоду.

Необхідно зазначити, що собівартість послуг готельного господарства може суттєво варіюватися в залежності від типу готелю (економ, середній клас, люкс), його розташування, рівня сервісу і тому одні і ті ж послуги для одного готелю є основними, а для готелів іншої категорії, дані послуги є додатковими і замовляються та оплачуються клієнтами окремо та включаються у витрати звітного періоду.

На нашу думку, найбільш оптимальним методом калькулювання готельних послуг є метод **калькулювання витрат готельних послуг за фактичними витратами**, при якому витрати розраховуються на основі реальних фактичних витрат, понесених протягом певного періоду часу. Це дає можливість точно вирахувати витрати, пов'язані з наданням конкретних послуг клієнтам, та більш точно визначити собівартість кожної послуги.

При формуванні собівартості готельних послуг, необхідно визначити, які витрати будуть в неї включатися, вибрати порядок обліку цих витрат - в якому розмірі їх включати в собівартість і в який період часу, встановити об'єкти калькулювання. У собівартість включаються витрати, безпосередньо пов'язані з наданням послуг проживання, побутового обслуговування постояльців і інших готельних послуг зокрема:

- матеріальні витрати;
- витрати на оплату праці працівників та відрахування до ЄСВ;
- амортизація будівель та обладнання (меблі, техніка).
- оренда або утримання приміщень (якщо готель не є власністю);

- витрати по підтримці основних засобів об'єктів інженерної інфраструктури в робочому стані, а також обслуговуючих їх машин і механізмів, включаючи ремонт і технічне обслуговування;

- витрати забезпечення виконання санітарно-гігієнічних вимог, протипожежної і сторожової охорони та інших спеціальних вимог, передбачених правилами технічної експлуатації; витрати по забезпеченню нормальних умов праці і техніки безпеки, в тому числі витрати на проведення медоглядів та інструктажів;

- витрати на проведення протипожежних заходів;

- витрати, пов'язані з підготовкою та перепідготовкою кадрів;

- витрати на проведення аварійно-відновлювальних робіт,

- витрати від простоїв з внутрішньовиробничих причин і недостачі матеріальних цінностей при відсутності винних осіб, витрати по відшкодуванню шкоди, заподіяної працівникам каліцтвом;

- податки, збори, платежі та інші встановлені законодавством відрахування;

- витрати по оплаті енергії, водопостачання, опалення, прання білизни;

- витрати по телефонізації, радіомовлення;

- відрахування на страхування майна;

- управлінські витрати: утримання адміністративно-управлінського персоналу, оплата консультаційних, інформаційних, аудиторських, страхових послуг, утримання і обслуговування технічних засобів управління і програмного забезпечення;

- витрати на комісійні, агентські та інші винагороди стороннім організаціям, що надають комерційні послуги, - туроператорам і турагентам;

- представницькі витрати;

- витрати на рекламу (цілеспрямований інформаційний вплив на споживача для просування послуг на ринку збуту) тощо.

Отже, чітке формування об'єктів калькулювання забезпечить якісну організацію визначення собівартості готельних послуг та їх відображення в бухгалтерському обліку.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР - Електронний ресурс. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0324-95>.

Ростислав ТОВТИН

здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 071 Облік і оподаткування

Науковий керівник: **Леся РИБАКОВА**

кандидат екон. наук, доцент,
кафедри фінансів, обліку та оподаткування

АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ

Аудит розрахунків з оплати праці відіграє важливу роль у системі як внутрішнього так і зовнішнього контролю. Це пов'язано з тим, що облік праці і заробітної плати потребує уваги і сконцентрованості, оскільки пов'язаний з обробленням великої кількості первинної інформації, має багато однотипних операцій, здійснення яких потребує багато часу.

Як, зазначає Полуянова О. І. аудит розрахунків з оплати праці - це трудомістке і відповідальне завдання з надання впевненості, бо поєднує в собі елементи фінансового аудиту й аудиту на відповідність, що пов'язано з необхідністю дотримання трудового та податкового законодавства при формуванні фінансової інформації про розрахунки з оплати праці та інші виплати працівникам [1].

Метою аудиту розрахунків з оплати праці є перевірка правильності та законності нарахування та своєчасності виплати заробітної плати, а також дотримання законодавчих вимог, норм та правил щодо оподаткування, страхування та інших обов'язкових відрахувань.

До найважливіших завдань аудиту розрахунків з працівниками з оплати праці належать:

- перевірка обліку особового складу працівників підприємства;
 - перевірка правильності документального оформлення розрахунків з оплати праці;
 - перевірка правильності нарахування основної, додаткової заробітної плати та інших заохочувальних і компенсаційних виплат;
 - перевірка правильності розрахунку середньої заробітної плати;
 - перевірка обґрунтованості віднесення витрат на оплату праці на собівартість продукції або на витрати операційної діяльності, які не включаються до собівартості реалізованої продукції;
 - вивчення правильності розподілу витрат на оплату праці між видами готової продукції (виконаних робіт, наданих послуг) та по звітних періодах;
 - перевірка своєчасності розрахунків з працівниками з оплати праці;
 - перевірка правильності нарахувань на фонд оплати праці та утримань із заробітної плати, своєчасність їх сплати відповідним органам;
 - перевірка стану обліку розрахунків з працівниками з оплати праці;
 - перевірка своєчасності виплати заробітної плати тощо [2].
- Аудитор, під час проведення аудиту розрахунків з оплати праці, збирає аудиторські докази, в яких міститься інформація, яка є підставою для підготовки аудиторського висновку. Згідно з МСА 500 «Аудиторські докази», аудитор під час аудиту розрахунків з оплати праці використовує різноманітні процедури для отримання достатніх і відповідних аудиторських доказів, а саме: перевірка, опитування, спостереження, підрахунки, підтвердження, аналітичні процедури.

Перед початком проведення аудиту розрахунків з оплати праці, аудитор має з'ясувати кілька основних аспектів, щоб ефективно провести перевірку. Основні з них:

- форми і системи оплати праці на підприємстві;
- наявність на підприємстві положення про оплату праці, положення про преміювання, колективного договору;
- середньосписковий та обліковий склад працівників;
- як організований облік розрахунків з оплати праці.

На думку Дубицького Д.П. та Шепель К.Ю.- аудиторська перевірка розрахунків з оплати праці передбачає опрацювання значної кількості інформації. З метою оптимізації роботи аудитора з інформацією, що документує процеси розрахунків з оплати праці, доцільним є виокремлення серед джерел інформації чотирьох основних груп документів: організаційно-розпорядчих, господарсько-договірних, обліково-фінансових та довідково-інформаційних(рис.1).

СЕКЦІЯ 2

Тетяна ГЕРЦАН

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,

спеціальності

072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок

Науковий керівник: **Радміла ПІДЛИПНА**

доктор екон.наук, професор

завідувач кафедри фінансів, обліку та оподаткування

ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ ФІНАНСІВ ТА ЕТАПИ ЇХ ЕВОЛЮЦІЇ

Фінанси відіграють важливу роль у функціонуванні сучасної економіки, впливаючи на розвиток як окремих країн, так і міжнародних ринків. Щоб зрозуміти суть фінансових інструментів і їх вплив на економічні процеси, необхідно дослідити історичні витоки та етапи їх еволюції. Аналіз розвитку фінансів дозволяє простежити, як змінювалися економічні відносини, починаючи від найпростіших форм обліку та обміну у ранніх цивілізаціях, до появи складних фінансових механізмів і установ у сучасному світі.

Появу та розвиток категорії фінансів можна обумовити такими факторами:

- 1) суспільний розподіл праці і створення різних соціально-економічних формацій;
- 2) достатньо високий рівень розвитку грошового господарства, чітке формування та використання основних функцій грошей;
- 3) поява самостійних, незалежних суб'єктів господарювання, які здійснюють підприємницьку діяльність і створюють для виробництва необхідні грошові фонди;
- 4) розвиток товарно-грошових відносин, обумовлений зростанням виробництва і збільшенням ВВП та НД;

5) в процесі відносин формувався загальнодержавний фонд грошових коштів – бюджет;

6) виникнення та укріплення централізованої держави, яка забезпечує систему законодавчих та правових норм [3].

Розглядаючи історію суспільства можна виділити основні етапи еволюції фінансів (рис.1)

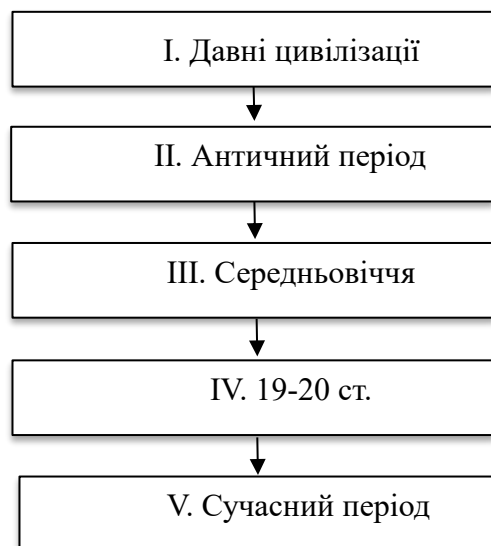


Рис. 1. Етапи еволюції фінансів

Розглянемо кожен з цих періодів еволюції фінансів.

В давній цивілізації як такої грошової одиниці не існувало, вони існували в вигляді продукції якою обмінювались люди. Виникнення було зумовлене появою надлишків деякого виду продукції, які можна було обміняти між собою на інші товари, що були в дефіциті. Перші обмінні еквіваленти були в вигляді: каменю, шкіри тварин, худоби, металевих виробів тощо.

Для античного періоду було характерне виникнення державних бюджетів, податкової системи та фінансової звітності. В Стародавній Греції почали розвиватися такі галузі як: землеробство, скотарство, ткацтво та інші сфери, які потрібно було впорядковувати, для цього було створено

державний бюджет та податкову систему. Податки стягувались в вигляді продукції, наприклад: врожай, шкіра тварин, металеві вироби та інше [1].

В середньовіччі держави почали вести торгівлю за кордоном, займатися імпортом та експортом продукції якою переважали. Також в ті часи з'явилися перші банківські системи та перші банки в Європі, які стали великим поштовхом для економіки держав. З'явилися перші валюти з якими вже розпочали валютний обмін, сприяючи розвитку торгових мереж.

В ті часи також з'явилася плата за вивезення товарів «мити», продавці були змушені сплачувати його для того щоб перевезти свій товар за межі міста або країни, що також свідчить про розвиток торгівлі в ті часи [4].

XIX-XX ст. цей період приніс значні інновації у фінансовій сфері, зокрема, створення міжнародних фінансових інститутів, таких як Міжнародний валютний фонд, який був створений в 1944 р. для регулювання валютних та кредитних відносин між країнами та надання допомоги в разі дефіциту платіжного балансу [2].

Отже, фінанси в XIX-XX століттях розвивалися у відповідь на потреби індустріалізації, економічної кризи та необхідності ефективного управління міжнародними економічними відносинами.

На початку XXI століття фінансовий сектор змінюється завдяки технологічним інноваціям. Інтернет і цифрові платформи створили нові можливості для фінансових, банківських послуг, наприклад: інтернет банкінг, криптовалюта яка з кожним днем набирає популярність та попиту.

Дослідження історії виникнення фінансів дозволяє краще зрозуміти їх еволюцію від простих форм обміну до складних фінансових інститутів сучасності. Від моменту зародження перших економічних відносин між людьми до розвитку міжнародних банківських систем, фінанси відігравали ключову роль у соціально-економічному розвитку суспільств. Їхня поява була зумовлена потребою в управлінні ресурсами, підтримці економічної

діяльності та забезпеченні стабільності у відносинах між державами та підприємствами.

Список використаних джерел

1. Економіка Стародавньої Греції URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
2. Міжнародний валютний фонд URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki.>
3. Ставерська Т. О., Іванюта О. М. Історія фінансів: навч.посіб./Т. О. Ставерська, Іванюта О. М. –Харків : Видавець Іванченко І. С., 2013. – 83 с.
4. Торгівля в середньовічній Європі
URL:<https://www.worldhistory.org/trans/uk/2-1301/>

Олена ГЛУХАНИЧ

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент

Науковий керівник: **Володимир БЕДЗИР**

ст. викладач кафедри технології і організації ресторанного
господарства

РЕГУЛЮВАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ АКТИВІВ: АКТУАЛЬНІ ВИКЛИКИ

Під віртуальними активами розуміють будь-які цифрові інструменти, які мають сформовану вартість та придатні для обміну або використання для специфічних цілей. Цей термін включає не лише криптовалюти, такі як Bitcoin або Ethereum, але й широке коло цифрових токенів, а також віртуальні товари та послуги, які існують в ігрових середовищах або віртуальних світах. Їх природа та функції, що вони виконують, залежать

від технологічного алгоритму, на основі якого вони функціонують, однак вони не мають фізичної форми та існують лише у цифровому середовищі.

Регламент (ЄС) 2023/1114 Європейського парламенту від 31 травня 2023 року визначає криптоактиви як цифрове представлення цінності або права, яке можна передавати та зберігати в електронному вигляді за допомогою технології розподіленого реєстру (Distributed Ledger Technology або DLT) чи подібної технології [1]. DLT – це технологія, що дозволяє записувати та спільно використовувати дані в певній мережі. Найважливішою перевагою цієї технології є те, що контроль над реєстром здійснює не одна особа, а кілька або навіть всі учасники системи – залежно від типу розподіленого реєстру. Тобто в розподіленому реєстрі жоден окремий учасник мережі не може самостійно доповнити чи змінити реєстр.

Першим ефективно працюючим і повністю реалізованим прикладом DLT вважається блокчейн, а першою криптовалютою – Bitcoin, датою появи якого вважається 9 січня 2009-го року. При цьому максимальна кількість Bitcoin обмежена і становить 21 мільйон «монет» [2]. Усі наступні криптовалюти отримали назву “альткоїни” (скорочення від alternative coin, тобто «альтернативна монета»). Ринок криптовалюти охоплює кілька тисяч різних «монет», однак Bitcoin залишається найвідомішим і найбільш вагомим за ринковою капіталізацією віртуальним активом – 1,65 трлн доларів США; наступна за капіталізацією «монета» – Ethereum – тільки 231,2 млрд доларів [3].

Українські регулятори фінансового ринку – Нацбанк, державні органи та законотворці – тривалий час не могли дійти нормативно-правового консенсусу щодо функціонування вітчизняного ринку віртуальних (цифрових) активів, при тому що українські резиденти є помітними гравцями на глобальному ринку криптовалюти. Важливим етапом норматизації стало прийняття ВРУ 17.02.2022 року Закону № 2074-IX «Про віртуальні активи» [4], який хоча й не набрав чинності через необхідність внесення відповідних змін у податкове законодавство та

створення Державного реєстру постачальників пов'язаних з віртуальними активами послуг, наразі є базовим нормативним документом в цій специфічній сфері.

Згідно Закону № 2074-IX, віртуальним активом є нематеріальне благо, що є об'єктом цивільних прав, має вартість та виражене сукупністю даних в електронній формі. Існування та оборотоздатність віртуального активу забезпечується системою забезпечення обороту віртуальних активів. Віртуальний актив може посвідчувати майнові права, зокрема права вимоги на інші об'єкти цивільних прав. Закон визначає правовий режим віртуальних активів та поділяє їх на дві категорії: незабезпечені віртуальні активи, які не посвідчують майнових прав та забезпечені віртуальні активи, які посвідчують майнові права, зокрема права вимоги на інші об'єкти цивільних прав (частини 2 та 3 статті 4). Серед забезпечених віртуальних активів згаданий Закон виділяє фінансові віртуальні активи, які можуть бути забезпеченими валютними цінностями або цінними паперами чи деривативними фінансовими інструментами (частина 6 статті 4). Під забезпеченням віртуального активу розуміється посвідчення ним майнових прав, зокрема прав вимоги на інші об'єкти цивільних прав [4]. Однак забезпечення віртуальних активів не є забезпеченням виконання зобов'язання; тобто такі активи на території України не вважаються засобом платежу і не можуть бути об'єктом обміну на майно, роботи або послуги.

Як бачимо, вітчизняний підхід до віртуальних активів обережний. Україна повинна не тільки брати до уваги міжнародний досвід, але й розробляти унікальні рішення, які б відповідали специфіці внутрішнього ринку. До слова, в різних країнах ставлення до системи Bitcoin кардинально різниться. В окремих країнах операції з біткойнами вважаються кримінальним злочином, а в деяких офіційно дозволені, як з будь-яким товаром або інвестиційним активом, та оподатковуються згідно відповідного законодавства. Приміром, в Японії Bitcoin є законним

платіжним засобом з податком на їх купівлю. У Китаї операції з біткойнами заборонені для банків, але дозволені для фізичних осіб. Здавалося б нещодавно, у 2021 році, Сальвадор здивував світ, визнавши Bitcoin законним платіжним засобом, що обернулося гучним конфліктом з Міжнародним валютним фондом, провідним кредитором країни. Аж тут - 6 березня 2025 року - президент США підписав указ про створення стратегічного резерву цифрових активів, планується закупити 1 млн біткойнів, а також інші криптовалюти. Очікується, що це несподіване рішення країни з найпотужнішою економікою стане визначальним трендом на глобальному ринку – і не тільки цифрових активів.

Список використаних джерел

1. Regulation (Eu) 2023/1114 of the European Parliament and of the Council of 31 May 2023. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2023/1114/oj/eng>
2. Вікіпедія : Вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%96%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B9%D0%BD>
3. Cryptocurrency Prices Today By Market Cap. URL: <https://www.forbes.com/digital-assets/crypto-prices/?sh=5a18b1722478>
4. Про віртуальні активи : Закон України 2074-IX від 17.02.2022; редакція від 15.11.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2074-20#Text>

Володимир ГЛЮДЗИК

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 072 Фінанси, банківська справа та страхування

Науковий керівник: **Валерія СМОЧКО**

кандидат економічних наук, доцент

ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ЯК ЗАСІБ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Нараховуючи найманому працівникові заробітну плату, роботодавець автоматично утримує податок на доходи фізичних осіб у розмірі 18% плюс 1,5% військового збору (загалом 19,5%). Перераховуючи ці податки до держбюджету за своїх найманих працівників, роботодавець виступає класичним податковим агентом, хоча реальним суб'єктом-платником таких податків і зборів є безпосередній працівник, праця якого стала джерелом доданої вартості, завдяки якому роботодавець отримує валовий дохід, а зрештою й прибуток, що є базою для сплати роботодавцем вже «власного» податку – на прибуток підприємств у розмірі 18%.

Податок на додану вартість (ПДВ) відноситься до непрямих податків. Підприємство, яке їх сплачує до держбюджету, виступає лише транзитером, адже реалізуючи свою продукцію, підприємець отримує суму ПДВ від кінцевих споживачів та перераховує ці гроші державі, тобто реальний платник ПДВ (як, власне, й акцизного збору) – це кінцевий споживач.

Отже, кінцевий споживач, тобто населення, сплачує податки на працю, споживання та податки на активи. А бізнес сплачує податок на прибуток, єдиний податок, ренту за видобуток природних ресурсів, податок на активи.

У 2023 році до зведеного державного бюджету надійшло 1,213 трлн. грн податків і зборів, з них до місцевих бюджетів - 430 млрд., а до центрального - 783,6 млрд. грн [1]. При цьому населення у вигляді податку на доходи сплатило 534 млрд гривень, або 44%; а якщо до цього додати податок на додану вартість, акцизи, туристичний збір, то загалом отримаємо 826 млрд грн, або 73% [2]. В той час як податки, сплачені власне бізнесом (податок на прибуток, рента, податок на активи, єдиний податок) становили 303 млрд грн, тобто лише 23% від загальної суми податків і зборів.

Якщо оцінювати загальні надходження коштів до державного бюджету під час війни з усіх джерел, у тому числі й неподаткових, ситуація суттєво не зміниться. Так, за перше півріччя 2024 року податкові надходження становили близько 68% доходів бюджету. При цьому населення сплатило майже 48% доходів бюджету, а бізнес – менше 17 відсотків доходів бюджету, що майже втричі менше [3].

Власне, для стимулювання внутрішнього споживання владою України наприкінці 2024 року була ініційована програма «Зимова е-пітримка», в рамках якої кожен українець міг отримати від держави матеріальну допомогу в розмірі 1000 гривень. Однак більшість експертів оцінюють вплив цієї програми на економіку як мінімальний або просто невизначений. Щоб стимулювати ринок праці, внутрішню купівельну спроможність населення та внутрішнє споживання, стверджують експерти, логічно було б зменшувати податок на працю та податки на кінцеве споживання соціальних товарів та послуг. Приміром, скорочення податків на працю на тих територіях, де існує підвищена небезпека ведення бізнесу, здебільшого це прифронтові та прикордонні з Росією території. Розглядається зниження ПДВ на базові соціальні товари (хліб, молоко) та послуги, насамперед комунальні, і в той же час підвищення податку на споживання товарів тривалого користування (велика побутова техніка, автомобілі, предмети розкоші тощо). [4]

На тлі жвавих експертних дискусій щодо шляхів стимулювання економіки в умовах воєнного стану, Верховна Рада прийняла за основу законопроект №11416-д, де анонсовано підвищення податків, в тому числі військового збору до 5% для найманих працівників [5]. Фактично податки на працю зросли до 23% (18% ПДФО плюс 5% військовий збір). Зросли також податки на підприємництво: фізичні особи-підприємці третьої групи отримали додатковий відсоток до ставки оподаткування своїх доходів – тепер це 5% єдиного збору та 1% військового збору (загалом – 6%). ФОП-и першої та другої груп заплатять військовий збір у розмірі 10% від

мінімальної зарплати (наразі це 800 грн). Що радше за все буде сприяти тінізації підприємницької діяльності.

Втім, зазначимо, що зменшення податків не завжди призводить до збільшення їх надходжень до держбюджету пропорційно до розміру ВВП, хоча саме в такій податковій реформі закладено очікування, що детінізація призведе до зростання податкових надходжень, а не навпаки. Як приклад можна згадати вітчизняний досвід: ставка податку на доходи фізичних осіб зросла з 15% до 18% (а з урахуванням військового збору – до 19,5%). При цьому частка цього податку у ВВП зросла із 4,5 до 6,4%. Водночас, ставка податку на доходи підприємств скоротилася з 24% до 18%, але частка цього податку у ВВП не зросла, як очіувалося, а теж скоротилася – з 4,1% до 3%. [2]

Зменшення ставки податку не завжди стає стимулом його сплачувати. В цьому контексті варто застосовувати стимулюючу роль податків – приміром, надання фізичним особам права на податкове списання на суму інвестицій у довгострокові потреби (освіту, іпотеку, медичне страхування). Аналогічне право на зменшення оподатковуваного прибутку на суму інвестицій у нові технології, інновації, стартапи має отримати і бізнес.

Список використаних джерел

1. Міністерство фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk/budget-policy>
2. Мінфін: український портал про фінанси і інвестиції. URL: <https://minfin.com.ua/>
3. Національний банк України: Макроекономічні показники. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/macro-indicators#4>
4. Дзеркало тижня. URL: <https://zn.ua/ukr/macroeconomics/pidvishchennja-podatktiv-khto-zaplatit-najbilshe-ta-chi-je-tsomu-alternativi.html>

5. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану; документ №4015-IX від 10.10.2024. URL: <https://itd.rada.gov.ua/BILLINFO/Bills/Card/44809>

Михайло КОТЕНОК

аспірант кафедри економічної теорії
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ЗВ'ЯЗКІВ МІЖ СТРУКТУРНИМИ ЗМІНАМИ В ЕКОНОМІЦІ ТА ЇЇ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ

У величезному та різномірному масиві літератури зі сталого розвитку поширені публікації, що тлумачать процеси наближення національної економіки до моделі стійкого розвитку як комплексний суспільний процес, що супроводжується системними структурними змінами – як стосовно джерел ресурсів, що використовуються в національному виробництві, так і стосовно їх розподілу між сферами використання у виробництві та, нарешті, стосовно структури суспільних потреб, що задовольняються у процесі споживання [1;2]. Це дозволяє виділити два фундаментальні компоненти сталого розвитку, що висвітлюються в науковій літературі відповідної проблематики. Перший – зростання продуктивності національного виробництва (з акцентом оцінювання на технологічний, ресурсоощадний аспект ефективності, проте з урахуванням також і важливості зростання доходності – як необхідній економічній умові поширення ресурсоощадних виробничих практик), що втілює виробничий компонент сталого розвитку [3]. Другий – розширення кола бенефіціарів, зростання економічної ефективності та якісне оновлення потреб і мотивації

участі в національному виробництві, що втілює розподільчо-споживчий компонент сталого розвитку [4;5].

У свою чергу, перший компонент (виробничий) уможлиблюється через сходження по сходах зростання технологічного рівня виробництва, що протягом першої половини XX ст. передбачало розвиток індустріального сектору економіки, а в першій чверті XXI – активне становлення постіндустріальної моделі економіки та розвиток сфери нематеріального (інформаційного) виробництва і сфери послуг. Досягнення лідерства у виробничій ефективності та забезпечення високої адаптивності до змін, породжуваних науково-технічним прогресом вимагає також інклюзивності сфери економічної активності. Остання забезпечує постійну конкуренцію на основі прозорих ринкових механізмів відбору тих осередків використання ресурсного потенціалу, що здатні створювати цінніші для споживачів блага з меншими витратами ресурсів. Відповідно, інноваційність стає іманентною рисою господарської діяльності, а попит на високо кваліфіковану працю динамічно розширюється, забезпечуючи збереження високого рівня оплати праці.

Власне саме інклюзія, конкурентність та іманентність інновацій забезпечують зв'язок між виробничою і розподільчо-споживчою ефективністю: суспільство досягає вищої ефективності в разі, коли розподільчі відносини забезпечують долучення широких верств населення до розподілу вигід генерованих економічним зростанням, підвищенням технологічного рівня виробництва і розширенням виробничих можливостей. Саме це формує передумови для активізації інвестування в людський капітал та формування широкого конкурентного середовища у затребуваних національним виробництвом сферах професійної діяльності. А останнє, у свою чергу, веде до базування глобальної конкурентоздатності національного виробництва на кращій забезпеченості економіки людським капіталом, замикаючи «коло стійкого розвитку»: висока ефективність базується на розвитку людського капіталу і завдяки значущості цього

ресурсу для отримання господарських результатів, характер розподілу доходів сприяє подальшому нарощенню й розширеному відтворенню запасів цього ресурсу. Відповідно, сфера відтворення людського капіталу набуває центрального, критичного значення для функціонування національної моделі економіки – саме на цих рисах сучасних розвинутих країн, що демонструють, переважно, кращі досягнення щодо цілей стійкого розвитку, акцентують як вітчизняні [6] так і західні дослідники [7], які фокусуються саме на соціальних, а не екологічних аспектах стійкого розвитку.

Відповідно, в основі наближення національної економіки до моделі стійкого розвитку певні узгоджені між собою структурні зміни, що передбачають витіснення первинних видів економічної діяльності (сільського господарства та добувної промисловості) тими галузями, що передбачають інтенсивніше використання досягнень науково-технічного прогресу, розширення попиту на кваліфіковану робочу силу. Більше того, якщо ці процеси ґрунтуються на широкому доступі до участі в накопиченні ресурсів для зростання, супроводжуються розширенням кола бенефіціарів економічного зростання, то власне і формується модель стійкого розвитку, де приріст ефективності веде до поліпшення добробуту а поліпшення добробуту зберігає значення провідного фактору розширення інвестування у людський капітал і подальшого поліпшення факторних умов нарощення ефективності.

Список використаних джерел

1. Stevens, C. (2010). Linking sustainable consumption and production: The government role. *Natural Resources Forum*, 34, 16-23. doi: 10.1111/j.1477-8947.2010.01273.x
2. Stankeviciute, Z., & Kunskaia, S. (2021). Towards to sustainable development: theoretical research. *Research Journal*, 26, 202-220. doi: 10.13165/PSPO-21-26-01.

3. Seuring, S., & Gold, S. (2013). Sustainability management beyond corporate boundaries: From stakeholders to performance. *Journal of Cleaner Production*, 56(1), 1-6. doi: 10.1016/j.jclepro.2012.11.033.
4. Nordhaus, William D., "How Should We Measure Sustainable Income?" (1995). Cowles Foundation Discussion Papers. 1344. <https://elischolar.library.yale.edu/cowles-discussion-paper-series/1344>
5. Stiglitz Joseph E. *The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future*. W. W. Norton & Company. 2013. 560 p. URL: <https://wwnorton.com/books/the-price-of-inequality/>
6. Лук'яненко Д. Г., Поручник А. М., Колот А. М. (2008). *Глобальна економіка XXI століття: людський вимір: монографія*. Київ : КНЕУ, 420 с.
7. Stiglitz J. *Towards a New Paradigm for Development: Strategies, Policies, and processes* // Prebisch Lecture at UNCTAD. – Geneva. 1998. – 19 October

Дмитро ЛУПЕЙ

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальності

072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок

Науковий керівник: **Радміла ПІДЛИПНА**

доктор екон.наук, професор
завідувач кафедри фінансів, обліку та оподаткування

ЦИФРОВІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВУ СТАБІЛЬНІСТЬ

Цифровізація банківського сектору є важливим аспектом для розвитку сучасної економіки. Вона перетворює традиційний банківський ландшафт, сприяючи ефективності, зниженню витрат, покращенню доступності послуг та інтеграції нових технологій. Фінансова стабільність,

у свою чергу, є необхідною умовою для ефективного функціонування банківської системи і розвитку економіки в цілому. Вона забезпечує довіру до фінансових інститутів, стабільність валютного курсу та макроекономічне середовище, що сприяє інвестиціям та економічному зростанню.

Тема дослідження є надзвичайно актуальною для розуміння взаємозв'язку між цифровими технологіями та фінансовою стабільністю, а також для розробки стратегій адаптації банків до нових реалій цифрової економіки.

«Фінансова стабільність – це здатність фінансової системи забезпечувати ефективний розподіл ресурсів, управління ризиками та підтримку стійкості економіки до можливих шоків» [2]..

Національний банк України зазначає, що за фінансової стабільності система ефективно перетворює вільні кошти громадян та бізнесу на кредити й інвестиції, залишається ліквідною та капіталізованою, а платіжні операції відбуваються безперешкодно. Крім того, фінансова стабільність сприяє уникненню системних криз, дозволяючи фінансовим установам ефективно управляти ризиками та підтримувати довіру населення до банківської системи

Цифровізація банківського сектору є важливим інструментом для зміцнення фінансової стабільності. Використання цифрових технологій у банківських процесах сприяє підвищенню ефективності, зменшенню операційних ризиків та покращенню доступу до фінансових послуг.

Національний банк активно підтримує цифровізацію банківської сфери через впровадження нових регуляторних стандартів та розвиток безготівкових розрахунків. Важливим аспектом є також розвиток цифрової гривні, що потенційно може покращити стійкість фінансової системи [2].

Світовий банківський сектор зараз переживає значні зміни завдяки застосуванню новітніх цифрових технологій. Основні з них, які реформують фінансову індустрію представлені в табл.1.

Основні цифрові технології, що реформують світовий банківський сектор

Технологія	Характеристика
Штучний інтелект (ШІ)	використовується для автоматизації рутинних операцій, аналізу даних, виявлення аномалій та навіть для створення інтелектуальних віртуальних помічників
Машинне навчання (МН)	дозволяє банкам будувати прогностичні моделі для виявлення тенденцій на фінансових ринках та клієнтській поведінці
Технологія блокчейн	відома своєю здатністю забезпечувати децентралізовану та надійну систему обліку та транзакцій, змінює способи, якими банки здійснюють розрахунки та забезпечують безпеку транзакцій. Вона може скоротити витрати на посередників та забезпечити покращену прозорість
Інтернет речей (IoT)	вносить нові можливості та виклики до банківського сектора. Розумні пристрої та сенсори, підключені до IoT, дозволяють банкам збирати інформацію про фінансові операції клієнтів та їх фізичну активність. Ці дані можуть бути використані для надання найбільш персоналізованих фінансових послуг
Мобільний банкінг і цифрові гаманці	мобільні платформи та додатки дозволяють клієнтам здійснювати фінансові операції в будь-який час і в будь-якому місці. Цифрові гаманці (як-от Apple Pay, Google Pay, чи спеціалізовані криптовалютні гаманці) полегшують процеси оплати, а також

	дозволяють зберігати різні типи активів.
Цифрові платформи для фінансових послуг (Fintech)	інноваційні фінансові технології, включаючи онлайн-платформи для інвестицій, позик, краудфандингу та інших послуг, значно спрощують процеси для клієнтів і надають можливості для нових учасників на ринку.
Біометричні технології	використання біометричних даних (відбитки пальців, розпізнавання обличчя, голосу) дозволяє підвищити рівень безпеки і зручність доступу до фінансових послуг, а також знижує ризик шахрайства.

Джерело: згруповано на основі [1] та доповнено автором

Для забезпечення фінансової стабільності Національний банк здійснює макропруденційну політику, підтримує банки як кредитор останньої інстанції, здійснює нагляд за банками та платіжними системами, а також проводить стрес-тестування банківської системи. Крім цього, важливими заходами є запобігання кризам, їх мінімізація та швидка ліквідація наслідків фінансових потрясінь. Спільно з міжнародними фінансовими регуляторами НБУ працює над зміцненням банківського сектору шляхом підвищення вимог до ліквідності банків [2].

Фінансова стабільність є необхідною умовою для сталого розвитку економіки. Цифровізація банківського сектору та ефективне регулювання з боку Національного банку сприяють зменшенню ризиків та підвищенню ефективності фінансової системи. Подальший розвиток цифрових фінансових послуг є важливим кроком до підвищення прозорості та ефективності банківської системи.

Список використаних джерел

1. Кретов, Д., & Міндова, О. Цифровізація банківського сектору України: сучасний стан та перспективи розвитку. Сталий розвиток

економіки. 2024 No 2(49). С. 223–228. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-49-35>

2. Національний банк України. Фінансова стабільність. URL: <https://bank.gov.ua/ua/stability>

Михайло НЕМЕШ

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності

072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

Науковий керівник: **Катерина ІНДУС**

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

ІНФЛЯЦІЯ ТА ДЕФЛЯЦІЯ: ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАСЛІДКИ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ

Сучасний глобальний економічний контекст характеризується високою динамікою фінансових процесів, де інфляція та дефляція виступають одними з ключових факторів, що впливають на економічну стабільність. Актуальність теми обумовлена зростаючою взаємозалежністю національних економік, необхідністю ефективного моніторингу цінових процесів та впровадженням гнучких монетарних стратегій для забезпечення стійкого розвитку.

Метою дослідження є аналіз глобальних інфляційних та дефляційних процесів, їхніх причин, наслідків і впливу на економічну стабільність, а також оцінка механізмів регулювання цінових коливань з боку державних та міжнародних фінансових інституцій.

Інфляція, за визначенням П. Круша та О. Клименко, є наслідком диспропорцій у виробництві, що призводить до знецінення грошей та макроекономічної нестабільності [1]. Згідно з М. Савлук, інфляція проявляється у зростанні цін без покращення якості товарів та послуг, що негативно впливає на купівельну спроможність [2]. Залежно від інтенсивності, інфляція варіюється від помірної до гіперінфляції, впливаючи на фінансову політику держав.

На противагу інфляції, дефляція - це зниження загального рівня цін, що за визначенням Н. Шелудько, виникає через дисбаланс між грошовою масою та товарним забезпеченням [3]. За Г. Григор'євим, вона часто виникає через надмірну заборгованість країн відносно ВВП [4, с. 24]. Дефляція може спричинити економічну депресію через ланцюгову реакцію: зниження цін призводить до скорочення виробництва, зменшення прибутків та росту безробіття, що ускладнює економічне регулювання.

Аналіз глобальних інфляційних та дефляційних процесів розкриває їхній вплив на світову економіку та механізми регулювання. В умовах економічної нестабільності й геополітичних ризиків контроль інфляції та запобігання дефляції стають ключовими завданнями державної політики та міжнародних фінансових установ.

Глобальні економічні процеси безпосередньо впливають на динаміку інфляції та дефляції, формуючи макроекономічний контекст розвитку країн. Основними чинниками цих явищ є глобалізація, монетарна політика та економічні кризи. Саме взаємодія цих факторів визначає характер змін рівня цін у світовій економіці.

Глобалізація змінює міжнародну торгівлю та фінансові потоки, створюючи подвійний ефект на ціни [5]. З одного боку, зростання попиту на обмежені ресурси спричиняє інфляцію, що особливо помітно у цінах на енергоносії. З іншого — доступ до дешевшої робочої сили й технологічний прогрес створюють дефляційний тиск через зниження виробничих витрат.

Монетарна політика центральних банків формує інфляційні та дефляційні тенденції. Розширення грошової маси через кількісне пом'якшення стимулює інфляцію, підвищуючи доступність фінансування [5, с. 204]. Водночас підвищення ставок і обмеження грошової маси стримують зростання цін через зменшення кредитування й попиту.

Економічні кризи суттєво впливають на рівень цін. Під час криз порушення логістики та дефіцит товарів спричиняють інфляцію, як це сталося з цінами на продукти та енергоносії під час пандемії COVID-19. Натомість економічні спади можуть викликати дефляцію через падіння попиту та доходів, що демонструє приклад Великої депресії 1930-х років [6].

Динаміка інфляції та дефляції простежується у різних історичних контекстах. Наприклад, гіперінфляція у Німеччині 1920-х років стала наслідком неконтрольованої емісії грошей, що призвело до знецінення національної валюти та соціальної нестабільності [7]. Аналогічні процеси спостерігалися у Зімбабве у 2000-х роках, коли інфляція сягнула мільйонних відсоткових значень через невдалі економічні рішення [8]. На противагу цьому, Японія у 1990-х – 2000-х роках зіткнулася з тривалою дефляцією, спричиненою падінням цін на активи після фінансової кризи, що призвело до економічної стагнації.

Отже, макроекономічні процеси інфляції та дефляції є складними явищами. Ефективне управління ними вимагає комплексного підходу до монетарної політики та економічної стабільності. Міжнародний досвід показує важливість своєчасного аналізу та гнучкого реагування на економічні зміни.

Інфляція та дефляція відіграють ключову роль у розвитку економіки, впливаючи на купівельну спроможність населення, інвестиційний клімат, кредитування, рівень безробіття та економічне зростання. Ці процеси можуть мати як позитивні, так і негативні наслідки залежно від їхньої інтенсивності та контексту.

Інфляція призводить до зниження купівельної спроможності грошей, особливо впливаючи на людей з фіксованими доходами. Проте помірна інфляція може стимулювати економіку через збільшення витрат. Дефляція, хоч і знижує ціни, часто спричиняє скорочення доходів та економічної активності.

Інвестиційний клімат та кредитування суттєво залежать від інфляції. Висока інфляція створює невизначеність у плануванні через знецінення грошей, що призводить до підвищення банками процентних ставок. Помірна інфляція може стимулювати інвестиції через очікування зростання доходів. При дефляції інвестиції стають менш привабливими через зниження прибутковості та зростання реальної вартості боргів.

Безробіття та економічне зростання тісно пов'язані з інфляцією та дефляцією. Висока інфляція створює нестабільність і знижує виробництво, тоді як помірна - стимулює створення робочих місць. Дефляція часто призводить до рецесії через скорочення виробництва та зростання безробіття.

У висновку наголошуємо, що інфляція та дефляція суттєво впливають на економічну стабільність, добробут населення та фінансові ринки. Ці процеси тісно пов'язані з монетарною політикою, кризами та структурними змінами в економіці. Надмірна інфляція загрожує знеціненням доходів та економічним спадом, хоча помірна може стимулювати виробництво. Дефляція, попри зниження цін, несе ризики падіння попиту та зростання безробіття. Ефективне управління цими процесами потребує збалансованої політики та гнучкого регулювання. Стратегія має забезпечувати цінову стабільність та стимулювати економічний розвиток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Круш П. В., Клименко О. В. Інфляція: суть, форми та її оцінка : Навч. посіб. для студентів ВНЗ III–IV рівнів акредитації. Київ : Центр учб. літ., 2010. 288 с.
2. Савлук М. І. Інфляція. *Енциклопедія сучасної України* / ред.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк. Київ, 2011. URL: [https://esu.com.ua/article12446#:~:text=ІНФЛЯЦІЯ%20\(лат.,не%20обумовленого%20підвищенням%20їхньої%20якості.](https://esu.com.ua/article12446#:~:text=ІНФЛЯЦІЯ%20(лат.,не%20обумовленого%20підвищенням%20їхньої%20якості.) (дата звернення: 13.02.2025).
3. Савлук М. І. Інфляція. *Енциклопедія сучасної України* / ред.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк. Київ, 2011. URL: [https://esu.com.ua/article12446#:~:text=ІНФЛЯЦІЯ%20\(лат.,не%20обумовленого%20підвищенням%20їхньої%20якості.](https://esu.com.ua/article12446#:~:text=ІНФЛЯЦІЯ%20(лат.,не%20обумовленого%20підвищенням%20їхньої%20якості.) (дата звернення: 13.02.2025).
4. Савлук М. І. Інфляція. *Енциклопедія сучасної України* / ред.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк. Київ, 2011. URL: [https://esu.com.ua/article12446#:~:text=ІНФЛЯЦІЯ%20\(лат.,не%20обумовленого%20підвищенням%20їхньої%20якості.](https://esu.com.ua/article12446#:~:text=ІНФЛЯЦІЯ%20(лат.,не%20обумовленого%20підвищенням%20їхньої%20якості.) (дата звернення: 13.02.2025).
5. Глобалізація економіки. *Основи економічної теорії* / Авт. кн.: А. У. Уразов, І. В. Саух, О. І. Вікарчук. Житомир, 2019. С. 283. URL: https://pidru4niki.com/1524111563434/politekonomiya/globalizatsiya_ekonomiki (дата звернення: 14.02.2025).
6. Боднар Т. Гіперінфляція. Україна – це в Німеччина в 1919–1923 рр. *За Лапшунками*. URL: <https://zl-ua.news/hiperinflyatsiya-ukrajina-tse-v-nimechchyna-v-1919-1923-rr/> (дата звернення: 14.02.2025).
7. Літвінова О. Аналізуємо, чому інфляція іноді виходить з-під контролю. *Laba*. URL: <https://laba.ua/blog/znecineni-derzhavi-3-prikladi-rekordnoji-giperinflyaciji-v-istoriji> (дата звернення: 14.02.2025).
8. Ведишева А. Японія, економічне диво, криза 90-х та Втрачене покоління. *TAS life*. URL: <https://taslife.com.ua/blog/yaponiya-ekonomichne-dyvo-kryza-90-h-ta-vtrachene-pokolinnya> (дата звернення: 14.02.2025).

**ВПЛИВ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА
ФІНАНСОВУ СТАБІЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ОСТАННІХ
ТЕНДЕНЦІЙ**

Розвиток транспортної інфраструктури є ключовим чинником забезпечення фінансової стабільності України, оскільки він визначає ефективність логістичних процесів, конкурентоспроможність національної економіки та залучення інвестицій. В умовах глобалізації та технологічних змін транспортна інфраструктура перетворюється на стратегічний актив, що сприяє зміцненню економічної стійкості країни, підвищенню рівня зайнятості та покращенню якості життя громадян. Останні тенденції у сфері розвитку транспортної інфраструктури України демонструють як значні успіхи, так і виклики, що потребують оперативних рішень для забезпечення довготривалого економічного зростання.

У першу чергу варто зазначити, що значна частина української транспортної інфраструктури була зруйнована внаслідок військових дій, що створило суттєві перешкоди для економічного розвитку. Зокрема, руйнування доріг, мостів, залізничних вузлів та портів суттєво ускладнило логістичні маршрути, що вплинуло на експортно-імпортні операції та транзитний потенціал країни. Водночас український уряд та міжнародні партнери активно працюють над відновленням критично важливих об'єктів, що сприяє відновленню торговельних зв'язків та поступовому покращенню фінансової ситуації. Розширення співпраці з Європейським Союзом у рамках програм фінансування інфраструктурних проєктів дозволяє реалізовувати масштабні ініціативи, спрямовані на покращення дорожнього покриття, модернізацію залізничних вузлів та створення нових логістичних центрів.

Окрему увагу слід приділити інвестиційному аспекту розвитку транспортної інфраструктури, оскільки без зовнішнього фінансування забезпечити її модернізацію в умовах воєнної економіки вкрай складно [1]. За останні роки Україна активно співпрацює з міжнародними фінансовими організаціями, зокрема зі Світовим банком, Європейським банком реконструкції та розвитку, а також Європейським інвестиційним банком, що дозволяє залучати кредити та гранти на реалізацію інфраструктурних проектів [2].

Транспортна логістика відіграє вирішальну роль у формуванні економічної стабільності регіонів, оскільки ефективна транспортна система сприяє залученню бізнесу, розширенню ринків збуту та створенню нових робочих місць. Наприклад, реконструкція стратегічно важливих автодоріг дозволяє скоротити витрати на перевезення, підвищити швидкість доставки товарів та мінімізувати втрати у ланцюгах постачання. Крім того, модернізація портової інфраструктури надає можливість розширювати експортні можливості України, що позитивно позначається на платіжному балансі держави. Варто також відзначити, що цифровізація транспортної сфери є ще одним важливим напрямом, що сприяє зниженню корупційних ризиків, підвищенню ефективності управління та покращенню рівня безпеки на дорогах.

Модернізація залізничних шляхів, оновлення рухомого складу та впровадження сучасних технологій логістичного управління дозволяють підвищити ефективність перевезень та забезпечити безперебійний рух товарів як усередині країни, так і на міжнародному рівні. Водночас критично важливим є питання диверсифікації транспортних маршрутів, зокрема збільшення обсягів залізничних перевезень через західні кордони України, що забезпечує альтернативні логістичні шляхи в умовах блокування морських портів [3].

Одним із ключових факторів забезпечення фінансової стабільності через розвиток транспортної інфраструктури є інтеграція України до

європейської транспортної системи. У цьому контексті варто відзначити роль ініціативи Європейського Союзу щодо розширення Транс'європейської транспортної мережі (TEN-T), що відкриває нові можливості для українських перевізників та експортерів [3]. Крім того, будівництво нових прикордонних пунктів пропуску, розвиток міжнародних транспортних коридорів та спрощення митних процедур сприяють збільшенню товарообігу та поліпшенню економічних показників країни.

Таким чином, розвиток транспортної інфраструктури є стратегічним фактором забезпечення фінансової стабільності України. Незважаючи на виклики, пов'язані з руйнуванням транспортних об'єктів, економічними труднощами та необхідністю значних капіталовкладень, сучасні тенденції свідчать про наявність значного потенціалу для відновлення та модернізації транспортної системи країни. Залучення міжнародного фінансування, інтеграція в європейську транспортну систему, цифровізація та екологічні інновації є основними напрямками, що дозволять забезпечити стійке економічне зростання та фінансову стабільність держави у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Ольвінська Ю. О., Березорудський А. М. Статистичний аналіз інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання в Україні. Ефективна економіка. 2021. № 8.
2. Осадчий М.Л. Інституційно-економічні механізми розвитку інфраструктури господарювання морських портів України. Ефективна економіка. 2024. №11. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.11.104>.
3. Осадчий М. Л. Пріоритети стратегічного розвитку транспортно-інфраструктурних підприємств. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2024. № 7-8 (320-321). С. 166-174. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2024-7-8-320-321-166-174>.

Максим ОСАДЧИЙ

аспірант кафедри економіки, права та управління бізнесом

Одеський національний економічний університет

**ВПЛИВ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА РОЗВИТОК
ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ
АСПЕКТИ**

Транспортна інфраструктура відіграє ключову роль у розвитку підприємництва в Україні, оскільки вона забезпечує ефективність логістики, доступ до ринків, мобільність робочої сили та інтеграцію в глобальну економіку. Стан та якість транспортної мережі мають безпосередній вплив на конкурентоспроможність підприємств, сприяючи або, навпаки, обмежуючи їхню діяльність. У соціально-економічному аспекті ця залежність проявляється через можливість створення нових робочих місць, залучення інвестицій та формування умов для рівномірного економічного розвитку регіонів.

Одна з головних переваг розвинутої транспортної інфраструктури полягає в підвищенні доступності продукції на ринку. Якісні автомобільні дороги, залізничні перевезення, авіаційні маршрути та річковий транспорт створюють умови для швидкого та економічно вигідного перевезення товарів, що, у свою чергу, знижує витрати виробників та підвищує конкурентоспроможність українських підприємств [1]. У сучасних умовах глобалізації це є визначальним фактором для експортно орієнтованих галузей, які потребують оперативної логістики та ефективного управління ланцюгами постачання.

З іншого боку, недосконалість транспортної інфраструктури може стати серйозною перешкодою для розвитку підприємництва. В Україні існує проблема зношеності дорожнього покриття, недостатнього фінансування залізничних перевезень та нерівномірного розвитку

транспортних мереж у різних регіонах. Віддалені території часто страждають від обмеженого доступу до великих ринків, що ускладнює діяльність малого та середнього бізнесу. Високі логістичні витрати негативно впливають на собівартість продукції та її кінцеву ціну, що суттєво обмежує конкурентні можливості національних підприємств у порівнянні з іноземними виробниками.

Інвестиції в модернізацію та розширення транспортної інфраструктури є важливим інструментом стимулювання економічного розвитку. Поліпшення дорожнього покриття, впровадження цифрових технологій у сфері логістики, розвиток мультимодальних перевезень та підвищення ефективності залізничного транспорту здатні створити нові можливості для бізнесу. Наприклад, будівництво нових автострад сприяє розширенню ринків збуту для сільськогосподарської продукції, що є особливо актуальним для України як аграрної держави. Сучасні логістичні хаби та індустріальні парки, розташовані поблизу стратегічних транспортних вузлів, створюють умови для розвитку високотехнологічних виробництв та стимулюють залучення іноземного капіталу [2].

Соціально-економічний аспект впливу транспортної інфраструктури на підприємництво включає також підвищення мобільності робочої сили. Наявність якісного громадського транспорту та зручних транспортних артерій сприяє рівномірному розподілу трудових ресурсів, зменшенню безробіття в регіонах та формуванню сприятливого інвестиційного клімату.

Україна має значний потенціал для розвитку транспортної інфраструктури завдяки своєму географічному розташуванню. Перебуваючи на перехресті міжнародних транспортних коридорів, країна може стати важливим транзитним вузлом для перевезення товарів між Європою та Азією. Реалізація таких проєктів, як розвиток автотранспортних коридорів, модернізація портової інфраструктури та

створення логістичних центрів, може суттєво збільшити доходи від транзиту та сприяти економічному зростанню.

Важливим фактором успішного розвитку транспортної інфраструктури є партнерство між державою та приватним сектором. Державні інвестиції в інфраструктуру можуть бути доповнені залученням приватного капіталу через механізми концесій, державно-приватного партнерства та спеціальних економічних зон. Це дозволить розподілити фінансове навантаження, залучити сучасні технології та забезпечити ефективне управління транспортними активами. Успішні приклади таких ініціатив вже існують у сфері портової логістики, де приватні компанії беруть активну участь у модернізації контейнерних терміналів та розвитку залізничних сполучень [3].

Загалом, транспортна інфраструктура є одним з ключових факторів, що визначають динаміку підприємницької діяльності в Україні. Вона впливає на економічну ефективність бізнесу, забезпечує регіональний розвиток, сприяє інтеграції країни у світову економіку та створює передумови для соціального добробуту населення. Від ефективності транспортної політики та рівня інвестицій у цю сферу залежить здатність українських підприємств конкурувати на міжнародному ринку та розвивати інноваційні виробництва. Тому подальший розвиток транспортної інфраструктури має бути одним із пріоритетів державної економічної стратегії, спрямованої на створення сприятливого середовища для підприємництва та забезпечення сталого економічного зростання.

Список використаних джерел

1. Баранюк Х.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств: дослідження та удосконалення. Інноваційна економіка. 2017. № 5-6 (69). С. 113 - 118.

2. Осадчий М. Л. Взаємозв'язок інституційно-економічних компонентів з економічними процесами. Причорноморські економічні студії. 2024. №89. С. 210-216. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.89-37>.

3. Осадчий М.Л. Інституційно-економічні механізми розвитку інфраструктури господарювання морських портів України. Ефективна економіка. 2024. №11. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.11.104>.

Сніжана ПЕРЕБЗЯК

здобувачка другого (магістерського)

рівня вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент організацій

Науковий керівник: **д.е.н. професор Наталія ВНУКОВА**

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ (ПІДПРИЄМСТВА)

Питання стратегії управління фінансовими ризиками є надзвичайно актуальними та важливими для підприємств, вони допомагають краще оцінювати свої можливості для інвестування та прийняття більш обґрунтованих рішень. Також, захистити свої активи від потенційних втрат які можуть виникнути у зв'язку з нестабільністю ринку. Сучасні економічні умови часто характеризуються високими коливаннями цін на товари та послуги, зміни валютних курсів, що може негативно вплинути на фінансовий стан організацій. Є багато визначень терміну “фінансовий ризик”, одним з таких є трактування Донець Л.І.. який визначає фінансові ризики підприємства як ймовірність виникнення непередбачених фінансових втрат (зниження очікуваного прибутку, доходу, втрата частини чи всього капіталу) у ситуації невизначеності умов фінансової діяльності підприємства [1. с.10]. Знання відповідних стратегій не лише допомагає захистити бізнес від ризиків але і сприяє у його стійкості та зростанню в умовах постійних змін.

Фінансові ризики поділяються на внутрішні та зовнішні, це залежить від характеру творення цих ризиків, наприклад якщо домінуючими є зовнішні чинники то вони відносяться до зовнішніх і навпаки.

До зовнішніх фінансових ризиків можна зарахувати:

- інфляційні, пов'язані із знеціненням національної валюти, .
- дефляційні, проявляються у подорожчанні національної грошової одиниці.

- валютні, за своєю природою є подібними до інфляційних та дефляційних ризиків, оскільки виникають внаслідок коливання курсів іноземних валют і впливають безпосередньо на діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

- депозитні-це ймовірність неповернення депозитних вкладів, не погашення депозитних сертифікатів, зміни в умовах депозитної угоди або правилах надання таких послуг банками.

- податкові ризики пов'язані зі змінами в податковій політиці країни, введенням нових податкових платежів, збільшенням ставок оподаткування, змінами в податковому законодавстві щодо умов та строків сплати податків та ін.

Як правило, підприємства не причетні до виникнення та ліквідації зовнішніх ризиків. Зовнішні фінансові ризики є однаковими для усіх суб'єктів господарювання у ринковій економіці із розвинутою нормативно-правовою базою.

Серед внутрішніх ризиків доцільно виокремлювати:

- інвестиційні (портфельні, процентні, кредитні, дивідендні),
- бізнес-процесів (ліквідності, прибутковості (рентабельності),
- оборотності, (фінансової стійкості),
- інші (структурний, ризик невикористаних можливостей, емісійний).

Ці ризики та наслідки їхнього виникнення відображають, насамперед, ефективність системи менеджменту підприємства. Внутрішні

ризика виникають внаслідок дій чи бездіяльності підприємства, а отже, піддаються моніторингу, контролюванню та оптимізуванню.

Для виконання цих задач є важливим визначити відповідальних осіб за управління ризиками та розробка чітких політик управління ними, що включають прогнозування, моніторинг та оцінку ризиками.

Існує багато стратегій управління фінансовими ризиками, ось декілька з них:

Диверсифікація: Зменшення ризиків шляхом розподілу інвестицій між різними активами.

Хеджування: Використання фінансових інструментів (опціонів, фючерсів) для захисту від коливань цін та валютних ризиків.

Створення резервів: Формування резервних фондів для покриття можливих фінансових витрат.

На сьогоднішній день важливу роль відіграють інформаційні технології в управлінні фінансовими ризиками:

Використання сучасних ІТ-інструментів та програмного забезпечення для аналізу ризиків.

Застосування моделей ризик-менеджменту для прогнозування та оцінки потенційних ризиків.

Інформаційно-комунікаційні технології не стоять на місці, вони відповідають на попит постійно зростаючою досконалістю. Інтеграція фінансового і ІТ секторів створила появу нової потужної сфери фінансових технологій – FinTech. [2. с.11]

FinTech (фінансові технології) - технології, які допомагають фінансовим службам та компаніям керувати фінансовими аспектами бізнесу. До них входять: програмне забезпечення, застосунки, процеси та бізнес моделі.

Джерело: <https://finacademy.net/ua/materials/article/fintech>

Можемо зробити висновки що кожне підприємство стикається з фінансовими ризиками яких не минути тому варто приділити увагу вивченню основних методів управління ризиками, пошуку способів і напрямів їх мінімізації. Системного підходу та безперервного моніторингу стійкості підприємства до фінансових ризиків.

Список використаних джерел

1. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання [Текст]: навчальний посібник / Л.І.Донець/ — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 312 с.
2. Лактіонова О. А. Управління фінансовими ризиками: навчальний посібник / Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2020. - 256 с.

Решетар Данієла

здобувачка першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності

072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок
Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

Науковий керівник: **Катерина ІНДУС**

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування
Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

GREEN ECONOMY AND MACROECONOMIC DEVELOPMENT: PROSPECTS AND CHALLENGES

The transition to green economy becomes one of the key vectors of global economic development, as traditional economic models can no longer ensure sustainable growth without significant environmental impact. Climate change, depletion of natural resources, and the need for energy security require the implementation of new economic approaches based on environmental

sustainability and efficient resource use. In Ukraine, these issues are particularly important in the context of post-war recovery and integration into European markets, which reinforces the need to explore the perspectives and challenges of the green economy at the macroeconomic level.

The main aim of this article is to analyze the prospects and challenges associated with the implementation of green economy principles in macroeconomic development.

The green economy is an innovative and strategic development path that aims to achieve environmental and social benefits while ensuring sustainable economic growth. It integrates environmental and economic aspects, serving as a key direction for sustainable regional and national development [1, p. 14].

The green economy has become a crucial factor in sustainable development. Innovations in renewable energy and the growth of eco-industries are shaping a new economic paradigm. Renewable energy serves as a driver of development, reducing dependence on fossil fuels. In 2023, solar and wind energy accounted for 74% of the growth in renewable electricity production [2].

In Ukraine, the development of wind and solar power stations, particularly in the southern regions and along the Black Sea coast, presents significant opportunities for economic growth and investment attraction [3]. The renewable energy sector actively stimulates emergence of new vacancies. In 2023, over 3.5 million people were employed in this sector in the United States alone, which is three times the number of workers in the traditional energy industry [4]. Globally, doubling the share of renewable energy sources could create over 24 million jobs by 2030 [5].

Innovations in energy technologies, such as smart grids, energy-saving systems, and distributed energy systems, enhance energy efficiency and reduce losses. In OECD countries, investments in energy innovations contribute to sustainable development by lowering CO₂ emissions and increasing energy efficiency [6, p. 3]. The use of renewable energy sources significantly reduces the carbon footprint and helps combat climate change. A striking example is

China, which in 2023 accounted for 55% of the global increase in renewable energy capacity.

Ukraine is actively developing bioenergy and agricultural waste processing, which helps reduce environmental impact and strengthen energy independence. Further progress in renewable energy requires substantial investments. According to forecasts, the global renewable energy market will reach \$23 trillion by 2030, opening new opportunities for the sector's development. Key financing mechanisms include green bonds, energy service contracts, and cooperation with international financial institutions.

Renewable energy is a key element of Ukraine's post-war recovery strategy, contributing to energy independence, the emergence of vacancies, and environmental impact reduction. The development of renewable energy, eco-industries, and green infrastructure is not only an environmental necessity but also a powerful tool for economic growth and energy security. For Ukraine, this is particularly relevant in the context of post-war reconstruction and integration into European energy markets.

The green economy, as an innovative economic development direction, faces numerous challenges and obstacles to its implementation. Let us consider the main problems and possible ways to overcome them.

One of the most significant challenges is insufficient financing and investment. For Ukraine, the required investment scale exceeds 200 billion euros, surpassing the country's external debt [7]. The situation is further complicated by the lack of effective investment attraction mechanisms, such as green bonds and specialized funds.

Technological and infrastructure limitations represent another category of challenges. High initial costs for implementing green technologies create significant barriers, especially for small and medium-sized enterprises [9]. The underdeveloped infrastructure for waste processing and the use of renewable energy sources also hinders progress.

Low awareness of the benefits of the green economy significantly affects the motivation of both businesses and citizens, slowing the transition to more environmentally responsible practices. At the same time, some companies, seeking to create an image of environmental responsibility, often engage in "greenwashing," presenting regular activities as environmentally friendly without real changes in production and resource consumption approaches [8].

At the international level, coordination of efforts in the green economy is complicated by differences in the interests of individual countries, which slows the effectiveness of environmental initiatives. In Ukraine, this process is further hindered by the insufficient level of state support, which limits the development of environmentally oriented business models and the corresponding infrastructure [9].

The development of an environmentally oriented economy is not only an important step toward preserving the environment but also a significant factor in macroeconomic progress. The implementation of renewable energy sources, energy-saving technologies, and the necessary infrastructure creates new opportunities for attracting investments, expanding the labor market, and increasing energy independence. However, the transition to a green economy is accompanied by serious challenges, such as limited financial resources, legislative instability, and technological constraints. To successfully implement this concept, a comprehensive strategy is needed, including state support, active international cooperation, and the promotion of environmental benefits among the population. These aspects are especially important for Ukraine, where the green economy can become a key tool for post-war reconstruction and integration into European energy systems.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Відновлювальна енергетика: шанс для зростання зайнятості в Україні. ЕКО ЕНЕРГІЯ. URL: <https://ecoenerhiia.ua/news/vidnovljuvalna->

<energetika-shans-dlja-zrostannja-zajnjatosti-v-ukraini.html> (дата звернення: 17.02.2025).

2. Головні перешкоди для розвитку зеленої економіки в Україні. *ECOBUSINESS*. URL: <https://ecolog-ua.com/news/golovni-pereshkody-dlya-rozvytku-zelenoyi-ekonomiky-v-ukrayini> (дата звернення: 17.02.2025).

3. Гончаренко М. Ф., Пархоменко Н. М., Лучин О. М. «Зелена» економіка як напрям досягнення стійкого еколого-економічного розвитку регіону. *Актуальні проблеми економіки*. 2020. Т. 6, № 228. С. 6–15.

4. Зелена економіка та зелені фінанси: що це та перспективи для України. *WEAGRO*. URL: <https://weagro.com.ua/blog/zelena-ekonomika-ta-zeleni-finansy-shho-cze-ta-yaki-perspektyvy-dlya-ukrayiny/> (дата звернення: 17.02.2025).

5. Майбутнє відновлюваної енергетики в Україні: тренди та інновації. *Kstati+*. URL: <https://kstati.dp.ua/uk/ekonomika/maybutne-vidnovlyuvanoi-energetiki-v-ukraini-trendi-ta-innovacii> (дата звернення: 17.02.2025).

6. Паласевич М. Б., Мурдза П. А. Відновлювана енергетика як фактор підвищення енергоефективності національної економіки. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. № 8. С. 15.

7. Energy Institute. Рекорди та тренди в енергетиці 2024. *KPMG*. URL: <https://kpmg.com/ua/uk/home/media/press-releases/2024/07/rekordy-ta-trendy-v-enerhetytsi-2024.html> (дата звернення: 17.02.2025).

8. From invention to progress: Energy technology innovation and sustainable development in OECD economies / К. А. Khan та ін. *PLoS ONE*. 2025. Т. 20, № 2. С. 23.

9. Job creation and economic growth. *U.S. Department of Energy*. URL: <https://www.energy.gov/eere/job-creation-and-economic-growth> (дата звернення: 17.02.2025).

Катерина СТРИЖАК

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальності

072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок

Науковий керівник: **Радміла ПІДЛИПНА**

доктор екон.наук, професор

завідувач кафедри фінансів, обліку та оподаткування

BLOCKCHAIN ЯК НОВІТНІЙ ФІНАНСОВИЙ ІНСТИТУТ: ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ

Впровадження новітніх технологій має значний вплив на економічні процеси, створюючи як нові можливості для розвитку, так і потенційні ризики. Цифрові технології стали драйвером трансформації бізнес-середовища. Блокчейн виступає однією з ключових технологій, що прискорює цифровізацію економіки. Історія створення технології **blockchain** бере свій початок з 31 жовтня 2008 року, коли була опублікована стаття «Bitcoin Peer-to-Peer Electronic Cash System» автором із псевдонімом Сатосі Накамото [1]

Технологія **blockchain** є технологічною інновацією, при якій інформаційні продукти не зберігаються в файлах, а представлені у вигляді транзакцій, записаних в блоки – глобальній таблиці або реєстрі, що використовує ресурси великої однорангової мережі для перевірки та схвалення кожної транзакції. Кожен **blockchain** розподілений, тобто він одночасно існує на комп'ютерах, які входять до даної глобальної мережі [2].

У мережі **blockchain** неможлива монополізація інформаційних потоків, але це не означає, що права власності будуть порушуватися. Конфіденційність та захищеність даних забезпечується принципами мережі **blockchain**. Принцип побудови мережі **blockchain** полягає в тому, що це децентралізована база даних, яка складається з блоків і

криптографічно зв'язаних між собою. Кожен блок містить відомості про попередній блок, що утворює ланцюжок транзакцій. Ці блоки зберігаються на різних комп'ютерах у мережі, які називаються вузлами. Щоб додати новий блок до ланцюжка, потрібно підтвердити транзакції, що забезпечується процесом добування. Таким чином, блокчейн забезпечує безпеку і недоступність даних, а також забезпечує децентралізовану систему управління без необхідності посередників. Принципи побудови мережі blockchain подано в табл.1.

Таблиця 1

Принципи побудови мережі blockchain

Принцип	Його сутність
Децентралізація	У блокчейні немає центрального органу управління. Всі вузли мережі мають рівні права та беруть участь у збереженні й перевірці даних.
Прозорість	Усі транзакції в мережі є публічними й доступними для перегляду (у випадку публічних блокчейнів, таких як Bitcoin або Ethereum).
Незмінність	Дані, записані в блокчейні, не можуть бути змінені чи видалені після підтвердження.
Захист даних і криптографія	Блокчейн використовує криптографічні алгоритми для забезпечення безпеки даних.
Консенсусний механізм	Усі учасники мережі мають погодитися на валідність транзакцій, перш ніж вони будуть додані до блокчейну.
Розподілений реєстр	Кожен вузол мережі має копію всього реєстру (ланцюга блоків)
Анонімність та псевдонімність	Учасники можуть виконувати транзакції, не розкриваючи свою реальну особистість. Для цього

	використовуються адреси, що є псевдонімами
Масштабованість	Мережа повинна мати можливість обробляти зростаючий обсяг даних і транзакцій.
Економічна мотивація	Учасники мережі отримують винагороду за виконання певних функцій
Автономність через смарт-контракти	У блокчейні можуть виконуватися автоматизовані програми (смарт-контракти), які забезпечують виконання певних умов.

Джерело: власні дослідження

Переваги принципів побудови blockchain це насамперед безпека і стійкість до атак, транспарентність і підвищена довіра між учасниками та автономність і зменшення витрат на посередників.

Ці принципи забезпечують ефективність блокчейну як технології, що знаходить застосування в багатьох сферах, зокрема і у фінансах.

Список використаних джерел

1. Накамото С. Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System / Satoshi Nakamoto. URL: <https://blockstreet.info/news/2015-08-11/original-satoshi-nakamoto-bitcoin-white-paper-32769>
2. What is Blockchain Technology? URL:<http://www.coin>

Денис УРСУЛ

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Науковий керівник: **Алла ЧОРНОВОЛ**

доктор економічних. наук, професор, завідувач кафедри обліку і фінансів

ПВНЗ «Буковинський університет»

ЗМІНИ У СТРУКТУРІ СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ: ФАКТОРИ ТА ПРОГНОЗИ

Світ змінюється шаленими темпами й це також стосується і торгівлі на яку впливають різноманітні фактори, що формують новий ландшафт глобальної економіки. Одним з вагомих викликів залишається прихильність урядів до певної політики, яка призводить до введення торгівельних обмежень і тарифів. Такі заходи, як посилення системи тарифних квот в Європейському Союзі та антидемпінгові розслідування в різних країнах, свідчать про тенденцію до захисту внутрішніх ринків від іноземної конкуренції. Це може кардинально змінювати світову торгівлю та торгівлю між сусідніми країнами, впливаючи як на обмін товарами та послугами, так і на економічний розвиток самих країн.

Дослідження цієї тематики висвітлено в наукових працях вітчизняних і закордонних учених, таких як О. Яценко [1], О. Булюк [2], І. Артимонова [3], Л. Кібальник [4], Т. Орехова [5] тощо. Варто визначити безперечний вагомий внесок провідних вчених економістів у вивчення світового товарного ринку. Їхні методи, моделі, інструменти та механізми дослідження охоплюють увесь спектр проблематики. З погляду теорії та емпіричного аналізу періодів дослідження, це є завершені наукові праці. Проте, враховуючи майже дворічне затримання в публікації статистичних даних, жоден з науковців не розглянув сучасні глобальні тренди останніх декількох років, а також фактори, що вплинули на зміну тенденції.

Прихильність проявляється в різних формах, товари що були імпортовані накладаються тарифи, або квоти, що може призвести до збільшення цін на товари та продукти, на ті чи інші послуги, що за собою призводить до зниження споживання та зниження конкуренції між бізнесами та підприємствами. Окрім цього, політика прихильності захисту може спричинити між країнами торгівельну війну, що ще більше впливає на світову економіку.

Також беручи до уваги недавню пандемію, а згодом і вторгнення росії, що призвело до масових збоїв у ланцюгах постачання у світі та зміні

споживчих звичок у людей. Після відновлення економіки почався процес переорієнтації торгівельних та грошових потоків, зокрема, росія на яку було накладено санкцій перенаправила свій експорт до таких країн, як Китай та Індія[1]. Такі зміни говорять про тенденцію переорієнтації торгівлі у відповідь на геополітичну турбулентність та економічну невизначеність

Окрім таких змін однією з головних загроз для світової економіки є інфляція вона впливає на ціни товарів та знижує можливості людей до споживання. Політика захисту національно виробника спрямована на підтримку внутрішнього виробництва, найчастіше призводить до зростання цін та привезенні товари, що може негативно позначитися на бізнесі та споживача[2].

В Україні бізнес та роздрібна торгівля також переживають суттєві зміни, переналаштовуючись на внутрішній ринок та розвиток національного виробництва. Це відбувається на тлі підвищеного протистояння, патріотичного настрою та потреб у більш економічних і швидких поставках товарів. Крім того, Україна планує регулювати систему експорту та імпорту товарів через ліцензування та квоти у 2025 році, що спрямовано на формування раціональної структури зовнішньої торгівлі країни [3;4].

Світова економіка, за прогнозами, продовжить зростати, хоча на цьому шляху не обійдеться без викликів. Інфляційний тиск, торгова напруженість між ключовими гравцями та економічна невизначеність можуть уповільнити цей процес. Попри це, очікується, що зміни в торгівельній політиці США не матимуть критичного впливу на світову економіку, проте можуть спричинити певні зміни в глобальних торгівельних потоках. Водночас Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) прогнозує позитивні тенденції у світовій торгівлі, хоча залишається багато нерозв'язаних питань, зокрема щодо геополітичної стабільності та макроекономічних ризиків [5].

Отже, зміни в структурі світової торгівлі будуть відбуватися під впливом геополітичних факторів, економічної невизначеності та технологічних інновацій. Будучи готовими до цих викликів, країна може успішно адаптуватися до нових умов і розвивати свою економіку.

Список використаних джерел

1. Yatsenko, O., Meyers W., Iatsenko O., Biletska I. Modeling of development processes of bilateral trade and economic integration between countries/ Olha Yatsenko, Economic Annals-XXI. 2018. Volume 168, Issue 11-12, Pages: 18-23, June 11, 2018 (1,1 д.а.) DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V168-04>.
2. Булюк О. В. Деякі особливості та тенденції розвитку сучасного світового ринку. Таврійський науковий вісник. 2013. № 84. С. 285-290.
3. Артимонова І. В. Інформаційно-методичне забезпечення оцінки кон'юнктури продовольчого ринку. Формування ринкових відносин в Україні. 2015. № 1 (164). С. 81-84.
4. Кібальник Л. О. Передумови формування глобальної системи впливу на геоекономічні трансформації. Вісник ОНУ ім. Мечнікова. 2014. Т. 19. Вип. 2/1. С. 113–117.
5. Орехова Т. В., Орехов М. О. Трансформации в архитектуре глобального лидерства: посткризисные тенденции. URL: <http://jpfrd.donnu.edu.ua/article/view/1746/1779> (дата звернення: 01.07.2020).
6. Workman D. World's Top Exports Report Card for Products and Countries. World's Top Exports. 2018. January 5. URL: <http://www.worldstopexports.com/worlds-top-exports-products-countries>.

Андрій ФРОЛОВ

к.держ. упр., докторант кафедри економічної теорії

Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана

Науковий консультант: **Володимир КИРИЛЕНКО**

д. е. н., професор, в. о. завідувача кафедри економічної теорії
Київського національного економічного університету ім. В. Гетьмана

АДАПТАЦІЯ РИНКУ ЗЕЛЕНИХ ОБЛІГАЦІЙ ДО СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Останнє десятиліття ринок зелених облігацій стрімко зростає як на глобальному рівні, так і в окремих юрисдикціях. З переходом світу до сталого розвитку зелені облігації стали ключовим інструментом фінансування проєктів екологічного спрямування, що дозволило мобілізувати капітал в сектори альтернативної енергетики та екологічно стійкої інфраструктури. Однак економічна турбулентність, яку зумовлюють зміни в політиці, геополітичні конфлікти та торговельні війни, що здатні перерости в глобальну кризу, створюють невизначеність для подальшого розвитку ринку зелених облігацій.

Політика США за адміністрації Д. Трампа створює найбільшу невизначеність для подальшого розвитку ринку зелених облігацій. Одним з перших виконавчих указів, які підписав Д. Трамп після інавгурації в січні 2025 року, був вихід з Паризької кліматичної угоди. А після відходу від боротьби з кліматичними змінами, США виступає проти ключових глобальних цілей сталого розвитку ООН, які ще в 2015 році одностайно були підтримані націями. Так, на Генеральній асамблеї ООН представник США засудив Порядок денний до 2030 року, переконуючи, що цілі сталого розвитку «просувають глобальну програму м'якого управління, що суперечить суверенітету Сполучених Штатів Америки та несе загрози інтересам і правам її громадян». Попри те, що Порядок денний сталого розвитку до 2030 року, спрямований на захист планети і поліпшення якості життя людей, вирішення глобальних екологічних і соціальних проблем, США вимагає зміни курсу в частині кліматичної та гендерної ідеології, які «пронизують цілі сталого розвитку». І все це відбувається на фоні

дефіциту фінансування глобальних цілей сталого розвитку, який ООН вже оцінює в 4 трлн дол. США [1]

В Європейському Центральному банку вважають, що затьмарення невизначеністю, яку створює політика новообраного президента Д. Трампа, навіть вище, ніж спостерігалось в часи пандемії COVID-19. І через це зростання економіки єврозони в 2025 році прогнозується лише на 0,9% [2]. Хоча невизначеність зумовлена не тільки агресивною торгівельною риторикою президента США. В Європейському Центробанку занепокоєні, що політика США стосовно криптоактивів може спровокувати глобальну фінансову кризу. Найчастіше фінансові кризи виникають в США, а вже потім поширюються по світу. Тож заохочення небанківських фінансів і криптовалют може призвести до майбутніх глобальних потрясінь. Підходи до регулювання криптовалют вже змінили динаміку відносин між США і ЄС і якщо така тенденція поглибитися, то це може призвести до катастрофічних наслідків. Утім якщо нова адміністрація США стане більш відкритою і налагодиться співпраця між юрисдикціями, то можуть відбутися дуже важливі зміни в багатосторонності, у тому числі в пошуку спільних рішень для вирішення глобальних проблем [3].

Глобальна турбулентність може негативно вплинути і на подальший розвиток ринку зелених облігацій. Хоч варто відзначити, що цей ринок вже був під впливом невизначеності в часи пандемії COVID-19. При чому дослідження окремих науковців показали, що поширення пандемії COVID-19 негативно вплинуло на індекс зелених облігацій, який зазнав досить значного негативного шоку в першому кварталі 2020 року. Але потім цей індекс відновив свою тенденцію до зростання, яка збереглася в подальшому [4].

Швидкому відновленню ринку зелених облігацій сприяла глобальна стандартизація цих цінних паперів, що підвищувало довіру соціально відповідальних інвесторів. Поширення ESG-регулювання, глобальна уніфікація стандартів і процесів емісії та обігу зелених облігацій

стимулювали розвиток цього ринку. Позитивний вплив мав і швидкий технологічний прогрес. Зниження витрат на зелені технології та зростання попиту на них з боку інвесторів підтримувало ринок. А зниження ставок центральними банками створювало сприятливі умови випуску зелених облігацій для фінансування екологічно стійких проєктів та ініціатив.

Утім за останні роки фінансові ринки перевантажені зростанням нових класів активів. А геополітичні події, економічна нестабільність та раптові шоки дедалі більше впливають на фінансові ринки. Тож регуляторні запобіжники не завжди спрацюють із нестабільною природою сучасних фінансових систем. А це актуалізує розробку політики адаптації ринку зелених облігацій до невизначеностей і шоків, що дозволить мінімізувати ризики інвестування в ці цінні папери, підвищити їх ліквідність та знизити транзакційні витрати, посилити увагу до фінансування екологічно стійких ініціатив завдяки фіскальним механізмам і стимулам.

Список використаних джерел

1. ESGtoday. США відкидають Цілі сталого розвитку ООН. URL: https://www.esgtoday.com/u-s-rejects-un-sustainable-development-goals/?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAR1bKN77HXUAwMo-6XIhC2xLuFjtJ1cG6bIWz2xObG7H5oL9q8ncb7wZBA4_aem_fyhfb8PvrJoVfZ3UkCDWOg
2. Bloomberg. ECB's Guindos Says Uncertainty Now Higher Than During Covid. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2025-03-16/ecb-s-guindos-says-uncertainty-now-higher-than-during-covid>
3. PYMNTS. ECB: US Embrace of Crypto Could Trigger Financial Crisis. URL: <https://www.pymnts.com/cryptocurrency/2025/ecb-us-embrace-of-crypto-could-trigger-financial-crisis/>

4. Greta Keliuotytė-Staniulėnienė, Kamilė Daunaravičiūtė, (2021) The Global Green Bond Market in the Face of the COVID-19 Pandemic. URL: <https://armgpublishing.com/wp-content/uploads/2021/04/5-2021.pdf>

Евеліна ЧАПУК

здобувачка першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 072 Фінанси, банківська справа,

страхування та фондовий ринок

Науковий керівник: **Алла ЧОРНОВОЛ**

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і

фінансів

ПВНЗ «Буковинський університет»

ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ ТА МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Фінансова стабільність є одним із ключових факторів економічного розвитку країни, оскільки забезпечує стійкість банківської системи, інвестиційну привабливість та довіру до національної валюти.

Фінансова стабільність розглядається як здатність економіки протидіяти внутрішнім і зовнішнім шокам, не допускаючи системних криз. Метою дослідження фінансової стабільності є аналіз фінансової стабільності України в умовах сучасних викликів, визначення основних макроекономічних тенденцій, що впливають на економічний розвиток країни, оцінка ефективності політики Національного банку України (НБУ) та уряду щодо стабілізації економіки.

Згідно з дослідженнями Світового банку та Міжнародного валютного фонду (МВФ), фінансова стабільність забезпечується: оптимальним рівнем інфляції вважається 2–5% на рік, але для країн, що розвиваються, допустиміші вищі значення; сильні коливання курсу валюти можуть дестабілізувати економіку; висока частка проблемних кредитів та

ліквідність банків є критичними показниками; низьким рівнем дефіциту бюджету та державного боргу.

Попередні дослідження вказують, що в Україні фінансова стабільність значною мірою залежить від: військових дій та їхнього впливу на економіку, високого рівня інфляції, що посилюється емісією гривні, зовнішніх запозичень, які дозволяють підтримувати економіку, але створюють борговий тиск.

Дослідження фінансової стабільності зосереджується на оцінці новітніх макроекономічних процесів, зокрема: вплив війни на фінансову систему, нові механізми підтримки економіки: військові облігації, іноземні гранти та кредити, оцінка стратегії НБУ щодо стабілізації курсу гривні та інфляції, розвиток цифрових фінансових технологій (FinTech) в Україні.

Фінансова система України постала перед серйозними викликами через війну, але завдяки підтримці міжнародних партнерів та жорсткій монетарній політиці НБУ вдалося уникнути колапсу.

Одним із ключових викликів для фінансової стабільності України залишається високий рівень інфляції. Інфляційні процеси значною мірою впливали на купівельну спроможність населення, вартість запозичень та загальну економічну активність.



Рис. 1. Динаміка інфляції в Україні

Як видно з рис. 1, у 2022 році відбулося різке зростання рівня інфляції до 26,6%, що пояснюється наслідками війни, руйнуванням виробничої інфраструктури та емісією гривні для покриття бюджетних витрат. У наступні роки Національний банк України (НБУ) посилив монетарну політику, що сприяло зниженню інфляційного тиску, і в 2024 році інфляція повернулася до 5,1%.

У 2022 році ВВП України скоротився на 30%, але у 2023-2024 очікується відновлення (+4,5%). Інфляція залишається основною проблемою, але знижується завдяки жорстким заходам НБУ. Основні причини інфляції: енергетична криза, зростання цін на продовольство, військові витрати. Зменшення експорту через блокування портів, але розвиток нових логістичних маршрутів. ЄС став основним торговельним партнером України (близько 60% експорту).

Фінансова стабільність є визначальним фактором економічного зростання України, особливо в умовах сучасних викликів, спричинених війною, енергетичною кризою та макроекономічною нестабільністю. Незважаючи на значні втрати у 2022 році, фінансова система змогла

уникнути колапсу завдяки підтримці міжнародних партнерів, жорсткій монетарній політиці НБУ та новим механізмам економічної підтримки, таким як військові облігації та зовнішні запозичення. Одним із найбільших викликів залишається високий рівень інфляції, яка безпосередньо впливає на купівельну спроможність населення та інвестиційну привабливість країни. Проте завдяки посиленню монетарної політики та фінансових реформ у 2024 році вдалося суттєво знизити інфляційний тиск.

Подальший економічний розвиток України залежить від ефективності фінансової політики, стабілізації курсу гривні, інтеграції у світові ринки та залучення іноземних інвестицій. Особливу роль у цьому процесі відіграватимуть фінансові посередники, цифровізація фінансового сектору та збереження стабільної банківської системи.

Список використаних джерел

1. Національний банк України.
https://bank.gov.ua/ua/monetary/report?utm_source
2. Індекс інфляцій(2024).
https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/2024/?utm_source
3. Державний борг. https://mof.gov.ua/uk/derzhavnij-borg-ta-garantovanij-derzhavju-borg_osn_inf
4. Державна служба статистики України.
<https://www.ukrstat.gov.ua>.

Андрій ШЕВЧУК

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 051 Економіка

Науковий керівник: **Тетяна ОНИСЕНКО**

кандидат економічних наук, доцент

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ КРИПТООБМІННИКІВ В УКРАЇНІ

Криптовалютний ринок в Україні демонструє стрімке зростання, попри відсутність чіткого законодавчого регулювання. Криптообмінники відіграють ключову роль у цьому процесі, забезпечуючи можливість швидкого та відносно анонімного обміну криптовалюти на фіатні гроші та навпаки.

Згідно даних аналітичної компанії Chainalysis, із липня 2023 року до червня 2024 року надходження криптовалют до України перевищили показник у \$106 млрд, а сама країна посідає шосте місце у світі за рівнем їх впровадження[1].

Громадяни України активно користуються можливостями використання криптовалюти, адже:

- Криптовалюта є дієвим інвестиційним інструментом, який дає змогу заробляти в перспективі;
- Криптовалюта є торговим активом, який дозволяє заробляти тут і зараз;
- Криптовалюта є засобом платежу, який не має транскордонних обмежень (багатьох українців ця властивість сьогодні особливо приваблює)[1].

В українському законодавстві відсутнє пряме юридичне визначення терміну «криптовалюта». Проте, наявне близьке за змістом поняття «віртуальні активи», що закріплене в Законі України «Про віртуальні активи». Віртуальний актив - нематеріальне благо, що є об'єктом цивільних прав, має вартість та виражене сукупністю даних в електронній формі. Існування та оборотоздатність віртуального активу забезпечується системою забезпечення обороту віртуальних активів. Віртуальний актив може посвідчувати майнові права, зокрема права вимоги на інші об'єкти цивільних прав[2].

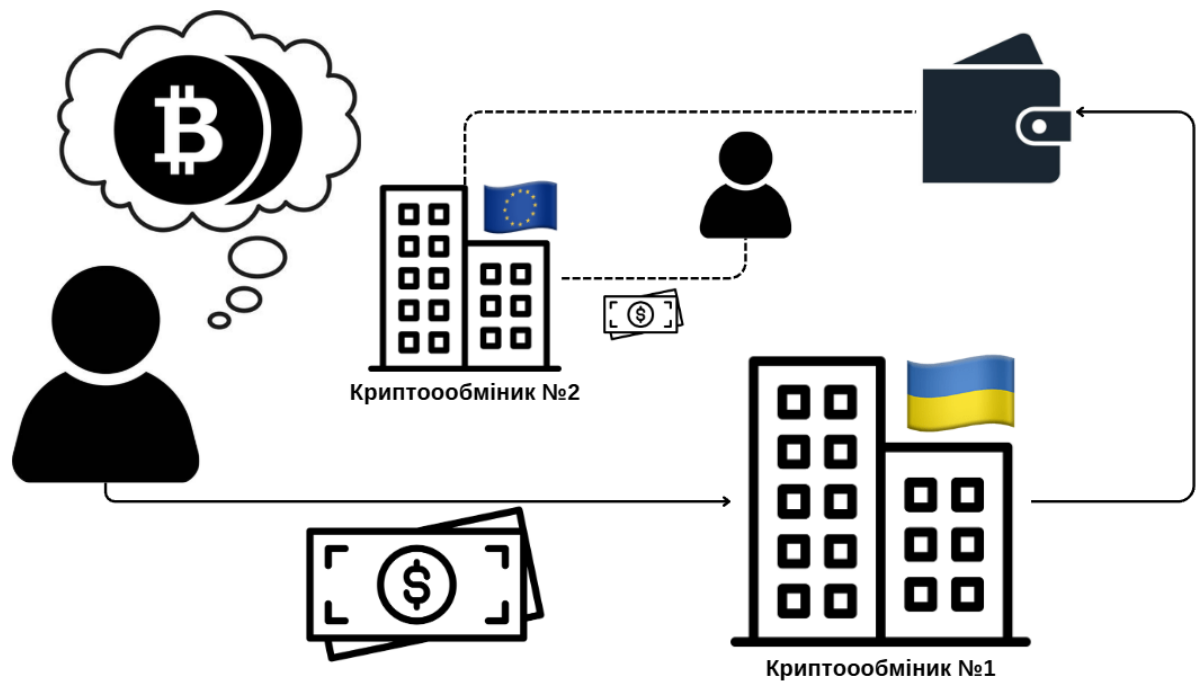


Рис.1 Схема переведення національних грошовитих одиниць у криптовалюту з можливістю переведення закордон.

Джерело: побудовано автором

Функціонування криптовалютних обмінних пунктів характеризується поетапним алгоритмом. На першому етапі клієнт здійснює вибір бажаної криптовалюти. Далі відбувається процес внесення фіатних або криптовалютних коштів на рахунок обмінного пункту. Наступним етапом є транзакція обраної криптовалюти на цифровий гаманець контрагента, що може знаходитися в іншому обмінному пункті. Завершальним етапом є конвертація криптовалюти в фіатну валюту та її виведення клієнту в іншій юрисдикції[3].

У процесі аналізу функціонуючих криптовалютних обмінників було встановлено, що переважна більшість операторів не зареєстрована як юридичні особи, при цьому, у випадках реєстрації, вони здебільшого оформлені як фізичні особи-підприємці, тобто ФОП.

Додатковою проблематикою, що була ідентифікована в ході дослідження, є відсутність в Україні процедури ліцензування діяльності криптовалютних обмінників. У зв'язку з цим, для легалізації

функціонування подібних сервісів, суб'єктам господарювання пропонується юридичними компаніями розглянути можливість отримання відповідних ліцензій в іноземних юрисдикціях, зокрема, у Сполучених Штатах Америки, Японії, Австралії, Сінгапурі, Естонії, Мальті, Німеччині, Швейцарії, Латвії, Польщі, Чехії, Грузії, Великобританії, Португалії, Словаччині та інших країнах[4].

При виборі юрисдикції для ліцензування частіше обирають зі стабільною економічною ситуацією, розвиненою нормативно-правовою базою у банківській та фінансовій сферах, а також наявністю державних програм підтримки розвитку ринку криптовалютних активів.

Отже, специфіка діяльності криптообмінників в Україні полягає в тому, що вони працюють в умовах правової невизначеності. Це створює як ризики, так і можливості для учасників ринку. З одного боку, відсутність жорсткого регулювання дозволяє криптообмінникам оперативно реагувати на зміни ринку та пропонувати клієнтам широкий спектр послуг. З іншого боку, це підвищує ризики шахрайства та відмивання коштів, а також ускладнює захист прав споживачів.

Список використаних джерел

1. Як запустити власний криптообмінник у 2024 році. Мінфін - все про фінанси: новини, курси валют, банки. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2024/11/01/138874057/>.

2. Про віртуальні активи: Закон України від 17.02.2022 № 2074-IX : станом на 15 листоп. 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2074-20#Text>.

3. Як відкрити криптообмінник. Друкарня. URL: <https://drukarnia.com.ua/articles/yak-vidkriti-kriptoobminnik-B28Bw>.

4. Створення криптообмінника в Україні. *lawrange*. URL: <https://lawrange.net/uk/services/stvorenniya-kriptoobminnika-v-ukraini/>.

5. НЕЛЕГАЛЬНІ КРИПТООБМІННИКИ ЯК СПОСІБ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ (ВІДМИВАННЯ) ЗЛОЧИННИХ ДОХОДІВ. *Юридичний науковий*

Василь ШИКУЛА

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальності
072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок

Науковий керівник: **Юрій ПІДЛИПНИЙ**

кандидат тех.наук,

доцент кафедри технології і організації ресторанного господарства

ЗВ'ЯЗОК СТАТИСТИКИ З ІНШИМИ НАУКАМИ

Статистика тісно пов'язана з багатьма науками, оскільки є універсальним інструментом для обробки, аналізу та інтерпретації даних. Завдяки статистиці можна отримати точні дані для ухвалення обґрунтованих рішень у політиці, економіці, соціології та багатьох інших сферах. Це робить статистику не лише наукою, але й інструментом для практичного застосування в різних галузях суспільного життя.

Під статистикою розуміють особливу галузь практичної діяльності (статистичну практику), тобто діяльність статистичних установ, спрямовану на збирання, обробку та аналіз даних про соціально-економічні явища і процеси [1].

Статистика є самостійною наукою, але її тісний зв'язок з іншими дозволяє їй набагато ефективніше виконувати свою роль у вивченні суспільних явищ і процесів.

Статистика є частиною математики і багато статистичних методів базуються на математичних принципах. Наприклад, ймовірність, теорія множин, математична статистика - усі ці концепції є основою для розв'язання статистичних задач.

В економіці статистика використовується для аналізу економічних явищ, прогнозування фінансових тенденцій, визначення ефективності.

Економісти застосовують статистику для оцінки ризиків, дослідження впливу різних факторів на ринки, споживчі переваги тощо.

Як не дивно, в психології статистичні методи застосовуються для аналізу результатів експериментів, визначення кореляцій між змінними (наприклад, між поведінкою і соціальними факторами), а також для перевірки гіпотез.

Тісний взаємозв'язок існує між статистикою і медициною, яка є критично важливою для клінічних досліджень, аналізу ефективності лікування, визначення зв'язків між різними захворюваннями та факторами ризику. Статистика дозволяє визначати значущість результатів медичних випробувань.

Статистика широко використовується в соціології, політології, демографії для дослідження соціальних тенденцій, аналізу виборчих результатів, вивчення соціальних явищ і поведінки різних груп людей.

Також статистика широко використовується в фізиці, хімії, біології. Статистичні методи використовуються для аналізу експериментальних даних, розрахунку похибок, побудови математичних моделей і перевірки теорій.

У інженерії статистика застосовується для контролю якості, вивчення надійності систем, оптимізації виробничих процесів та інших задач.

Статистика активно використовує інструменти інформатики для збору, зберігання, обробки та аналізу великих обсягів даних. У таких сферах, як аналіз великих даних (Big Data), машинне навчання та штучний інтелект, статистика надає алгоритми для інтерпретації даних і пошуку закономірностей у цифрових масивах інформації.

Отже, можна зробити висновок, що статистика є невід'ємною частиною результату наукових досліджень, оскільки її методи не можуть лише організувати і структурувати дані, а й проводити аналіз, робити

висновки та формувати прогнози. Вона є основою для багатьох галузей знань, крім того, дає можливість працювати з реальними чисельними показниками та оцінювати закономірності в розвитку різних явищ. Важливим аспектом є те, що статистика надає зручні інструменти для порівняння даних, використовуючи показники, які можуть оцінити зміни, тенденції та взаємозв'язки між іншими явищами.

Список використаних джерел

1. Статистика : підручник / В. О. Костюк, І. В. Мількін, О. І. Славута ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. – 204 с.
2. Електронний ресурс. URL: <https://uk.wikipedia.org>

СЕКЦІЯ 3

Анастасія БОЙЧУК

здобувачка освіти 3 курсу

спеціальності

241 «Готельно-ресторанна справа»

ВСП «Ужгородський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»

Тарас НЕБОРАК

першого (бакалаврського) рівня

вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент

Науковий керівник: **Алла ДОМИЩЕ-МЕДЯНИК**

к.е.н, доцент,

доцент кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі

ІННОВАЦІЇ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ЗАКАРПАТТЯ В УМОВАХ ВІЙНИ

В умовах війни, готельно-ресторанний бізнес Закарпаття зазнав значних змін, які викликані не лише безпосередніми наслідками конфлікту, але і потребою адаптуватися до нових економічних реалій. Під час кризи підприємства змушені були шукати інноваційні рішення, щоб залишатися конкурентоспроможними, забезпечувати прибуток та відповідати сучасним вимогам споживачів. Адаптація до європейських стандартів стала важливим фактором у залученні туристів та розвитку місцевої економіки.

Розглянемо більш докладніше основні інновації у цьому секторі. Для оптимізації роботи важливим стало впровадження сучасних технологій [1,2]. Зокрема:

- Оцифрування процесів: спостерігаємо ведення електронних систем резервування, онлайн меню, мобільних додатків для замовлення їжі та бронювання номерів. Це не лише спрощує управління, але і підвищує рівень обслуговування клієнтів.

- Контактні безкоштовні технології: використання QR-кодів для доступу до меню, оплати і отримання рахунків допомагає зменшити фізичний контакт і підвищити безпеку гостей.

- Екологічність і сталий розвиток: Закарпаття, відоме своїми природними ресурсами, знаходить нові шляхи для впровадження екоменеджменту.

- Впровадження еко-стандартів: Готелі та ресторани починають adopt специфікації, що забезпечують збереження навколишнього середовища, такі як використання органічних продуктів, екологічно чистих засобів для прибирання та переробка відходів.

- Туризм з акцентом на природу: створення еко-турів та програм, які підтримують стійкий розвиток місцевих громад та пропагують екологічний спосіб життя.

- Адаптація до європейських стандартів. Для того щоб залучити європейських туристів, заклади готельно-ресторанного бізнесу мусять відповідати міжнародним стандартам.

- Покращення якості сервісу: Підвищення кваліфікації персоналу, застосування принципів готельного менеджменту, орієнтованого на клієнта, та впровадження системи управління якістю.

- Сертифікація: Підприємства прагнуть отримати міжнародні сертифікати, такі як ISO, які підтверджують дотримання європейських стандартів якості в обслуговуванні.

- Підтримка місцевих виробників. Багато закладів почали активно співпрацювати з місцевими виробниками, що не тільки зменшує витрати на постачання, але і сприяє розвитку місцевої економіки. Цей підхід також дозволяє ресторанам пропонувати свіжі та сезонні страви, що відповідають запитам клієнтів [3].

Таким чином, інновації у готельно-ресторанному менеджменті в Закарпатті в умовах війни відіграють важливу роль у забезпеченні адаптації до нових реалій та європейських стандартів. Цей процес не лише допомагає

підприємствам вижити в труднощах, але і відкриває нові можливості для росту та розвитку регіону. Використання інноваційних технологій, підвищення стандартів обслуговування і підтримка сталого розвитку можуть стати ключовими факторами успішного майбутнього готельно-ресторанного бізнесу Закарпаття.

Список використаних джерел

1. Талапа, С., & Поляк, М. (2024). Інноваційні технології в ресторанному бізнесі: вплив на ефективність управління та якість обслуговування. *Herald of Khmelnytskyi National University. Technical Sciences*, 339(4), 193-200. <https://doi.org/10.31891/2307-5732-2024-339-4-31>
2. Domyshe-Medyanyk A., Zelich V., Novikova M., Bielska T., Raiko D. Synergistic approaches to strategic management: models and impact on the performance of organizations (2024) *AD ALTA* 14(1) 120-125 DOI:10.33543/140139120125
3. Domishche A., Medyanyk O., Pidlypny Y., Talapa S. Strategic management of the innovative development of restaurants. *Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference. Vienna, Austria. 2023. Pp. 131-135* URL: <https://isg-konf.com/the-world-of-modern-technologies-and-inventions/>

Іван ВАКУЛА

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

Науковий керівник: **Наталія ВАСИЛИХА**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, підприємництва та

торгівлі

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Зелений туризм, або сільський екотуризм, є популярним напрямком відпочинку, який передбачає перебування в природних умовах, знайомство з культурою та традиціями сільських громад. Однак його розвиток значною мірою залежить від сезонності, що впливає на попит, доходи та доступність послуг.

Сільська територія виступає, як територіально-просторовий комплекс, який включає землі сільськогосподарського та несільськогосподарського призначення, природно-заповідного фонду; містить ресурсний потенціал; поєднує сукупність сільських населених пунктів, де зосереджена адміністративно-управлінська, виробничо-економічна, соціально-культурна діяльність. До невід'ємних складових сільських територій віднесено поселенську мережу, органи місцевого самоврядування, людський потенціал, виробничо-господарську та соціальну сферу, екологізацію життєдіяльності населення [1, с . 17].

За даними Всесвітньої туристичної організації, сільський зелений туризм визначили одним із п'яти ключових стратегічних напрямів розвитку туристичної індустрії у світі до 2020 року [2].

Зелений туризм – будь-яка форма туризму, яка застосовує методи екологічного управління та орієнтована на збереження природи.

Це своєрідна альтернатива традиційному комерційному масовому туризму. Зазвичай, туристи, які обирають подорожувати у такий спосіб, беруть на себе відповідальність за збереження навколишнього середовища та покращення благоустрою місцевого населення.

Спочатку «зелений» асоціювався насамперед із екологічними аспектами, однак сьогодні він охоплює всі аспекти стійкого розвитку, що базуються на таких принципах:

1. Охорона навколишнього середовища. Звести до мінімуму забруднення повітря, води, ґрунту, а також кількість відходів, які є наслідком

діяльності стандартних туристичних організацій та їхніх клієнтів. Підтримка якісних та унікальних характеристик ландшафту, захист природних територій, середовищ існування диких рослин та тварин.

2. Соціальний розвиток. Підтримка та покращення якості життя в місцевих спільнотах, виховання поваги до різних народностей та прав людини, підтримка їхньої культурної спадщини та традицій.

3. Економічне процвітання. Забезпечення конкурентоспроможності місцевих компаній у туристичній сфері. Інтеграція економіки та екології у процеси зберігання природних територій, які в майбутньому сприятимуть збільшенню доходів від зеленого туризму.

4. Мінімізація впливу на клімат. В останні роки кліматичний аспект став надважливим. Тому необхідно мінімізувати вплив туризму на клімат і максимально адаптувати його до кліматичних змін [3].

В Україні діє Програма добровільної категоризації у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба», яку розробила ГО «Спілка СЗТ України». Вимоги Програми покладені в основу стандартів організації України (СОУ) у сфері сільського зеленого туризму [4].

Сільському розвитку на сучасному етапі сприяє Українська мережа сільського розвитку, яка об'єднує зусилля громадянського суспільства і академічної громадськості для сприяння збереженню і розвитку села на основі нових знань, успішних практик та партнерства [5].

Таким чином, наявний в Україні природно-ресурсний потенціал та культурна спадщина є передумовою для провадження у сільській місцевості діяльності пов'язаної із сільським зеленим туризмом.

Список використаних джерел

1. Костриця М. М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика (етноісторичний туристичний кластер «Древлянська земля»): монографія / М. М. Костриця / За наук. керівництвом і заг. ред. проф. Є. І. Ходаківського, проф. Ю. С. Цал-Цалка. – Житомир: ЖДТУ, 2006. – 196 106 с.

2. Всесвітня туристична організація: офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org/worldtourism-barometer-n18-january-2020> (дата звернення 06.03.2025).
3. Зелений туризм в Україні. Переваги та недоліки URL: <https://uain.press/articles/zelenij-turizm-v-ukrayini-perevagi-ta-nedoliki-992210> (дата звернення 03.03.2025).
4. Спілка сільського зеленого туризму України URL: www.greentour.com.ua (дата звернення 03.03.2025).
5. Українська мережа сільського розвитку. URL: <https://urdn.org/> (дата звернення 03.03.2025).

Діана ВАРИВОДА

здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»

Науковий керівник: **Тетяна ГУШТАН**

доктор екон. наук, доцент
завідувач кафедри менеджменту, підприємництва та
торгівлі УТЕІ ДТЕУ

ЛОГІСТИЧНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Воєнний стан створює безпрецедентні виклики для всіх секторів економіки, і роздрібна торгівля не є винятком. Особливо гостро відчутні проблеми в логістиці, оскільки руйнування інфраструктури, порушення ланцюгів постачання та зменшення пропускну здатності транспортної системи ускладнюють стабільне забезпечення ринку товарами. В цих умовах підприємства змушені шукати нові підходи до управління логістикою, адаптуватися до змін середовища та вибудовувати альтернативні моделі постачання. Дослідження логістичних викликів та шляхів їх подолання є

надзвичайно актуальним, оскільки ефективність роботи роздрібної торгівлі на пряму впливає на задоволення потреб населення та економічну стійкість країни [1; 2].

Одним із ключових чинників дестабілізації логістичних процесів у період війни є фізичне руйнування транспортної інфраструктури. Руйнування мостів, доріг, залізничних вузлів та портових терміналів значно ускладнює перевезення товарів між регіонами, а у деяких випадках робить їх неможливими. Внаслідок цього компанії змушені шукати нові маршрути, що не завжди є економічно доцільними [2].

Другою серйозною проблемою є дефіцит пального та нестабільність постачання енергоресурсів. Це призводить до значного зростання вартості перевезень, що в кінцевому підсумку впливає на роздрібні ціни. Додатково, зменшення доступності транспорту, зокрема вантажних автомобілів та залізничних перевезень, створює вузькі місця в логістичних ланцюгах.

Ще одним викликом є скорочення персоналу внаслідок мобілізації, міграції населення та небезпеки перебування в зонах бойових дій. Брак кваліфікованих водіїв, складських працівників та логістичних менеджерів негативно впливає на швидкість обробки замовлень і доставок.

З метою мінімізації ризиків підприємства змушені шукати нові рішення для організації постачання. Зростає також роль регіональних складів у відносно безпечних областях країни. Компанії розміщують запаси товарів у центральних та західних регіонах, щоб оперативно забезпечувати потреби населення у разі локальних перебоїв із постачанням [1; 3].

Важливим кроком є активізація співпраці з новими постачальниками. Багато підприємств змушені шукати альтернативні джерела товарів як всередині країни, так і за її межами. При цьому локальні виробники отримують нові можливості для розвитку, оскільки в умовах руйнування окремих підприємств виробничі потужності знизились або зовсім зникли.

Для збереження стабільності постачань підприємства активно використовують цифрові технології. Логістичні компанії та ритейлери

впроваджують системи моніторингу маршрутів у реальному часі, що дозволяє швидше реагувати на зміну ситуації [1].

Попри серйозні виклики, воєнний стан стимулює розвиток нових підходів до логістики. У довгостроковій перспективі повоєнного відновлення очікується модернізація транспортної інфраструктури, що сприятиме підвищенню ефективності перевезень.

Розвиток міжнародного співробітництва в умовах євроінтеграційних процесів, а саме інтеграція з європейськими транспортними мережами у сфері логістики відкриває нові можливості для українського бізнесу забезпечуючи доступ до нових ринків.

Загалом логістичні виклики в умовах воєнного стану мають комплексний характер і охоплюють різні аспекти діяльності роздрібної торгівлі. Основними проблемами є руйнування інфраструктури, дефіцит пального, нестача персоналу та необхідність зміни постачальників. Однак бізнес демонструє високу адаптивність, впроваджуючи нові підходи до управління ланцюгами постачання, використовуючи цифрові технології та змінюючи логістичні стратегії.

Перебудова логістичних маршрутів, диверсифікація постачальників, автоматизація процесів є ключовими адаптаційними механізмами. У перспективі післявоєнного відновлення модернізація транспортної інфраструктури та інтеграція з міжнародними логістичними мережами сприятимуть зменшенню ризиків та підвищенню ефективності роздрібної торгівлі.

Таким чином, воєнні виклики стали каталізатором змін у сфері логістики, що змушує підприємства шукати нові рішення для стабільної роботи в умовах невизначеності.

Список використаних джерел

1. Гирич С. Проблеми підприємств торгівлі в умовах воєнного стану та шляхи їх вирішення. Економіка та суспільство, 2024, № 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-79>
2. Мурована Т. Вітчизняне підприємництво в умовах воєнного стану: основні тенденції та методи підтримки. Економіка та суспільство, 2023, № 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-49>
3. Oakden R. (2023). Logistics strategy to cover the longer five-year term. Logistics blog and Supply Chains blog. URL: <https://www.learnaboutlogistics.com/logistics-strategy-to-cover-the-longer-five-year-term> (дата звернення 10.03.2025).

Андрій ВАСЛЮК

здобувач другого (магістерського)
рівня вищої освіти, спеціальності 073 «Менеджмент»

Науковий керівник: **Тетяна ГУШТАН**

доктор екон. наук, доцент
завідувач кафедри менеджменту, підприємництва та
торгівлі УТЕІ ДТЕУ

ВИКОРИСТАННЯ AR/VR ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОСУВАННІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Зміни в технологічному середовищі останніх років суттєво вплинули на розвиток індустрії гостинності, зокрема в сфері просування готельних послуг. У зв'язку з численними технологічними інноваціями, що включають використання доповненої реальності (AR) і віртуальної реальності (VR), багато готельних підприємств почали впроваджувати ці технології як частину стратегії маркетингу та покращення взаємодії з потенційними клієнтами. В умовах сучасної глобалізації та зокрема військової агресії, коли особисті подорожі стають менш безпечними, впровадження AR/VR

технологій стає важливим інструментом у відновленні туристичної індустрії, залученні нових клієнтів і створенні конкурентних переваг для готельних підприємств.

Військові конфлікти змушують готелі шукати інноваційні рішення для підтримки та розвитку бізнесу, а технології AR і VR дозволяють представити готельні послуги та інфраструктуру в новому світлі, не потребуючи фізичної присутності клієнта.

У першу чергу, важливо зазначити, що VR технології дозволяють створити повну імітацію реальності, що дає користувачам можливість «відвідати» різні локації без необхідності фізично бути присутніми. Це особливо актуально для готельного бізнесу, де клієнти часто шукають візуальні та сенсорні враження від місць, де вони можуть відпочити або організувати події. Віртуальні тури стають дедалі популярнішими, оскільки вони дозволяють створити занурення в атмосферу готелю, демонструючи не тільки інтер'єри, але й такі аспекти, як місце розташування готелю, панораму навколишнього середовища, інфраструктуру та послуги [1].

Ще одним значущим елементом є доповнена реальність (AR), яка дозволяє накладати цифрові об'єкти на реальний світ. Завдяки AR технологіям готелі можуть запропонувати своїм клієнтам інтерактивні карти, маршрути для екскурсій, а також персоналізовані пропозиції, які покращують досвід перебування. При цьому використовуючи AR, гості можуть переглядати інформацію про культурні пам'ятки або замовляти послуги, скануючи спеціальні маркери або об'єкти в готелі. Це створює додаткові можливості для просування не лише самих готелів, але й локальних туристичних атракцій, що сприяє розвитку місцевої економіки [1, 3].

В умовах військової агресії, коли візит до певних регіонів може бути небезпечним, AR/VR технології стають життєво важливими інструментами для підтримки туристичного потоку. Готелі та туристичні організації можуть використовувати ці інструменти для демонстрації безпечних та доступних

маршрутів, що дає клієнтам змогу здійснити віртуальні подорожі в місця, які вони не можуть відвідати через обмеження або небезпеку.

Ці технології також можуть використовуватись для створення віртуальних конференцій та подій, що дозволяє готелям працювати з корпоративними клієнтами, навіть коли фізична присутність стає складною або неможливою. Такі віртуальні події можуть включати презентації, семінари та тренінги, що здійснюються через VR/AR платформи, даючи можливість готелям забезпечити належний рівень обслуговування для бізнес-клієнтів, не обмежуючи їх потреби у зустрічах або конференціях [1,2].

У контексті адаптації до нових реалій, готелі також почали використовувати AR/VR для маркетингу та реклами. Замість традиційних фотосесій та відео, використання VR-турів дає змогу готелям продемонструвати свої послуги через більш захоплюючі та інтерактивні формати, які стимулюють інтерес потенційних клієнтів.

Але варто зазначити, що успішне впровадження AR/VR вимагає значних фінансових та технічних витрат. Не всі готелі можуть дозволити собі інвестувати в подібні інновації, і це може обмежувати їх можливості на конкурентному ринку. Для середніх і малих готелів, особливо в умовах економічної нестабільності, таких інвестицій може бути недостатньо. Крім того, існують певні технічні та соціальні виклики, пов'язані з використанням AR/VR технологій, адже не всі користувачі мають доступ до необхідного обладнання та можуть не володіти необхідними навичками роботи з ним.

Використання AR і VR технологій у просуванні готельних послуг набуває все більшої популярності, особливо в умовах глобальних змін, спричинених військовими конфліктами та іншими факторами. Це дає готельним підприємствам можливість залишатися конкурентоспроможними, надаючи потенційним клієнтам нові способи взаємодії та насолоди від віртуальних подорожей. Проте для ефективного впровадження цих технологій необхідно враховувати інвестиційні можливості, а також соціальні й технічні бар'єри, що можуть обмежувати їх доступність.

Список використаних джерел

1. Бондар Н., Боцян Т., Шаран Л. Імерсивні технології в готельному бізнесі: аналіз світового досвіду. *Економіка та суспільство*, 2022. № 45. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-43>
2. Пукач Я. Напрямки впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-68>
3. Фостолович В. А., Боцян Т. В. Імерсивні технології як інструмент інноваційного маркетингу в сфері організації бізнесу. *Економіка. Управління. Інновації*. 2021. Вип. 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2021_2_10.

Антоній ГАНЧАК

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 073 «Менеджмент»

Науковий керівник: **Леся КАГАНЕЦЬ-КАВРИЛКО**

доктор філософії, викладач кафедри менеджменту,

підприємництва та торгівлі УТЕІ ДТЕУ

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ГОТЕЛІВ ТА РЕСТОРАНІВ: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ

Сучасний світ стоїть перед безпрецедентними викликами, які стосуються екологічних змін, ресурсозбереження та соціальної відповідальності. У контексті глобального потепління, зменшення природних ресурсів та зростаючих вимог споживачів до соціальної відповідальності бізнесу, готельно-ресторанна індустрія стикається з необхідністю впровадження інноваційних підходів у свою діяльність. Такі підходи повинні

не тільки забезпечувати високий рівень сервісу та задоволення клієнтів, але й мінімізувати негативний вплив на довкілля та сприяти сталому розвитку [3].

У цьому контексті впровадження екологічних ініціатив, таких як використання відновлюваних джерел енергії, мінімізація відходів, водозбереження, а також для розвитку соціальної відповідальності, що включає підтримку місцевих спільнот, забезпечення чесних умов праці, просування здорового харчування тощо є наріжним каменем для успішної діяльності екологічно-орієнтованого підприємства гостинності.

Готельно-ресторанний бізнес є однією з найбільш динамічних та важливих складових світової економіки, що безпосередньо впливає на розвиток туризму, культури та міжнародних відносин, однак, у світлі глобальних змін і викликів сучасності, ця сфера стикається з рядом серйозних проблем, які вимагають негайного реагування та адаптації. До найважливіших викликів можна віднести екологічні проблеми, зміну вимог споживачів, технологічний розвиток та необхідність сталого розвитку [3].

Загалом екологізація готельного та ресторанного бізнесу в сучасних умовах набуває великого значення у зв'язку з необхідністю збереження довкілля, зростанням попиту туристів на екологічно безпечні послуги і товари. Сучасне суспільство прагне до гармонійних відношень із навколишнім середовищем.

Під екологізацією слід розуміти науково-обґрунтовану діяльність людини, яка направлена на розумне управління процесом взаємодії людського суспільства з природним середовищем. Екологізацію можна визначити, як сукупність засобів і методів, які допомагають раціонально використовувати природні ресурси [1, с. 41].

Готельне та ресторанне господарства є колосальними споживачами енергії та води у світовому масштабі, які збільшуються з кожним роком. Важливою екологічною проблемою є споживання води, яка є обмеженим ресурсом (водопостачання, споживання води на кухні, при прибиранні, в сауні, басейні, в номерах), а також через те, що стічні води можуть

загрожувати довкіллю. Для технічних потреб, наприклад, миття посуду, вода підлягає попередньому очищенню, а для приготування готових страв в готелях, ресторанах та кафе вода повинна піддаватися тонкому або осмотичному очищенню. Установка промислових фільтрів для води дозволяє задовольнити всі потреби готелів, кафе та ресторанів у чистій питній воді. В кінцевому підсумку, вона коштує значно дешевше, ніж доставлена в пластиковій тарі вода [2 с. 152].

Відходи теж мають значний вплив на навколишнє середовище і, на жаль, їх не можна повністю позбутися екологічним шляхом. Потрібно уникати пластикових матеріалів одноразового використання, натомість слід використовувати багаторазові тари. Обов'язковим етапом має бути сортування сміття, якщо використані прилади не функціонують (батарейки, фен, використані лампи), їх слід здавати в спеціальні установи по утилізації, аби уникнути забруднення ґрунту.

Надмірне споживання електроенергії несе шкоду середовищу. Це стимулює пошук ефективних способів використання альтернативних джерел енергії, до яких належать: сонячна і геотермальна енергія, енергія вітру, газ із біомаси, муніципальні відходи, промислові відходи, морських хвиль і океану. В готелях та ресторанах слід використовувати LED-освітлення, воно споживає в рази менше електроенергії в порівнянні з іншими джерелами енергії. Освітлення з автоматичними датчиками ввімкнення/вимкнення на зовнішніх фасадах споруди, теж допомагає значно економити споживання електроенергії [2, с. 149].

Слід зазначити, що на території Закарпатської області широко розвинена мережа еко-готелів, що радують не лише мальовничими краєвидами, гірськими пейзажами але й відповідністю екологічним стандартам: енергоефективності, мінімізації відходів, застосування природних матеріалів та використання високоякісної фермерської продукції з екологічно-чистих господарств. Яскравими прикладами таких закладів є Еко-готель «Ізки», еко-готель «Косино», еко-готель «Турянський Двір», Віта-парк

«Поляна», «Жива вода», еко-готель «Чорна гора» тощо, які успішно впровадили в сою діяльність подібні «зелені» технології. Такі заходи дали змогу збільшити прибуток і зацікавити нових споживачів водночас зберегти природні ресурси, здобути позитивний еко-імідж та підвищити свою конкурентоспроможність на ринку готельних послуг області.

Підсумовуючи слід зазначити, що еко-готелі – це майбутнє індустрії гостинності адже у глобалізованому світі споживач готельних послуг шукає затишний куточок, який поєднуватиме в собі сучасні технології і здоровий відпочинок.

Список використаних джерел

1. Як ООН підтримує Цілі сталого розвитку в Україні. URL: <https://ukraine.un.org/uk> (дата звернення 07.03.2025)
2. Паньків Н. Екологізація готельно-ресторанної сфери в контексті сталого розвитку туризму в Україні // Вісник Хмельницького національного університету. – 2023. – №2. – С.146-149.
3. Ганич Н. М. Екологізація готельного та ресторанного бізнесу / Н. М. Ганич, О. М. Гаталяк // Географія та туризм. – 2018. – Вип. 43. – С. 39-47. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2018_43_7

Олексій ГЛЮДЗИК

здобувач другого (магістерського)
рівня вищої освіти, спеціальності 073 «Менеджмент»

Науковий керівник: **Тетяна ГУШТАН**

доктор екон. наук, доцент
завідувач кафедри менеджменту, підприємництва та
торгівлі УТЕІ ДТЕУ

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ГОТЕЛІВ

Соціальна відповідальність є невід’ємною складовою сучасного готельного бізнесу, яка суттєво впливає на формування позитивного іміджу підприємства. У сучасних умовах високої конкуренції та зростаючих очікувань споживачів, готелі, які впроваджують принципи соціальної відповідальності, здобувають конкурентні переваги та підвищують свою репутацію на ринку.

Варто відзначити, що в Україні, як і в усьому світі, відбуваються глобальні трансформаційні процеси, і сфера гостинності здатна стати каталізатором соціокультурних та екологічних змін. В умовах викликів, зумовлених воєнним станом і нестабільністю, ця галузь може не лише забезпечувати економічні надходження, а й відігравати важливу роль у майбутньому повоєнному відновленні країни та її регіонів [2].

Сьогодні одним із ключових документів, що визначає аспекти сталого розвитку, є Резолюція Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний в галузі сталого розвитку на період до 2030 року», яка містить 17 цілей і 169 завдань, спрямованих на досягнення сталого розвитку. Серед яких є як соціальні так і екологічні ініціативи [4].

Соціальна відповідальність готелів охоплює широкий спектр заходів, спрямованих на задоволення потреб суспільства та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Це включає екологічні ініціативи, підтримку місцевих громад, забезпечення справедливих умов праці та участь у благодійних проєктах. Такі дії не лише покращують імідж готелю, але й сприяють його сталому розвитку [1].

Впровадження екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій є важливим аспектом соціальної відповідальності готелів. Так використання відновлюваних джерел енергії, зменшення споживання води та впровадження програм з переробки відходів демонструють турботу готелю про навколишнє середовище, що позитивно впливає на його репутацію. Впровадження таких практик сприяє підвищенню конкурентоспроможності готелів.

Забезпечення справедливих умов праці та інвестування в розвиток персоналу є ще одним важливим напрямком соціальної відповідальності. Адже готелі, які піклуються про своїх працівників, забезпечують їм гідні умови праці, можливості для професійного розвитку та справедливу оплату, створюють позитивний імідж як відповідального роботодавця. Це, у свою чергу, сприяє підвищенню лояльності працівників та їхньої мотивації [1].

Участь у благодійних проєктах та підтримка місцевих громад також сприяють формуванню позитивного іміджу готелів. Підтримка місцевих ініціатив, спонсорство культурних та спортивних заходів, а також участь у програмах соціальної допомоги демонструють відповідальність готелю перед суспільством та підвищують його репутацію.

Використання соціальних медіа для комунікації з клієнтами є ефективним інструментом просування соціально відповідальних ініціатив готелів. Активна присутність у соціальних мережах дозволяє підприємствам сфери гостинності інформувати громадськість про свої соціальні та екологічні проєкти, залучати клієнтів до обговорення та отримувати зворотний зв'язок, що сприяє формуванню позитивного іміджу [2].

Дослідження показують, що споживачі все більше надають перевагу підприємствам, які демонструють соціальну відповідальність. Це означає, що готелі, які активно впроваджують соціально відповідальні практики, можуть залучити більше клієнтів та підвищити свою конкурентоспроможність на ринку. Так споживачі, які бачать, що готель піклується про суспільство та навколишнє середовище, більш схильні повертатися та рекомендувати його іншим, що позитивно впливає, як на імідж так і на економічну ефективність діяльності підприємства.

Впровадження соціально відповідальних практик може допомогти готелям подолати вхідні бар'єри на Європейський та світовий ринок, а також сприятиме стійкому розвитку в умовах конкуренції. Соціально відповідальні готелі мають більше можливостей для отримання підтримки від місцевих громад та органів влади, що сприяє їхньому ефективному функціонуванню.

Крім того, це позитивно впливає на репутацію готелю серед інвесторів і партнерів, оскільки підприємства, які демонструють відповідальне ставлення до суспільства та навколишнього середовища, сприймаються як більш надійні та привабливі для інвестування і співпраці [3].

Отже, соціальна відповідальність є не лише етичним зобов'язанням, а й стратегічним інструментом, що сприяє забезпеченню довгострокового успіху підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Впроваджуючи соціально відповідальні практики, готельний бізнес не тільки підтримує глобальні принципи сталого розвитку, затверджені Генеральною Асамблеєю ООН, але й зміцнює свою конкурентоспроможність, забезпечуючи стійкість і успіх на ринку.

Список використаних джерел

4. Лінгур Л. М. Роль корпоративної соціальної відповідальності у формуванні стратегії розвитку підприємства: сучасний підхід // Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. 49. – С. 68–74. DOI: [10.32782/2524-0072/2023-49-11](https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-11).
5. Любченко В. В. Роль туризму у сталому розвитку в Україні: виклики та можливості для економіки // Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. 57. – С. 114–120. DOI: [10.32782/2524-0072/2023-57-59](https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-59).
6. Пластун О. Л. Соціально відповідальне інвестування для досягнення цілей сталого розвитку // Сумський державний університет. – 2023. – 160 с.
7. Як ООН підтримує Цілі сталого розвитку в Україні. URL: <https://ukraine.un.org/uk> (дата звернення 04.03.2025)

Михайло ГОРЗОВ

здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої спеціальності 076 Підприємництво та торгівля
Науковий керівник: **Іванна ШОЛЯ**

КОМПЛАЄНС У СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Побудувати малий, середній чи великий бізнес – це складний і тривалий процес. Та дуже важливо і не менш складно забезпечити його сталє функціонування й розвиток, особливо у сучасному світі, де бізнес-середовище змінюється та ускладнюється. Вагомим інструментом для забезпечення стабільності бізнесу є комплаєнс.

У сучасному бізнес-середовищі термін «комплаєнс» сьогодні став синонімом доброчесного та дієвого управління. Згідно визначення Міжнародної асоціації комплаєнсу (International Compliance Association), комплаєнс – це здатність діяти у відповідності до встановлених правил, норм, вимог та внутрішніх стандартів [2]. Його мета – запобігти порушенням, регулювати корпоративні відносини між співробітниками, зменшити ризики та створити етичну культуру.

Отже, комплаєнс потрібен для захисту бізнесу від викликів ззовні (тобто уникнення порушень законодавства працівниками і підприємством), і зсередини (створення корпоративної культури, дотримання працівниками інструкцій, політик, інших регуляторних документів підприємства) [1].

Комплаєнс – широке поняття і воно може охоплювати такі аспекти, як фінансова звітність (фінансовий комплаєнс), етичні стандарти (корпоративний комплаєнс), охорона навколишнього середовища (етичний комплаєнс), захист персональних даних, справедлива конкуренція, безпека на робочому місці тощо. Завдяки комплаєнсу підприємство забезпечує свою діяльність в рамках прийнятих норм та стандартів.

З кожним роком прозорість та відкритість бізнесу набирає популярності, а етика підприємництва стає важливою складовою ділової культури. Українські компанії створюють відділи комплаєнс-контролю.

Подібні підрозділи є в «Датагруп» (всеукраїнський постачальник послуг зв'язку для бізнесу та дому), «Кернел» (провідний світовий виробник та експортер соняшникової олії, найбільший в Україні виробник та експортер зернових, ключовий постачальник сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки), «Нової Пошти» (лідер на ринку експрес-доставок в Україні), МАУ (флагманська авіакомпанія і найбільший авіаперевізник України), а також в українських представництвах міжнародних компаній, наприклад – «Київстар» (найбільший український оператор електронних комунікацій), «Карлсберг Україна» (компанія харчової промисловості України, виробник пива, безалкогольних та алкогольних напоїв), «Агро-Регіон Україна» (провідний виробник сільськогосподарської продукції в Україні), «Гудвеллі Україна» (українська сільськогосподарська компанія в галузі свинарства та молочного виробництва, що належить датським інвесторам).

Безумовно, комплаєнс є корисним для бізнесу. Під час війни та після перемоги він допоможе вберегтися від репутаційних та фінансових ризиків, пов'язаних зі співпрацею з російськими компаніями, вийти на міжнародний ринок, отримати інвестиції, залучити талановитих співробітників, а також сприяє:

- зменшенню ризиків для бізнесу, оскільки дотримання законодавчих вимог та стандартів допоможе уникнути судових справ, штрафів та інших негативних наслідків, пов'язаних з невідповідністю закону;
- підвищенню довіри, бо підприємства, які дотримуються комплаєнс-стандартів, користуються довірою споживачів, інвесторів і партнерів. Вони вважаються надійнішими та відповідальнішими, а це сприяє підвищенню клієнтської бази та залученню інвестицій;
- покращенню репутації, що особливо важливо в сучасному інформаційному світі, де новини про недобросовісну діяльність можуть швидко поширюватися та завдають серйозної шкоди бренду.

Комплаєнс потрібний абсолютно всім підприємствам, незалежно від розміру. Невелике підприємство може не пережити штраф за недотримання законодавства, а втрата репутації для такого бізнесу може привести до банкрутства.

Отже, комплаєнс є необхідною складовою успішного бізнесу в сучасному бізнес-середовищі. Дотримання комплаєнс-стандартів допомагає зменшити ризики, покращити свою репутацію та залучити більше інвесторів та клієнтів. На сьогоднішній день поки що не існує закону, який би зобов'язував український бізнес запроваджувати комплаєнс-контроль, проте для співпраці з іноземними партнерами цього не уникнути.

Важливо розуміти, що комплаєнс – це безперервний процес, а не одноразова подія, щоб він був не лише формальністю, на папері, а насправді відповідав діям і цінностям підприємства. Це головний фактор для забезпечення успіху та сталості бізнесу в сучасному світі. Підприємства, які вкладаються в комплаєнс, мають можливість побудувати успішний бізнес, який користуватиметься довірою споживачів та інвесторів, зменшить ризики та збільшить ефективність своєї діяльності.

Список використаних джерел

1. Подолін М. Для чого потрібен комплаєнс на підприємстві: ключові аспекти, виклики та поради. URL:<https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/dlya-chogo-potriben-komplaens-na-pidpriemstvi-klyuch> (дата звернення: 09.03.2025)
2. Формагей О. Правове регулювання питань відповідності (комплаєнсу) в енергетичному праві України (Regulatory Compliance). URL:<https://unba.org.ua/publications/6220-pravove-regulyvannya-pitan-vidpovidnosti-komplaensu-v-ener> (дата звернення: 09.03.2025)

Михайло ДІЯНИЧ, Роман ЛІСКАНИЧ

здобувачі першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальності 076 Підприємництво та торгівля

Науковий керівник: **Світлана ДАНИЛО**

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі

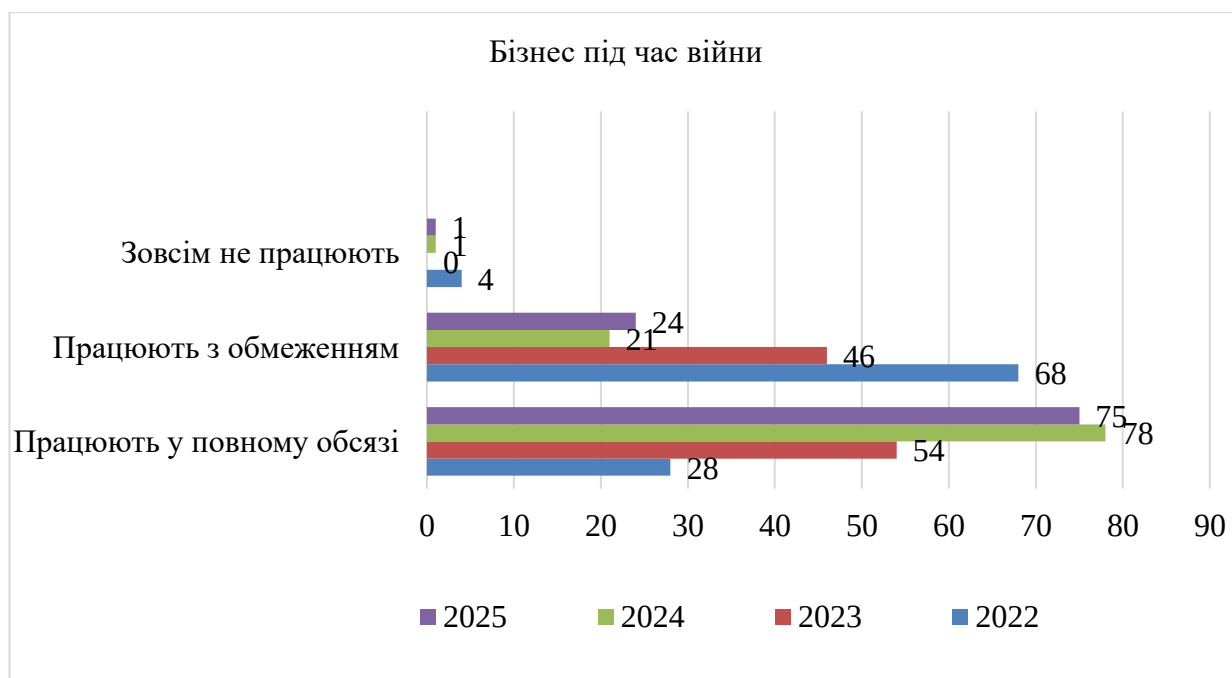
СУЧАСНІ ЗАГРОЗИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Надважливу роль у розвитку економіки України відіграє сьогодні саме підприємництво, яке формує важливі складові ринкової економіки та здатне вирішувати як економічні, так соціальні проблеми. Функціонування та розвиток підприємництва в Україні завжди відбувалися у складних соціально-економічних умовах. Події сьогодення не є винятком: економічна криза, поширення респіраторної хвороби COVID-19, запровадження обмежувальних карантинних заходів, повномасштабне вторгнення в Україну – усе це призвело до значних негативних наслідків для бізнесу, часткового або повного зупинення функціонування підприємств [1].

Згідно з [Четвертою швидкою оцінкою збитків і потреб \(RDNA4\)](#) [2], за період з лютого 2022 року по грудень 2024 року сукупні економічні, соціальні та інші грошові втрати внаслідок війни в Україні становлять близько 589 мільярдів доларів США. Проте реальна сума, яка б охоплювала вартість відновлення і обсяг компенсацій, перевищує трильйони доларів.

Згідно результатів нової хвилі опитування «Бізнес під час війни», проведеного Європейською Бізнес Асоціацією серед своїх членських компаній, 77% продовжать працювати в Україні, незалежно від того, чи завершаться цього року бойові дії. Інші 19% поки не мають однозначної відповіді, і тільки 4% припускають, що в разі продовження бойових дій можуть переглянути свою присутність на українському ринку.

На початку 2025 року три чверті компаній (75%) працюють в повному обсязі. 24% працюють з обмеженнями, і 1% – не працює взагалі (Рис. 1.) [3].



Джерело [3]

Рис. 1 Дослідження Європейської Бізнес Асоціації

Найбільш поширеними обмеженнями компаній залишаються нестача кваліфікованих працівників/мобілізація (75%), обмеження географії діяльності (55%) та призупинення роботи під час повітряних тривог (41%). Але, пів року тому повноцінно працювали 64% компаній, і 36% працювали з обмеженнями.

Підтримка бізнесом збройних сил залишається стійкою. Наразі 72% компаній підтримують власних працівників у лавах ЗСУ, 56% допомагають фінансово, 35% – продукцією. До відновлення громади чи регіону долучаються 23% опитаних бізнесів [3].

Також під час війни бізнес має функціонувати там, де це можливо, сплачувати податки та забезпечувати ресурси країни для подальшої оборони.

Незважаючи на значні труднощі, український бізнес продемонстрував стійкість та адаптивність до нових умов. Багато підприємств знайшли способи відновити роботу, перепрофілюватися та навіть розширити свою діяльність в умовах війни.

З урахуванням історичного досвіду розвитку України та світової практики очевидно, що реалізація державної політики повоєнного відновлення є не тільки обґрунтованим, а й великим кроком для подолання наслідків війни та побудови стійкого майбутнього [4].

Тому, для розвитку, відновлення вітчизняного підприємництва потрібно:

1. розвиток інновацій (створення сприятливого середовища для наукових досліджень та розробок, а також впровадження інновацій у виробництво);
2. підвищення кваліфікації робочої сили (зростання складності економіки потребує більш кваліфікованих кадрів, інвестиції в освіту та підготовку кадрів);
3. розширення експорту (сприяючи виходу на міжнародні ринки, впровадження нових технологій та підвищення відповідності міжнародним стандартам);
4. запровадити податкові пільги та забезпечити прозорі правила ведення підприємництва;
5. забезпечити фінансову підтримку (надання доступних кредитів, грантів);
6. забезпечити безпекові гарантії для бізнесу (розробити механізми страхування, захист від ризиків та підтримку підприємців у кризових умовах).

Список використаних джерел

1. Оприсок М. Сучасні виклики для підприємництва в Україні. // *Підприємництво та логістика в умовах сучасних викликів* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. [Тернопіль, 26-28 трав. 2022 р.]. Тернопіль : ЗУНУ, 2022. С. 66-69.

1. UKRAINE Fourth Rapid Damage and Needs Assessment (RDNA4) February 2022 – December 2024. URL: <https://www.undp.org/ukraine/publications/ukraine-fourth-rapid-damage-and->

[needs-assessment-rdna4-february-2022-december-2024-english](#) _ (дата звернення 05.03.2025)

2. Три чверті опитаних компаній ЕВА працюватимуть в Україні незалежно від тривалості війни. URL: <https://eba.com.ua/try-chverti-opytanyh-kompanij-eva-pratsyuvatymut-v-ukrayini-nezalezhno-vid-tryvalosti-vijny/> (дата звернення 06.03.2025)

3. Сергійчук С., Сергійчук Д. Сучасні виклики і перспективи для розвитку вітчизняного підприємництва в умовах війни і повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. №(63). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-43>

Віталій ДУБ'ЮК

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

Науковий керівник: **Наталія ВАСИЛИХА**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, підприємництва та

торгівлі

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

ГОТЕЛЬНИЙ СЕРВІС: СУТНІСТЬ ТА КОНЦЕПЦІЇ ГОСТИННОСТІ

Індустрія гостинності є збірним поняттям, що охоплює різні форми діяльності в сфері послуг, пов'язані з прийомом і обслуговуванням гостей з метою отримання прибутку. Вона охоплює всю сферу послуг, включаючи готельну та ресторанну справу, туристський і транспортний бізнес, рекреаційну індустрію, конгресний бізнес і комерційне шоу, ігровий бізнес.

Сутність надання послуги розміщення полягає у тому, що, з одного боку, в користування надаються спеціальні приміщення (готельні номери), з

іншого боку, надаються послуги, що виконуються безпосередньо персоналом готелю: послуги порт'є по прийому і оформленню гостей, послуги покоївок з прибирання готельних номерів і т.д.

Правове визначення поняття готельної послуги було дано після внесення змін у Закон України «Про туризм» 08.07.2010 р., за яким готельна послуга – дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю [1, с.96].

Таким чином, готельна послуга – це комплекс заходів, що забезпечують комфортне проживання, обслуговування та задоволення потреб споживачів у готелі, яка включає додаткові сервіси, такі як харчування, прибирання, охорона, трансфер, розваги та інше.

У контексті даного дослідження, слід виділити основні складові готельного сервісу:

- ✓ проживання;
- ✓ харчування;
- ✓ прибирання та обслуговування номерів;
- ✓ безпека;
- ✓ дозволя;
- ✓ бізнес-послуги (рис. 1.).



Рис. 1. Складові готельного сервісу*

**Джерело: авторська розробка*

Готельний сервіс є ключовим фактором при виборі місця проживання та впливає на загальне враження клієнта.

Гостинність – це основа сфери обслуговування, яка включає створення комфортних умов для клієнтів та забезпечення їхніх потреб. У готельному бізнесі існують різні концепції гостинності, що формують підхід до обслуговування гостей.

У готельному бізнесі модель гостинності асоціюється з можливістю організації швидко реагувати на зміни і внутрішнього, і зовнішнього середовища, визначати суть існування й суттєві відмінності від інших організацій.

Модель гостинності охоплює чотири основні концепції – гуманітарну, технологічну, функціональну та комерційну, що виявляють взаємовідносини в системі гостинності між гостем (клієнтом) – послугою – середовищем гостинності [2, с. 47].

Разом з тим, вибір концепції залежить від:

- цільової аудиторії;
- географічне розташування готелю.

Отже, гостинність – це більше, ніж просто сервіс, це створення емоцій та незабутнього досвіду.

Список використаних джерел

1. Соколовський В. А., Щоголева І.В. Технологія гостинності: навчальний посібник. К.: Вид-во ЛАНАУ, 2023. 353 с.
2. Мальська М.П., Пандяк І.Г., Занько Ю.С. Організація готельного обслуговування: підручник. К.: Знання, 2011. 366 с.

Олександр КАРЕТІН

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 076 Підприємництво та торгівлі

Аліна КОРШУНОВА

здобувачка першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент

Науковий керівник: **Ірина АЛМАШ**

кандидат юр. наук, доцент

кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі

ПОНЯТТЯ «КОНФЛІКТ ІНТЕРЕСІВ» У ДІЯЛЬНОСТІ ГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРИСТВ: ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Злагоджена та успішна діяльність господарських товариств завжди спрямована на покращення ринкової економіки на національному та місцевому рівнях, зміцнення відносин всередині організації та ,як результат, збільшення прибутку. З метою запобігання виникненню конфліктів у господарській діяльності необхідно дослідити сутність поняття «конфлікт інтересів» у діяльності господарських товариств.

Щодо значення терміну «конфлікт», то «conflictus» в перекладі з латинської означає протилежні цілі, поглядів, інтереси суб'єктів взаємодії, як гостра соціальна суперечність, яка здатна ускладнити становище кожної зі сторін такого протистояння. Саме конфліктність суспільного життя призводить до необхідності нормативного регулювання та виникнення позитивного права.

На думку Вінник О.М. будь-який конфлікт є зіткнення інтересів, але при цьому інтереси мають бути такими, що взаємо виключають один одного. Зіткнення протилежних інтересів або конкуренція подібних інтересів зазвичай викликає так званий «конфлікт інтересів». [1, с. 5].

Законодавче визначення поняття «конфлікту інтересів» було введено Законом України «Про внесення змін до Закону України "Про банки і банківську діяльність" щодо визначення особливостей корпоративного управління в банках"[2] згідно ч.4 ст.1 якого конфлікт інтересів - наявні та потенційні суперечності між особистими інтересами і посадовими чи професійними обов'язками особи, що можуть вплинути на добросовісне

виконання нею своїх повноважень, об'єктивність та неупередженість прийняття рішень.

Основними елементами конфлікту інтересів є: приватний (особистий) інтерес, службові (представницькі) повноваження, суперечність між приватним інтересом та службовими повноваженнями. Особистим (приватним) інтересом може вважатися як майновий, так і немайновий інтерес [3, с.15-16].

Таке ж розуміння поняття «конфлікт інтересів» застосовується і в господарській діяльності акціонерних товариств. Згідно п.8 ч.4 ст.89 Закону України «Про акціонерні товариства»[4] посадові особи товариства мають уникати конфлікту інтересів, зокрема, уникати ситуацій, в яких у них існує або може виникнути прямий чи опосередкований інтерес щодо використання майна, інформації або можливостей товариства, якщо такий інтерес суперечить або може суперечити інтересам товариства та якщо задоволення такого інтересу призводить чи може призвести до заподіяння шкоди товариству. Вищевказаним Законом закріплено заборону посадова особа акціонерного товариства отримувати від третіх осіб винагороду за виконання такою особою функцій і повноважень посадової особи товариства або за вчинення дій чи бездіяльності такої посадової особи товариства..

На думку Чайковської А.В. конфлікт інтересів у господарському товаристві – це суперечність між прагненнями (особистою заінтересованістю) різних груп і/або окремих осіб, що не мають частки в статутному капіталі товариства, однак здійснюють діяльність у господарському товаристві на підставі цивільно-правового чи трудового договору та інших осіб, які володіють чи не володіють корпоративними правами, здатні вплинути на виникнення порушення корпоративних прав осіб, Також пропонується класифікувати корпоративні інтереси за такими критеріями: 1) склад учасників; 2) етапи корпоративних відносин; 3) правомочності; 4) час виникнення тощо [5, с.97].

Дискусійним є питання щодо співвідношення поняття «конфлікт

інтересів» та «корпоративний конфлікт». На думку Чайковської А.В.[5] ці два поняття є різними за своїм змістом і їх не слід ототожнювати. Вінник О.М. вважає, що корпоративні конфлікти є різновидом конфлікту інтересів. Якщо останній є родовим поняттям можуть виникати щодо будь-яких учасників корпоративних відносин, то корпоративні конфлікти виникають лише між суб'єктами корпоративних відносин як носіями корпоративних інтересів[1, с.6].

Отже, в даній доповіді досліджено поняття «конфлікт інтересів» в діяльності господарських товариств, проаналізовано співвідношення понять «конфлікт інтересів» та «корпоративний конфлікт».

Список використаних джерел:

- 1.Вінник О.М. Корпоративні конфлікти та зловживання корпоративними правами в акціонерних товариствах: традиційні та інноваційні способи попередження та розв'язання *Актуальні питання інноваційного розвитку*. 2012. № 2. С. 5-12.
2. Про внесення змін до Закону України "Про банки і банківську діяльність" щодо визначення особливостей корпоративного управління в банках". Закон України від 04.07.2014 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2014. №32. Ст.1129
- 3.Національне агентство з питань запобігання корупції. Методичні рекомендації щодо застосування окремих положень Закону України «Про запобігання корупції» стосовно запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, дотримання обмежень щодо запобігання корупції. URL: <https://nazk.gov.ua/wp-content/uploads/2020/11/K.I.-19.11.2020-1.pdf> (дата звернення 12.03.2025)
4. Про акціонерні товариства. Закон України від 27.07.2022 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2023. №18-19. Ст.81.
- 5.Чайковська А.В. Поняття й види конфліктів інтересів у

господарському товаристві. *Право та державне управління*. 2018. №1 (30).
Том 1. С.94-98.

Іван КИЧЕРА

здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»

Науковий керівник: **Тетяна ГУШТАН**

доктор екон. наук, доцент
завідувач кафедри менеджменту, підприємництва та
торгівлі УТЕІ ДТЕУ

РОЛЬ BIG DATA В ОПТИМІЗАЦІЇ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

У сучасних умовах розвитку ринку роздрібної торгівлі ефективно управління асортиментом є критично важливим фактором успіху торговельних мереж. Традиційні методи аналізу попиту, прогнозування продажів та управління запасами вже не здатні забезпечити необхідну гнучкість і точність. Водночас стрімкий розвиток цифрових технологій відкриває нові можливості для оптимізації асортиментної політики, зокрема через використання інструментів Big Data, які дозволяють ретельно аналізувати великі масиви даних про споживчу поведінку, прогнозувати тренди та підвищувати ефективність товарної пропозиції, що в свою чергу, сприяє зростанню продажів і покращенню взаємодії зі споживачами [2, с.177].

Big Data охоплює широкий спектр даних, включаючи транзакційні дані, поведінкову аналітику, соціальні мережі, клієнтські відгуки, макроекономічні показники та інші джерела інформації. Використання цих даних дає змогу торговельним мережам не лише адаптувати асортимент під поточні потреби споживачів, а й передбачати майбутній попит на товари [1, с. 135].

Одним із ключових аспектів використання Big Data є аналіз транзакційних даних. Вони містять інформацію про частоту покупок, структуру витрат клієнтів, середній чек, сезонні коливання попиту тощо. На основі таких даних можна розробляти персоналізовані пропозиції, оптимізувати викладку товарів і зменшувати витрати на управління запасами, що є надзвичайно важливим в умовах сьогодення.

При цьому ще одним важливим джерелом даних для підвищення ефективності аналізу є соціальні мережі, які дають можливість отримати коментарі, відгуки і рейтинги, що допомагає зрозуміти споживчі вподобання та швидко реагувати на зміни в уподобаннях клієнтів.

Один із найважливіших напрямків використання Big Data в управлінні асортиментом – прогнозування попиту. Для цього застосовуються математичні моделі, алгоритми машинного навчання та нейронні мережі, які здатні аналізувати величезні масиви даних та враховувати широкий спектр факторів – від змін у погоді до поведінкових ознак споживачів [1, с. 150].

Використання таких підходів дозволяє не лише коригувати асортимент у режимі реального часу, а й визначати оптимальні рівні запасів, зменшуючи витрати на їх зберігання. Big Data – аналіз доцільно застосовувати великим супермаркетам, а також торговельним мережам для формування оптимального переліку товарів, які будуть користуватися найбільшим попитом у певний період.

Big Data також дозволяє більш точно визначати ефективні цінові стратегії. При цьому використовуючи методи динамічного ціноутворення, торговельні мережі можуть адаптувати ціни залежно від попиту, наявності товарів у конкурентів, макроекономічних чинників, змін на ринку тощо [1, с. 143].

Слід зазначити, що важливою складовою оптимізації асортименту є персоналізація пропозицій для клієнтів. Використання Big Data дає змогу аналізувати історію покупок кожного споживача та пропонувати йому товари, які найбільше відповідають його вподобанням. А також дасть

можливість зменшити вплив людського фактора на формування товарного портфелю та мінімізує ризики його неправильного формування. Такі автоматизовані алгоритми можуть самостійно визначати, які товари варто вилучити з асортименту через низький попит, а які – розширити в присутності на полицях.

Підсумовуючи слід зазначити, що використання Big Data в управлінні асортиментною політикою торговельних мереж дозволяє значно підвищити ефективність прийняття рішень, зменшити витрати та покращити рівень задоволеності споживачів. Завдяки аналізу транзакційних даних, соціальних мереж, динамічного ціноутворення та алгоритмічних прогнозів підприємства можуть оптимізувати свої запаси, формувати персоналізовані пропозиції та ефективніше керувати цінами.

Загалом автоматизація процесів управління асортиментом сприяє підвищенню точності ухвалення рішень та покращенню загальної продуктивності торговельних мереж, а з огляду на стрімкий розвиток цифрових технологій, впровадження Big Data в управління торговельними підприємствами є необхідною умовою їх конкурентоспроможності в сучасному динамічному ринковому середовищі.

Список використаних джерел

1. Матеріали міжнародного наукового симпозіуму Big Data analytics: моделювання та інформаційні технології (20 березня 2019 року) URL: https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ%3D%3D/a8ee205bb8f2cd8272b7fe9668eb5a35.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 05.03.2025)

2. Стадник В., Йохна В., Хрціщ В. Інформаційне забезпечення стратегічного маркетингу для реалізації потенціалу розвитку торговельних підприємств в умовах безпекових викликів. Scientific journal «Modeling the development of the economic systems». URL:

11.03.2025).

Володимир КОКІН

здобувач другого (магістерського)

рівня вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

Науковий керівник: **Катерина ІНДУС**

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Цифрова трансформація стала невід'ємною частиною сучасного бізнес-середовища та необхідною умовою для успішного функціонування підприємств. За даними дослідження *Deloitte*, організації з високим рівнем цифрової зрілості демонструють у два-три рази вище зростання чистого прибутку та рентабельності порівняно з середніми показниками у своїх галузях [1].

Як зазначають Н. Васильців та В. Заставний, цифрова трансформація являє собою безперервний та комплексний процес перетворення організації, який охоплює всі рівні - від продуктів та організаційної структури до підходів управління, формату роботи з клієнтами та корпоративної культури [2, с. 2]. Я. Кобушко та Б. Манжола підкреслюють, що успішна цифрова трансформація в управлінні залежить від активної підтримки вищого керівництва, культурних змін в організації та наявності кваліфікованих фахівців [3, с. 5].

Цифрова трансформація сучасного менеджменту є складним та багатограним процесом, який супроводжується низкою суттєвих викликів

для організацій. Впровадження цифрових технологій вимагає не лише значних інвестицій, але й готовності до фундаментальних змін у бізнес-процесах та організаційній структурі.

Основною перешкодою для багатьох компаній залишається технологічна відсталість та застаріла IT-інфраструктура, що суттєво обмежує можливості впровадження інноваційних цифрових рішень. Не менш важливим викликом є людський фактор - співробітники часто демонструють опір змінам через страх втрати робочих місць та необхідність освоєння нових компетенцій [4, с. 7].

В умовах зростаючої діджиталізації особливої актуальності набуває питання кібербезпеки. Розширення використання Інтернету та збільшення обсягів цифрових даних створюють додаткові ризики кібератак, що вимагає від організацій впровадження комплексних систем захисту інформації та навчання персоналу. Суттєвим бар'єром, особливо для малого та середнього бізнесу, є значні фінансові витрати на впровадження та підтримку цифрових рішень.

Ситуація ускладнюється дефіцитом кваліфікованих фахівців, здатних ефективно працювати з новітніми технологіями [5, с. 8]. Відсутність належної державної підтримки та стимулювання цифрової трансформації також створює додаткові перешкоди для багатьох підприємств. Критичним фактором успіху є наявність чіткої стратегії цифровізації — її відсутність призводить до неефективного використання ресурсів та хаотичного впровадження технологій.

Подолання зазначених викликів потребує комплексного підходу, що включає стратегічне планування, інвестиції в технологічну інфраструктуру, розвиток компетенцій персоналу та забезпечення належного рівня інформаційної безпеки.

Одночасно, цифрові зміни відкривають величезні перспективи для підприємств. У контексті менеджменту, цифрова трансформація передусім забезпечує автоматизацію рутинних операцій та оптимізацію бізнес-процесів.

Впровадження цифрових технологій значно знижує ризик людських помилок та прискорює виконання операцій, що особливо помітно у сфері документообігу та обробки замовлень. Сучасні цифрові рішення надають організаціям безпрецедентну гнучкість, дозволяючи швидко адаптуватися до змін ринкового середовища та оперативно реагувати на нові виклики. Хмарні технології надають можливість отримувати доступ до корпоративної інформації та програм з будь-якого місця на планеті, що значно полегшує та прискорює прийняття стратегічних рішень керівництвом.[6]

Значним досягненням цифрової трансформації є революційні зміни у сфері комунікацій. Впровадження *CRM*-систем та інструментів для відеоконференцій значно покращує комунікацію між учасниками бізнес-процесів, сприяючи швидшому вирішенню завдань та підвищенню задоволеності клієнтів. Застосування *Big Data* та штучного інтелекту дає змогу компаніям аналізувати потреби споживачів на глибшому рівні, пропонуючи індивідуальні рішення. Це, у свою чергу, підвищує лояльність клієнтів та стимулює зростання продажів.

Цифрові технології також відкривають нові горизонти для розширення бізнесу через електронну комерцію та онлайн-платформи, що спрощує вихід на міжнародні ринки та диверсифікацію доходів. Крім того, сучасні інструменти моніторингу та аналізу даних оптимізують управління ресурсами підприємства, знижуючи операційні витрати та підвищуючи загальну продуктивність.

Отже, цифрова трансформація менеджменту є невід'ємною складовою сучасного бізнес-середовища, що відкриває значні можливості для автоматизації, оптимізації бізнес-процесів та гнучкого управління. Водночас цей процес супроводжується низкою викликів, серед яких ключову роль відіграють технологічна відсталість, дефіцит кваліфікованих кадрів, фінансові витрати та питання кібербезпеки. Успішна цифровізація вимагає стратегічного планування, інвестицій у технологічну інфраструктуру та розвиток цифрових компетенцій персоналу. Попри труднощі, впровадження

цифрових технологій створює умови для підвищення конкурентоспроможності організацій, удосконалення комунікації та прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Таким чином, цифрова трансформація є не лише викликом, але й ключовою можливістю для сталого розвитку сучасного менеджменту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Цифрова трансформація – це розвиток вашого бізнесу. Школа бізнесу. URL: https://online.novaposhta.education/blog/cifrova-transformaciya-ce-rozvitok-vashogo-biznesu?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 23.02.2025).
2. Демчина Д. Цифрова трансформація в бізнесі: ключові аспекти та переваги. *Business Broker*. URL: https://business-broker.com.ua/blog/tsyfrova-transformatsiia-v-biznesi-kliuchovi-aspekty-ta-perevahy/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 23.02.2025).
3. Кобушко Я. В., Манжола Б. В. Роль цифрової трансформації в оптимізації менеджменту організацій. *Проблеми сучасних трансформацій*. 2023. № 10. С. 6.
4. Роль цифрової трансформації у розвитку бізнесу. *Metinvest Digital*. URL: https://metinvest.digital/ua/page/rol-cifrovo-transformac-u-rozvitku-b-znesu?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 23.02.2025).
5. Савченко В. А. Сучасні виклики та загрози цифровій трансформації компаній. *Сучасний захист інформації*. 2023. Т. 1, № 53. С. 6–11.
6. Цифрова трансформація – це розвиток вашого бізнесу. *Школа бізнесу*. URL: https://online.novaposhta.education/blog/cifrova-transformaciya-ce-rozvitok-vashogo-biznesu?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 23.02.2025).

Іван КОРОЛЬ

здобувач другого (магістерського)
рівня вищої освіти, спеціальності 073 «Менеджмент»

Науковий керівник: **Тетяна ГУШТАН**

доктор екон. наук, доцент
завідувач кафедри менеджменту, підприємництва та
торгівлі УТЕІ ДТЕУ

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ БЕЗПЕКОЮ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Безпека в готельному бізнесі є однією з основних складових ефективного управління та забезпечення комфортного перебування гостей. З огляду на військово-політичну ситуацію, а також військову агресію, що відбувається на території України безпека є стратегічно важливим аспектом для успішного функціонування підприємства сфери гостинності. Оскільки готелі є об'єктами з високим рівнем ризиків – від терористичних/військових загроз до природних катастроф, техногенних аварій чи навіть банальних крадіжок – питання безпеки повинно бути пріоритетним у діяльності закладів. Інноваційні технології стають одним з основних інструментів для забезпечення цього рівня безпеки, даючи можливість автоматизувати процеси, знижувати людський фактор та створювати більш ефективні системи для управління безпекою. Впровадження новітніх технологій дозволяє не лише підвищити рівень безпеки, а й покращити якість обслуговування клієнтів.

Одним із головних напрямків інновацій в управлінні безпекою є впровадження автоматизованих систем відеоспостереження. Використання камер з високою роздільною здатністю, з функцією розпізнавання осіб та поведінкових особливостей дозволяє зменшити можливість несанкціонованих доступів до об'єктів гостинності. Більш того, сучасні

системи можуть автоматично сповіщати охорону або персонал про підозрілу активність, що значно скорочує час на реагування [3; 4].

Ще одним важливим елементом є біометрична ідентифікація. В готелях вже використовуються системи, що дозволяють клієнтам здійснювати процес реєстрації та доступу до номерів за допомогою сканування відбитків пальців або розпізнавання обличчя. Цей метод значно покращує рівень безпеки, оскільки замість традиційних ключів та карток, що можуть бути втрачені або викрадені, використовуються біометричні дані, які важко підробити [2].

Не менш ефективним в сфері забезпечення безпеки є інтеграція безпекових систем з іншими технологіями, такими як «Інтернет речей», що також відкриває нові можливості для управління системою захисту готельною. Сюди відносять такі засоби, як: сенсори, що розміщуються на дверях і вікнах та можуть автоматично сигналізувати про несанкціоноване відкриття, розумні датчики в номерах, які здатні виявляти зміни температури або вологості, що можуть свідчити про пожежу або потоп. Крім того, подібні технології дозволяють контролювати стан технічних систем будівлі, таких як вентиляція, освітлення та система опалення, що є важливим для забезпечення не лише безпеки, але й комфорту гостей [1; 3].

Слід зазначити, що одним з інноваційних методів який має значний потенціал до впровадження у діяльність може бути застосування штучного інтелекту для забезпечення захисту гостей готельного підприємства. Завдяки своїй здатності до обробки великих обсягів даних та можливостям виявлення аномалій така система безпеки може автоматично ідентифікувати підозрілі дії, відстежувати їх і навіть передбачати ймовірність виникнення загроз. Шляхом поглибленого та оперативного аналізу даних з камер спостереження, при цьому виявляючи поведінкові ознаки, які відповідають певним типам злочинної діяльності, та оперативно реагувати на них [4]. При цьому ефективним може бути поєднання кількох методів захисту, що буде більш ефективним за умов виникнення надзвичайних ситуацій в закладі гостинності чи поблизу нього.

Отже, підсумовуючи можна зазначити, що впровадження інноваційних технологій у сферу безпеки готельного бізнесу покликане значно покращити рівень захисту гостей та персоналу. Системи відеоспостереження, біометричні технології, штучний інтелект та «інтернет речей» здатні забезпечити комплексний підхід до безпеки, що в умовах сьогодення є безумовно необхідним та важливим для сучасного споживача послуг гостинності. Водночас, з розвитком технологій важливо враховувати етичні питання, пов'язані з конфіденційністю та безпекою даних, потребу постійного оновлення систем для протидії новим загрозам, а також високу вартість подібних технологій. Та все ж безсумнівним є те, що інновації у безпеці готельного бізнесу допомагають не лише створити більш захищене та комфортне середовище для клієнтів, але й потребою сучасного світу. При цьому слід врахувати той факт, що наявність подібних систем вказує на стабільність у діяльності закладу, відповідність міжнародним стандартам безпеки та дає можливість залучення іноземних інвестицій для розвитку підприємства та підвищення його конкурентоспроможності на ринку.

Список використаних джерел

1. Пукач Я. Напрямки впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі. Економіка та суспільство. 2024. № 60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-68>
2. **Chen, L., & Zhang, W. (2021). Intelligent Hotel Guidance System via Face Recognition Technology.** Journal of Hospitality and Tourism Technology, 12(4), 593–609. DOI: 10.1108/JHTT-09-2020-0223.
3. **Mercan S., Akkaya K., Cain L., Thomas J.** Security, Privacy and Ethical Concerns of IoT Implementations in Hospitality Domain // *IEEE 13th International Conference on Internet of Things (iThings 2020), November 2020.* URL: <https://arxiv.org/abs/2009.10187>. (дата звернення: 08.03.2025).

4. **Patel, P., & Thakkar, H. (2022). Artificial Intelligence (AI) in the Hospitality Industry: A Review Article.** International Journal of Hospitality Management, 102, 103-123. DOI: 10.1016/j.ijhm.2021.103123.

Віталіна КОРНІЙЧУК

кандидат екон. наук, доцент кафедри економіки та управління бізнесом

Навчально-наукового інституту управління,
економіки та бізнесу Міжрегіональної Академії
управління персоналом

ЗАХОДИ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Промисловість України – це багатогранний сектор економіки, що включає в себе різноманітні галузі від видобутку корисних копалин, їх переробки (металургія, хімічна промисловість) до виробництва високотехнологічної продукції (машинобудування), а також енергетику, легку та харчову промисловість.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну у 2022 році завдало значної шкоди промисловості країни через пошкодження та руйнування промислових підприємств, розриву логістичних ланцюгів, скорочення експорту та зростання імпорту, втрату працівників тощо. Саме тому, промисловість найбільш гостро зазнала потреби державної підтримки та регулювання.

Для збереження української економіки, необхідною умовою являється відродження та розвиток промислового комплексу, модернізація та структурна трансформація української промисловості на нових технологічних засадах, що здатні забезпечити стійкість та відновлення економіки. Саме індустрія забезпечить технологічний розвиток та структурну перебудову економіки, підвищення обороноздатності країни, зростання

зайнятості та доходів населення і держави, відбудову зруйнованої інфраструктури.

Здійснення заходів промислової політики Міністерства економіки України [4] та сприяння відновленню промислового потенціалу через підвищення рівня локалізації виробництва товарів під час публічних закупівель, збільшення бюджетного фінансування на закупівлю обладнання вітчизняного виробництва, вартість яких частково компенсується за рахунок бюджетних коштів; гранти для переробних підприємств, а також підтримка вітчизняних товаровиробників через напрямок політики «Зроблено в Україні», що має на меті змінити структуру економіки України із сировинної на переробну і високотехнологічну завдяки розвитку виробництва, залучення інвестицій в реальний сектор, збільшення несировинного експорту та створюючи робочі місця для українських громад.

Серед важливих кроків щодо інституційно-правових засад розвитку промислового комплексу України являється створення у 2020 році Міністерства з питань стратегічних галузей економіки [1], а також визначення та затвердження Стратегії розвитку оборонно-промислового комплексу України на період до 2028 року [3].

У Національній економічній стратегії на період до 2030 року [2] приділяється увага модернізації та структурній перебудові галузі, розвитку Індустрії 4.0, смарт-промисловості у відповідності до світових та європейських стратегій прогресивного промислового розвитку.

Ще одним важливим кроком являється проект Закону України «Про державну промислову політику», прийняття якого сприятиме формуванню більш ефективної державної політики, в якій промисловості буде відведено роль драйверу технологічного розвитку та обороноспроможності держави, підтримання розвитку вітчизняного індустріального сектору на основі інноваційної модернізації, що підвищить технологічний рівень виробництва, конкурентоспроможність та стійкість економіки України.

Отже, головним завданням промислової політики являється підвищення конкурентоспроможності стратегічних видів промислової діяльності і продукції на внутрішньому і зовнішніх ринках на основі переходу до інноваційної моделі розвитку промисловості, освоєння нових ринків та ефективної участі в інтеграційних процесах, утвердження України як сталої високотехнологічної держави.

Список використаних джерел

1. Міністерства з питань стратегічних галузей економіки **URL:** <https://mspu.gov.ua/> (дата звернення: 16.03.2025)
2. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року **URL:** <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-%D0%BF#Text> (дата звернення: 16.03.2025)
3. Про схвалення Стратегії розвитку оборонно-промислового комплексу України на період до 2028 року **URL:** <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/442-2018-%D1%80#Text> (дата звернення: 16.03.2025)
4. Промислова політика **URL:** <https://me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=d6d301c2-a0cf-41f3-b4c2-bcb60d36e0f2&tag=DerzhavnaPolitikaVSektorakhEkonomiki> (дата звернення: 16.03.2025)

Владислав МАРУСИК

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 076 Підприємництво та торгівля

Науковий керівник: **Корнелія СІМЕХ**

старший викладач кафедри

менеджменту, підприємництва та торгівлі

**МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В
МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА РИЗИКИ**

Використання цифрових технологій, а саме, можливостей штучного інтелекту у різних сферах наукових досліджень відкриває нові можливості та перспективи при їх проведенні. При цьому, важливим моментом є як адекватна оцінка всіх можливостей штучного інтелекту, так і оцінка ризиків пов'язаних з особливістю логічних процесів та алгоритмів обробки даних. Розглянемо основні проблеми при оцінці можливостей та ризиків штучного інтелекту.

Сучасний розвиток цифрових технологій сприяє трансформації маркетингових досліджень, що зумовлено активним впровадженням штучного інтелекту (ШІ). Використання алгоритмів машинного навчання, обробки природної мови та нейронних мереж дозволяє суттєво вдосконалити аналіз споживчої поведінки, підвищити персоналізацію маркетингових комунікацій і підсилити прогнозування трендів ринку. Інноваційний підхід до маркетингової аналітики забезпечує автоматизацію процесів, що позитивно впливає на ефективність бізнес-рішень [1, с. 25].

Основними напрямками застосування ШІ у маркетингових дослідженнях є аналіз великих даних (Big Data), що дозволяє ідентифікувати закономірності споживчих уподобань, сегментувати аудиторії на основі поведінкових характеристик, а також прогнозувати майбутні тенденції на ринку. Обробка природної мови (Natural Language Processing, NLP) забезпечує аналіз текстових відгуків, коментарів та соціальних мереж, що допомагає визначати рівень задоволеності клієнтів та адаптувати комунікаційні стратегії [2, с. 50]. Використання комп'ютерного зору (Computer Vision) дозволяє ідентифікувати візуальні характеристики реклами та оцінювати вплив графічного контенту на споживачів. Предиктивна аналітика (Predictive Analytics) сприяє прогнозуванню купівельних намірів, формуванню оптимізованих маркетингових стратегій та мінімізації ризиків [3, с. 78].

Значну роль відіграє автоматизація маркетингових кампаній, яка дозволяє ефективно управляти рекламними бюджетами, оптимізуючи витрати та підвищуючи рентабельність інвестицій. Сучасні інтелектуальні алгоритми здатні не лише аналізувати ринок у реальному часі, а й адаптувати маркетингові стратегії до змінних умов, використовуючи динамічні моделі цін та персоналізовані пропозиції для клієнтів. Це сприяє підвищенню рівня залученості аудиторії та формуванню довготривалих відносин між брендом і споживачем.

Переваги використання ШІ в маркетингових дослідженнях полягають у можливості обробки великих обсягів інформації, підвищенні швидкості прийняття рішень, а також удосконаленні рівня персоналізації клієнтського досвіду. Інтелектуальні системи сприяють зниженню витрат на маркетингові кампанії та підвищують їхню ефективність. Водночас, застосування штучного інтелекту у маркетингу супроводжується низкою викликів. Основними з них є етичні та правові аспекти використання персональних даних, зокрема проблема конфіденційності та дотримання законодавчих норм щодо захисту інформації [4, с. 112]. Алгоритмічні упередження можуть спричиняти викривлення аналітичних результатів, що впливає на точність прийняття рішень. Низька прозорість механізмів роботи ШІ ускладнює пояснення маркетингових прогнозів і створює додаткові ризики для компаній [5, с. 85].

Потрібно пам'ятати, що існує проблема інтеграції ШІ у традиційні маркетингові системи. Навіть попри значний прогрес у розробці цифрових технологій, багато підприємств стикаються з труднощами впровадження інтелектуальних рішень, що зумовлено як високою вартістю їх реалізації а також необхідністю перевірки отриманих даних. Сьогодні важливим аспектом майбутніх досліджень залишається розробка доступних технологій адаптації ШІ для малого та середнього бізнесу, що дозволить розширити його використання у сфері маркетингових досліджень.

Слід пам'ятати і про можливості глибокої взаємодії між штучним інтелектом і споживачами через чат-боти та голосові асистенти. Використання розширеного штучного інтелекту в автоматизованих сервісах клієнтської підтримки сприяє підвищенню задоволеності користувачів, а також забезпечує персоналізований підхід до обслуговування. Багато компаній впроваджують такі технології для оперативного реагування на запити клієнтів, знижуючи навантаження на контактні центри. Подальше вдосконалення мовних моделей та інтеграція їх у маркетингові комунікації можуть суттєво змінити підхід до ведення бізнесу та забезпечення якісного сервісу.

Важливим напрямом застосування ШІ в маркетингових дослідженнях є поглиблення навчання для аналізу відеоконтенту. Завдяки сучасним технологіям комп'ютерного зору маркетологи можуть отримувати точнішу інформацію про реакцію споживачів на рекламні відео, зокрема визначати емоційні реакції, рівень залученості та ефективність подачі рекламних повідомлень. Отже можливості штучного інтелекту сприяють підбору найефективніших креативних стратегій, що покращує результати маркетингових кампаній.

Список використаних джерел

1. Котлер Ф. Маркетинг 4.0: Перехід від традиційного до цифрового. Київ: Наш формат, 2018. 288 с.
2. Чен Дж. Штучний інтелект у бізнесі: Нові підходи до маркетингу. Лондон: Cambridge Press, 2020. 312 с.
3. Davenport T. The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work. Cambridge: MIT Press, 2018. 256 p.
4. Russell S., Norvig P. Artificial Intelligence: A Modern Approach. 3rd ed. Upper Saddle River: Pearson, 2021. 1132 p.
5. Биков В. Ю. Використання штучного інтелекту у маркетингових дослідженнях // Вісник економічних наук. 2022. №3. С. 80–92.

Вікторія МЕЛЬНИЧУК

здобувачка першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 076 Підприємництво та торгівля

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

Науковий керівник: **Володимир ІГНАТ**

док. філос., доцент кафедри менеджменту, підприємництва та

торгівлі

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

КОМЕРЦІЙНА ІДЕЯ: СУТНІСТЬ ТА ВЗАЄМОДІЯ

Повномасштабне російське вторгнення змусило багатьох підприємців в Україні змінити звичний темп роботи, місце розташування, а то й взагалі переорієнтуватися на інші сфери та ринки. Дехто тимчасово, або назавжди зупинив діяльність свого бізнесу, а інші, вимушено переїхавши, підлаштовують свій бізнес під нові виклики. Ведення бізнесу в умовах війни в Україні – це надскладна задача, але реальна.

Зараз мотивацією є не тільки самозбереження, але й більш глобальні завдання, серед яких допомога нашим захисникам та необхідність зберегти й надати нові робочі місця населенню. Життя не стоїть на місці й завдяки різноманітним бізнес-ідеям можна спостерігати перезавантаження економіки [1].

Комерційна діяльність є одним із обов'язкових атрибутів ринку, формуючись та розвиваючись за його загальними принципами. Ринок виступає як система економічних відносин між продавцями і покупцями, забезпечуючи тим самим можливість для реалізації основної мети комерційної діяльності – збільшення доходів від продажу за умови задоволення попиту споживачів. Ринкове середовище та кон'юнктура ринку виступають регуляторами комерційної діяльності, яка, в свою чергу, дозволяє

господарюючим суб'єктам регулювати обмежені матеріальні ресурси та грошові засоби [2].

Комерційна ідея – це концепція бізнесу, що має на меті створення товару або послуги для отримання прибутку. Вона базується на виявленні потреб ринку та розробці ефективного рішення для їх задоволення.

У процесі дослідження сутності комерційної ідеї необхідно виділити ключові її критерії рис. 1.

Рис. 1. Ключові критерії комерційної ідеї (авторська розробка)

Правильне розуміння сутності комерційної ідеї сприяє правильному прийнятті рішення щодо запитів споживачів, актуальності сучасним трендам, адже комерційна діяльність повинна мати потенціал для прибутковості та здійснюватися з урахуванням ресурсів та ринкових умов.

Таким чином, комерційна ідея – це основа сучасного бізнесу, а взаємодія в бізнесі передбачає: зв'язок із клієнтами (маркетинг, обслуговування, підтримка), партнерство (співпраця і іншими компаніями, інвесторами), командна робота (ефективне управління персоналом).

Список використаних джерел

1. Топ-100 бізнес ідеї для малого бізнесу в Україні: який розпочати бізнес у 2025 році. URL: [https://inventure.com.ua/uk/analytics/articles/biznes-ideyi-dlya-malogo-biznesu-v-ukrayini:-yakij-rozpochati-biznes#:~:text=](https://inventure.com.ua/uk/analytics/articles/biznes-ideyi-dlya-malogo-biznesu-v-ukrayini:-yakij-rozpochati-biznes#:~:text= (дата звернення: 25.02.2025).) (дата звернення: 25.02.2025).
2. Причепа І.В. До питання комерційної діяльності: поняття, фактори впливу, особливості управління за сучасних умов. Економіка та суспільство. Випуск 35/2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-39>.

Іван НЕМЕШ

здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 076 Підприємництво та торгівля

Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Науковий керівник: **Наталія ВАСИЛИХА**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, підприємництва та
торгівлі

Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ

Роздрібна торгівля (ритейл) в Україні зазнала значних змін під впливом економічних викликів, війни та змін у споживчих вподобаннях. Незважаючи на труднощі, ритейл демонструє адаптивність та впроваджує нові тенденції для задоволення потреб споживачів.

Ринок ритейлу продовжує адаптуватись до викликів, пов'язаних із зовнішньою економічною ситуацією, впливом війни та зміною поведінки споживачів. Показники продуктового та непродуктового ритейлу демонструють стійке зростання, а мережі швидко інтеграцію інноваційні рішення.

Одним з головних рушіїв трансформаційних змін в сегменті стала споживацька поведінка. Українці шукають не лише вигідні ціни, а й зручні способи закупівлі, орієнтуються на «довготривалі стосунки» через програми лояльності, віддають перевагу локальним продуктам і звертають увагу на якість.

Пандемія COVID-19 та війна в Україні прискорили перехід до онлайн-формату споживацьких закупівель. У 2024 році цей тренд не лише зберігся, але й розвинувся. Покупці цінують можливість замовлення продуктів через інтернет із доставкою додому або самовивозом. Інвестиції в технологічні рішення, такі як мобільні додатки, онлайн-платформи та системи обліку, стали важливим конкурентним фактором для гравців ринку [1].

Український ринок роздрібної торгівлі представлений різноманітним спектром учасників, починаючи від великих супермаркетів та гіпермаркетів і закінчуючи малими магазинами та онлайн-платформами. Конкуренція на цьому

ринку є жорсткою, що стимулює торгові компанії активно розвиватися та шукати нові стратегії для приваблювання клієнтів. Деякі компанії акцентують увагу на широкому асортименті товарів та низьких цінах, інші на високій якості продукції та обслуговуванні [2].

Ритейл має певні характеристики, які включають у себе [3, с. 52]:

- розташування у вигідних місцях, які обрані з урахуванням купівельної здатності населення в конкретному районі;
- легкий доступ до потрібних товарів завдяки їх організованому розміщенню за категоріями, групами та брендами для зручності покупців;
- використання спеціального торговельного обладнання, що виконує кілька функцій одночасно, наприклад, великі холодильні камери, які виступають як вітрини для товару;
- використання маркетингових прийомів, таких як знижки для стимулювання продажів;
- система самообслуговування, яка дозволяє покупцям вибирати товари самостійно, що є зручним для торгової точки, так як зменшує витрати робочої сили.

У практиці торговельної діяльності можна виділити наступні типи ритейлу:

- продуктовий ритейл;
- непродуктовий ритейл;
- вуличний ритейл;
- мережевий;
- Інтернет.

Таким чином, умови сьогодення створюють значні виклики для ритейлу: ускладнюються умови постачання, знижується купівельна

спроможність населення, що потребує від ритейлу швидкої адаптації. Однак, роздрібна торгівля (ритейл), швидко реагує на нові виклики, впроваджує інновації та орієнтується на потреби ринку, що зумовлює збільшенню прибутків торговельних підприємств та загальний економічний розвиток держави.

Список використаних джерел

1. **Retail в Україні у 2024 році: тенденції розвитку та внесок у бюджет. URL: Delo.ua (дата звернення: 25.02.2025).**
2. Лиса С. С. Класифікація форматів та особливості розвитку роздрібної торгівлі України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 15. С. 254–258.
3. Ніколайчук, О.А., Костакова, Л.Д. Тенденції розвитку мережевих ритейлерів України. Торгівля і ринок України. 2021. № 2 (20). С. 51–58.

Богдан ПЛЕНКО

здобувач другого (магістерського)
рівня вищої освіти, спеціальності 073 «Менеджмент»

Науковий керівник: **Ганна БРАТУСЬ**

доктор екон. наук,
завідувач кафедри економіки та управління бізнесом

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ МЕДІА-ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

У сучасних умовах швидких змін на глобальному рівні, зокрема в умовах політичної, економічної та соціальної нестабільності, диверсифікація напрямів діяльності підприємств стає важливим інструментом для забезпечення стійкості та ефективності бізнесу. Це, зокрема, стосується малих і середніх підприємств, серед яких є багато медіа-компаній. Вони, як і

решта, в умовах постійних зовнішніх викликів змушені адаптуватися до нових умов. У такий час диверсифікація дозволяє не лише зберігати конкурентні переваги, але й розширювати ринки збуту та збільшувати доходи підприємства.

У ринковій економіці основними завданнями для підприємств, організацій, установ і закладів є забезпечення їхньої конкурентоспроможності, підвищення економічної безпеки, фінансової стабільності та отримання прибутку. Одним із ефективних шляхів досягнення цих цілей є диверсифікація. Її нині застосовують як інструмент подолання кризових ситуацій та як стратегію розвитку.[2]

С.В. Мочерний визначає «диверсифікацію» як процес розширення асортименту продукції, яку виробляють окремі компанії та об'єднання. Диверсифікація може бути двох основних форм: 1) розширення асортименту товарів та виробництво нових видів продукції в межах однієї галузі, що включає збільшення кількості варіантів одного товару для задоволення потреб різних груп споживачів; 2) розширення діяльності за межі основної сфери, що передбачає вихід на нові ринки та в інші галузі господарства. [3]

Цогла О.О. пише, що диверсифікація — це процес, який включає організаційні, економічні та правові зміни на підприємствах. Він спрямований на підвищення ефективності виробництва, зменшення кількості банкрутств, а також на швидке реагування на зміни в економічній ситуації на ринку для забезпечення прибутковості через використання ринкових можливостей і створення конкурентних переваг, що дозволяє зміцнити позиції підприємства на ринку. [6]

Нині в Україні триває глибока економічна криза. Вона зумовлена, здебільшого повномасштабним російським вторгненням, котре розпочалося ще у 2022 році. Це призводить до високого рівня невизначеності щодо умов і перспектив функціонування підприємств. Крім того, це значно знижує ефективність діяльності компаній, що проявляється в скороченні обсягів

виробництва, падінні прибутковості, зменшенні чисельності працівників та погіршенні фінансових результатів.

Війна значно вплинула на діяльність українського медіаринку. За даними Інституту масової інформації, у період з лютого 2022 року по травень 2023 року 233 медіа припинили свою роботу через війну. [1] Серед основних причин фахівці назвали окупацію та безпосередню близькість до зони бойових дій. Водночас, припиняли свою діяльність і ті видання, котрі були далеко від зони бойових дій. Все через обвалення ринку, зниження доходів від реклами, припинення фінансування, брак кваліфікованих кадрів.

Одним із медіа-підприємств, яке стикнулося з фінансовими та економічними проблемами після початку повномасштабної війни, є ТОВ “КІНОКІТ”. Його основний вид діяльності — виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм. Зокрема, компанія протягом 2023-2024 рр. виграла мистецький конкурс з розробки творчої концепції та надання послуг зі створення аудіовізуальних творів для забезпечення цілодобового інформаційного марафону "Єдині новини #Уаразом". Це включало в себе розробку творчої концепції та передбачало частковий технологічний цикл виробництва, для цілей державного підприємства "Парламентський телеканал "Рада" на період дії воєнного стану в Україні.

За даними системи закупівель Prozorro, у 2024 році ТОВ “Кінокіт” отримало 104 904 000 грн на виробництво телепрограм. [4] При цьому роком раніше фінансування складало 119 925 000. Тобто на 15 021 000 грн менше.

Водночас, варто зазначити, що за даними системи Опендатабот [5], станом на 2023 рік дохід ТОВ “Кінокіт” складав 186 213 000 грн. При цьому 119 925 000 грн було отримано від ДП “Парламентський телеканал “Рада”. А це 66,4% від загального доходу.

З проаналізованих фінансової звітності та участі у тендерах, котрі ми розглянули вище, можемо зробити висновок, що ТОВ “КІНОКІТ” в основному покладається на отримання контрактів на виробництво передач

для Загальнонаціонального телемарафону “Єдині новини”. Це створює певний ризик для компанії. Адже щороку для цього доводиться брати участь у мистецькому конкурсі, де свої пропозиції зі створення контенту надають і інші компанії. І у випадку, якщо вони матимуть щонайменше рівну з ТОВ “КІНОКІТ” виробничу базу а також зможуть запропонувати кращу ціну, аналізована нами компанія ризикує втратити цю частину доходу.

Щоб мінімізувати ці ризики, компанія може звернутися до диверсифікації своєї діяльності та своєї продукції. Такий досвід у підприємства є. Зокрема, за даними ресурсу Опендатабот, компанія вже співпрацювала з іншими державними підприємствами. [5] Крім того, керівництву підприємства варто розглянути умови співпраці з приватними замовниками.

Список використаних джерел

1. 233 медіа в Україні припинили свою роботу через війну, Інститут масової інформації, URL: <https://imi.org.ua/news/233-media-v-ukrayini-grupynyly-svoyu-robotu-cherez-vijnu-imi-i52529> (дата звернення: 27.12.24)
2. Ломоносова О. Е., “Диверсифікація як економічна категорія і як поняття”, Науковий вісник Ужгородського національного університету, Випуск 33, Частина 2, 2020, СТ. 7-15.
3. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія: У 3 т. / Ред. кол.: Мочерний С.В. (відп. ред) та ін. - К.: ВЦ - Академія, 2000-2002. - с. 952.
4. Послуги зі створення (виробництва) аудіовізуальних творів (телевізійних програм) для забезпечення цілодобового інформаційного марафону "Єдині новини #UАразом", що включає в себе розробку творчої концепції та передбачає частковий технологічний цикл виробництва, для цілей державного підприємства "Парламентський телеканал "Рада" на 2024 рік на період дії воєнного стану в Україні, Prozorro, URL: <https://prozorro.gov.ua/tender/UA-2024-01-12-009683-a> (дата звернення 20.12.24)

5. ТОВ «КІНОКІТ», Оpendатабот, URL:
<https://opendatabot.ua/c/41132456>, (дата звернення: 2.11.24)
6. Цогла О.О. Становлення диверсифікаційних процесів у діяльності підприємств [Текст] / О.О.Цогла //Актуальні проблеми економіки. – 2011.– №7. – С.147–151.

Михайло ПИТЧАК

здобувач четвертого (бакалаврського) рівня
вищої освіти, спеціальності 072 Менеджмент

Науковий керівник: **Алла ДОМИЩЕ-МЕДЯНИК**

к.е.н, доцент,

доцент кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі

ЕКОНОМІЧНІ БАР'ЄРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В ЗАКАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

Закарпаття — це регіон, який володіє унікальними природними ресурсами, культурною багатогранністю та стратегічно вигідним розташуванням на перехресті основних європейських транспортних коридорів. Проте, у 2024-2025 роках, попри свій потенціал, Закарпаття стикається з численними економічними бар'єрами, які стримують розвиток підприємництва та ефективного менеджменту. Складна економічна ситуація, інфраструктурні проблеми, недосконала законодавча база та нестабільність ринку праці створюють виклики, які потребують термінового вирішення.

У цій публікації ми проаналізуємо ключові економічні бар'єри, з якими стикаються підприємства Закарпаття, а також розглянемо перспективи та можливості для покращення менеджменту в регіоні. Зокрема, ми звернемо увагу на питання адаптації бізнес-моделей до нових реалій, інноваційні підходи в управлінні, а також можливості залучення інвестицій.

До економічних викликів менеджменту на Закарпатті, на нашу думку, належать: інфраструктурні проблеми та логістика, фінансування та

інвестування бізнесу, дефіцит кваліфікованих кадрів, екологічні виклики та сталий розвиток [1,2]. Якщо докладніше розглядати логістичні та інфраструктурні проблеми слід зазначити, що Закарпатська область в Україні межує з чотирма країнами ЄС (Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія), що створює потенціал для зовнішньоекономічної діяльності. Проте, слабка транспортна інфраструктура ускладнює розвиток бізнесу. Наприклад: Компанія "Ядзакі Україна" (виробництво автомобільних комплектуючих) стикається з труднощами у логістиці через нестачу якісних автомобільних шляхів та затримки на кордоні.

У 2024 рік Закарпаття, як і багато інших регіонів України, зіштовхнулося з низкою інфраструктурних проблем та викликів у сфері логістики. Ці проблеми мають різний рівень складності та впливають на економічний розвиток регіону, у тому числі на туристичну та аграрну сфери. Зокрема, дороги та транспортна інфраструктура. Стан дорожнього покриття є одним із найгостріших питань. Оскільки багато доріг у Закарпатті, особливо в віддалених населених пунктах, потребують термінового ремонту. Так, дорога між Мукачевом і Раховом, яка є важливою транспортною артерією, місцями має руйнування та ями, що ускладнює перевезення товарів і туристів. Погана доступність до залізничного транспорту, вважаємо що залізнична інфраструктура в регіоні потребує оновлення та модернізації, що зумовлює затримки у перевезенні вантажів та пасажирів. Перевезення вантажів між Закарпаттям та іншими регіонами України і сусідніми країнами часто затримується через старі вагони та нерегулярні рейси.

Погана логістика в аграрному секторі. Закарпаття є аграрним регіоном, але нерегулярні та неефективні логістичні рішення ускладнюють процеси постачання сільськогосподарської продукції на ринки. Фермери стикаються з проблемами доставки свіжих плодів і овочів до великих міст України через відсутність належних логістичних маршрутів, а це збільшує витрати та знижує конкурентоспроможність.

Закарпаття має вигідне розташування на кордоні з ЄС, але перешкоди на митницях, а також недостатня інфраструктура для обробки вантажів, зменшують ефективність міжнародної торгівлі. Очікування на митниці при перетині кордону із Словаччиною може досягати декількох годин, що негативно впливає на швидкість і вартість експорту-імпорту. Інфраструктура також підлягає ушкодженню внаслідок природних катастроф, таких як повені, які стали частими через зміну клімату. Під час повеней у 2023 року, багато доріг та мостів були зруйновані, що ще більше ускладнило доставку допомоги та відновлювальних матеріалів до постраждалих районів. Пропонуємо розглянути в таблиці 1, що демонструє, як можна систематизувати інформацію про інфраструктурні проблеми та рішення для Закарпаття, з урахуванням витрат.

Таблиця 1

Інфраструктурні проблеми Закарпаття

Проблематика	Витрати (в млн грн)	Вирішення
Поганий стан доріг	250	Ремонт та утримання дорожнього покриття
Нерегулярні залізничні перевезення	150	Модернізація залізничного транспорту
Проблеми з логістикою в агросекторі	100	Розвиток логістичних центрів і складів
Митні затримки на кордоні	50	Спрощення митних процедур
Вплив природних катастроф	200	Будівництво захисних споруд і систем

Нестача транспорту для перевезень	80	Інвестиції в автомобільний парк
-----------------------------------	----	---------------------------------

Проблеми з фінансуванням та інвестиціями. Закарпатські підприємства часто мають обмежений доступ до кредитних ресурсів, а також стикаються з недостатньою підтримкою з боку держави та інвесторів, а це ускладнює реалізацію масштабних проєктів та модернізацію виробництва. Так, малий і середній бізнес (наприклад, виноробні підприємства як «Шато Чизай») часто стикається з проблемою залучення інвестицій через високі кредитні ставки та нестабільну економічну ситуацію.

Дефіцит кваліфікованих кадрів. Через міграцію молоді в країни ЄС спостерігається дефіцит професійних управлінських кадрів та технічних спеціалістів. Це обмежує можливості для розвитку підприємств, змушує компанії залучати працівників з інших регіонів або автоматизувати виробничі процеси. Завод «Єврокар» (виробництво автомобілів Škoda) регулярно стикається з проблемою пошуку кваліфікованого персоналу, що уповільнює виробничі процеси.

Екологічні виклики та стійкий розвиток. Закарпаття має потужний туристичний та рекреаційний потенціал, проте екологічні проблеми (вирубка лісів, забруднення річок) негативно впливають на розвиток підприємництва, особливо у сфері туризму та сільського господарства. Туристичні комплекси, такі як «Воєводино» або «Косино», змушені враховувати екологічні ризики та впроваджувати стратегії стійкого розвитку, щоб зберегти природні ресурси.

Стратегії подолання викликів та перспективи розвитку менеджменту на Закарпатті:

1. Розвиток транспортної та логістичної інфраструктури, передбачає необхідні інвестиції у модернізацію транспортних коридорів та спрощення митних процедур. Важливим кроком є будівництво нових пунктів пропуску на кордонах та розширення залізничної мережі.

2. Інновації у менеджменті та адаптація до європейських стандартів, вважаємо, що для підвищення конкурентоспроможності підприємств важливим є впровадження сучасних методів управління, цифрових технологій, автоматизації та міжнародних стандартів якості.

3. Стимулювання локального бізнесу та залучення інвесторів. В умовах сьогодення, коли Закарпаття є найтиповішою областю в Україні, і біля 350 підприємств є релокованими, то необхідна державна підтримка малого і середнього бізнесу, податкові пільги для підприємств та розвиток індустріальних парків, що сприятимуть залученню інвесторів.

4. Освітні ініціативи та підготовка кадрів. Співпраця між підприємствами та закладами освіти може сприяти підготовці кадрів відповідно до потреб ринку, приймання участі в освітніх грандах та організація дуального навчання для здобувачів освіти [3].

Отже, Закарпаття у 2025 році має перед собою виклики в галузі інфраструктури та логістики, які потребують комплексного підходу для вирішення. Поліпшення дорожньої інфраструктури, модернізація залізниць, вдосконалення логістичних процесів у аграрному секторі та спрощення митниць є необхідними кроками для забезпечення сталого економічного розвитку регіону.

Економічні виклики, що стоять перед менеджментом підприємств Закарпаття, мають як об'єктивні, так і суб'єктивні причини. Їх подолання можливе за умови комплексного підходу, що включає модернізацію інфраструктури, розвиток людського капіталу, залучення інвестицій та екологічно відповідальне ведення бізнесу. Закарпаття має потенціал для стійкого економічного зростання, однак для цього необхідно активно впроваджувати сучасні методи управління та міжнародний досвід.

Список використаних джерел

1. Domyshche-Medyanyk, A., Yarosh-Dmytrenko, L., Martyniak, I., Lukianets-Shakhova, V., & Yasinska, T. Business alliances in the economy of EU

countries. (2022). Amazonia Investiga, 11(53), 249-258.
<https://doi.org/10.34069/AI/2022.53.05.25> P. 249-258

2. Alla Domyshche-Medyanyk, Viktoria Zelich, Maryna Novikova, Tetiana Bielska, Diana Raiko. Synergistic approaches to strategic management: models and impact on the performance of organizations (2024) AD ALTA 14(1) 120-125 DOI:10.33543/140139120125

3. Domishche A., Medyanyk O., Pidlypny Y., Talapa S. Strategic management of the innovative development of restaurants. Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference. Vienna, Austria. 2023. Pp. 131-135 URL: <https://isg-konf.com/the-world-of-modern-technologies-and-inventions/>

Крістіна ПУГА

здобувачка першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 241
«Готельно-ресторанна справа»

Науковий керівник: **Мар'яна ПОПИК**

к.е.н., доцент, доцент кафедри туристичної
інфраструктури та готельно-ресторанного господарства
ДВНЗ «УжНУ»

ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ У ЗАКАРПАТТІ – ШЛЯХ ДО ДОСТУПНОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Розвиток інклюзивного туризму в Закарпатській області є важливим кроком у забезпеченні доступності туристичних послуг для людей з інвалідністю. Це дозволяє не лише значно покращити якість життя людей з інвалідністю, а й сприяє економічному розвитку регіону завдяки створенню нових робочих місць у сфері туризму, готельного бізнесу, транспорту та суміжних галузях.

Одним із важливих аспектів розвитку інклюзивного туризму є залучення інвестицій. Реалізація програм з модернізації туристичних об'єктів, створення адаптованих маршрутів, а також підготовка кваліфікованого персоналу для обслуговування людей з інвалідністю може стати ефективним механізмом підтримки малого та середнього бізнесу. Це не лише відкриває нові ринки для туристичних послуг, але й сприяє підвищенню зайнятості населення та активізації міжнародної співпраці в туристичній сфері.

Як зазначають Пітюлич М.І. та Феєр А.Є., розвиток сільського туризму є ключовим фактором економічної диверсифікації. Вони зазначають, що інклюзивний сільський туризм у Закарпатті має великий потенціал для залучення нових туристичних потоків, а також для збільшення доходів місцевих жителів через активізацію бізнесу в галузі сільського господарства, ремесел і гостинності [4, с. 79-87].

За даними Державного агентства розвитку туризму України, лише 2,69% туристичних об'єктів Закарпатської області мають позначення міжнародних символів доступності для осіб з інвалідністю. Це показує значний потенціал для покращення ситуації. Сайтів, адаптованих для людей з інвалідністю, є лише 14,84% — далеко від бажаних стандартів доступності [1, с. 6].

Лише 7,69% об'єктів мають шляхи евакуації, доступні для маломобільних груп населення. Це є важливим недоліком, адже безпека в надзвичайних ситуаціях повинна бути гарантована для кожної людини, незалежно від її фізичних можливостей. Водночас, 56,31% об'єктів забезпечують відокремлені місця для паркування транспорту осіб з інвалідністю, а лише 8% закладів мають безперешкодний вхід на територію [1, с. 6].

Згідно з нормативними вимогами, щонайменше 10% номерного фонду в готелях, мотелях, пансіонатах та кемпінгах повинні бути універсальними, тобто доступними для осіб з інвалідністю. Це передбачено ДБН В.2.2-20 [2],

що є основою для створення безбар'єрного простору в Україні. Однак, навіть з урахуванням цієї вимоги, лише 6,89% закладів Закарпаття мають доступні номери для осіб з інвалідністю, що потребує значного вдосконалення.

Вартість облаштування інклюзивного номера в середньому на 10-20% перевищує кошторис стандартного номеру [3], однак, це інвестиція, що окупається завдяки залученню нових клієнтів – людей з інвалідністю та їхніх родин, що готові витратити на подорожі більше, якщо умови для цього комфортні та доступні.

Розроблено низку рекомендацій для розвитку інклюзивного туризму в Закарпатті:

1. Створення безбар'єрних умов для людей з інвалідністю шляхом реконструкції готелів, пансіонатів, екскурсійних маршрутів та інших об'єктів.
2. Розробка маршрутів, повністю доступних для людей з інвалідністю, із забезпеченням доступу до природних та культурних пам'яток.
3. Організація навчальних програм для персоналу туристичних об'єктів з метою підвищення рівня обслуговування людей з інвалідністю.
4. Залучення інвестицій в інклюзивний туризм, включаючи фінансові пільги та субсидії для бізнесу, що модернізує свої об'єкти.
5. Розробка системи моніторингу і сертифікації для об'єктів, що відповідають міжнародним стандартам доступності.
6. Популяризація про доступні туристичні об'єкти та маршрути через вебсайти, соціальні мережі та спеціалізовані платформи.

Тільки за умов комплексного підходу та активної державної підтримки можна забезпечити повну інтеграцію осіб з інвалідністю в туристичний процес Закарпаття та зробити цей регіон зразковим для інших областей України.

Список використаних джерел

1. Державне агентство розвитку туризму України. Опитування ДАРТ щодо стану фізичної доступності засобів розміщення у регіонах України: Закарпатська область. 6 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1oNpD5Y4dICvtYbpF099tmoJN0aPS24Ak/view?usp=sharing> (дата звернення: 12.03.2025).
2. Державні будівельні норми України ДБН В.2.2-40:2018 *«Інклюзивність будівель і споруд. Основні положення»*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://e-construction.gov.ua/laws_detail/3192362160978134152?doc_type=2 (дата звернення: 13.03.2025).
3. Для людей з інвалідністю в Україні немає умов. Проте готелі створюють інклюзивні номери – кейси. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hmarochos.kiev.ua/2024/03/20/lyudy-z-invalidnistyu-vymagayut-bilshe-inklyuzyvnyh-nomeriv-v-gotelyah-chomu-yih-dosi-nedostatno/> (дата звернення: 13.03.2025).
4. Пітюлич М.І., Феєр А.Є. Сільський туризм: диверсифікація і модернізація туристичної інфраструктури (на матеріалах Закарпатської області). Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка». 2021. Том 8, № 4. С. 79-87. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economics-msu.com.ua/uk/journals/tom-8-4-2021> (дата звернення: 12.03.2025).

Віктор РАЙХЕЛЬ

здобувач другого (магістерського)

рівня вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент

Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Науковий керівник: **Людмила ЧОБАЛЬ**

к.е.н, доцент кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі

Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ

НОВІ МОДЕЛІ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Процес цифрової трансформації передбачає інтеграцію цифрових технологій в усі аспекти бізнес-операцій, докорінно змінюючи організаційні процеси. Це означає не лише технологічний зсув, але й глибоку культурну трансформацію, що вимагає від організацій постійного виклику існуючим парадигмам, експерименту з новими підходами та прийняття потенційних невдач.

Цифровізація суттєво впливає на бізнес-процеси та організаційні структури, що вимагає набуття нових навичок і компетенцій у відповідності з цифровою трансформацією [1]. Консалтингові фірми відіграють ключову роль у сприянні цьому переходу, наймаючи професіоналів, які володіють цифровими знаннями. Оскільки організації адаптуються до цифрової економіки, практика управління персоналом (Human Resources, далі – HR) також має зазнати трансформації, інтегруючи цифрові інструменти та процеси прийняття рішень на основі даних для оптимізації управління людським капіталом.

Фундаментальним аспектом адаптації HR в цифрову еру є брендинг роботодавця [2], який служить стратегічним механізмом для залучення та утримання найкращих талантів. Один із нових підходів у цій сфері передбачає гейміфікацію стратегій брендингу роботодавця, використання інтерактивних цифрових інструментів для посилення залучення та отримання знань [3]. Крім того, впровадження передових цифрових рішень зумовило необхідність еволюції кадрових компетенцій, що призвело до появи нових моделей працевлаштування та гнучких кадрових структур. Щоб підтримувати організаційну гнучкість і конкурентоспроможність, фірми повинні впроваджувати стратегії безперервної оцінки компетенцій робочої сили, одночасно розвиваючи нові парадигми організації праці.

Поширення цифрових технологій суттєво змінило функції управління персоналом, що зумовило необхідність переходу від традиційного управління

персоналом до більш динамічної, керованої даними та стратегічної парадигми управління персоналом. Цифрова економіка змушує організації переглядати свої HR-стратегії, приділяючи більше уваги розвитку талантів і розвитку організаційної культури, яка сприяє інноваціям і адаптивності.

Отже, HR-Менеджмент вийшов за межі своєї адміністративної ролі, ставши невід'ємною рушійною силою організаційної трансформації та конкурентної переваги [4].

Незважаючи на свої переваги, впровадження цифрового HR-менеджмент створює значні проблеми, включаючи прогалини в цифрових навичках, проблеми з безпекою даних і складнощі системної інтеграції. Організації повинні активно вирішувати ці виклики, щоб узгодити HR-стратегії з технологічним прогресом, одночасно забезпечуючи конфіденційність і задоволеність співробітників. Таким чином, цифрове HR-менеджмент потребує цілісного підходу, що включає як технологічні, так і людиноцентричні перспективи.

Інтеграція штучного інтелекту (далі - ШІ), машинного навчання та аналітики великих даних зробила революцію у функціях управління персоналом, уможлививши ефективніший підбір персоналу, навчання, управління продуктивністю та утримання талантів. Традиційний підхід до керування персоналом, який базувався на ручних процесах і великій документації, був витіснений методологіями, що керуються даними, які забезпечують більш глибоке розуміння продуктивності робочої сили та організаційних потреб. Аналітика на основі штучного інтелекту сприяє прогностичному управлінню талантами, дозволяючи фахівцям з кадрів передбачати тенденції щодо робочої сили та оптимізувати стратегії людського капіталу [5].

Цифровізація ринку праці разом із швидким впровадженням автоматизації та роботизації змінила структуру зайнятості та вимоги до роботи. Організації повинні орієнтуватися в цьому ландшафті, що розвивається, використовуючи HR-технології для підвищення адаптивності

робочої сили та сприяння безперервним ініціативам навчання. Відділи кадрів відіграють стратегічну роль у підтримці кар'єрного розвитку співробітників, одночасно оптимізуючи стратегії залучення та утримання талантів.

Крім того, попит на цифрові компетенції став масштабним у всіх професійних областях . Прогрес у сфері штучного інтелекту, хмарних обчислень і технологій зв'язку в реальному часі розширив можливості HR, сприяючи більш ефективним процесам прийняття рішень і вирішення проблем. Таким чином, цифрова трансформація в HRM виходить за рамки технологічного впровадження, охоплюючи стратегічне планування робочої сили та розвиток корпоративної культури, яка орієнтована на цифрові технології [6].

Враховуючи вищенаведене, цифрова трансформація HR-менеджмент - це не просто необхідність, а й можливість переосмислити управління робочою силою та організаційну культуру. Хоча інтеграція штучного інтелекту та великих даних підвищує ефективність і процес прийняття рішень, вона також викликає етичні та практичні занепокоєння щодо автономії співробітників, конфіденційності та потенційної деперсоналізації процесів управління персоналом. Тому організації повинні знайти баланс між технологічним прогресом і підходами, орієнтованими на людину, гарантуючи, що цифровізація доповнює, а не замінює людський елемент у HR-менеджменті. Для успішної трансформації потрібне стратегічне бачення, яке надає пріоритет безперервному навчанню, адаптивності та етичним міркуванням у цифровому ландшафті, що розвивається.

Список використаних джерел

1. Цифрові компетенції як умова формування якості людського капіталу : аналіт. зап. / В. С. Куйбіда, О. М. Петроє, Л. І. Федулова, Г. О. Андрощук. – Київ : НАДУ, 2019. – 28 с.

2. Варіс, І., Кравчук, О., Спіріна, К. Цифрове середовище розвитку бренду роботодавця. Економіка та суспільство, 2022, вип. 36.
3. Вербівська, Л. В., Блеско, Н. В. Підприємництво та торгівля. Інфраструктура ринку, 2024, вип. 78, с. 104–109.
4. Грінько, А. Формування HR-стратегії під час цифрової трансформації організації. Scientific Collection «InterConf», 2023, вип. 157, с. 53–56.
5. Черненко, Н. І. Штучний інтелект в управлінні персоналом. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, 2022, с. 76-83.

Олександр САВРАСОВ

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 073 «Менеджмент»

Науковий керівник: **Петро ГАВРИЛКО**

кандидат екон. наук, професор

директор Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ

ГОТЕЛЬНІ ПОСЛУГИ В КОНТЕКСТІ

РОЗВИТКУ WELLNESS-ІНДУСТРІЇ

Слово Wellness має давнє походження. Британська енциклопедія визначає, що вперше термін було використано у 1653 р. як якість або стан гарного здоров'я, якого прагнуть досягти. Однак, основи Wellness були закладені набагато раніше і простежити їх можна ще у Античній цивілізації та у народів Стародавнього Сходу. Ці культури мали унікальну систему медицини, яка володіла особливим розумінням принципів, необхідних для зміцнення та підтримки здоров'я і добробуту людини. Вони зосереджувались на людині як цілісній системі, розуміючи, що гарне здоров'я включає в себе баланс тіла, розуму та духу.

Сучасне розуміння Wellness як системи оздоровлення, пов'язано зі зростаючою увагою до психічної рівноваги, балансу між роботою та особистим життям, соціальною справедливістю, довкіллям, сталістю, штучним середовищем та громадською охороною здоров'я. Основними складниками цієї системи є помірне і комфортне фізичне навантаження, здорове харчування, комплексний догляд за шкірою, хороший відпочинок, оптимізм і позитивне мислення [3].

Wellness з'явилася на ринку послуг відносно нещодавно і сьогодні є одним із перспективних напрямків розвитку готельної галузі. Це зумовлено двома причинами: новизна послуги і постійно зростаючий попит на такий людський ресурс як «краса та здоров'я». Надання комплексу відповідних послуг в одному місці стає тим більш необхідним, чим більше зростає швидкість життя і добробут людей, які цього потребують. Саме тому проектування та відкриття готелів, що надають wellness-послуги, з кожним роком стає більш актуальними. Особливістю цього типу готелів є широкий спектр послуг з оздоровлення, релаксації і турботи про здоров'я. Гостям можуть бути запропоновані сауна, масаж, ароматерапія, йога, лікувальні грязі, консультації дієтолога, басейни, сеанси пілінгу, фітнес-зали, програми з омолодження і очищення організму, а також багато іншого [2].

З точки зору отримання прибутку Wellness-готель принципово відрізняється від стандартного готелю. По-перше, у Wellness-готелях гості зазвичай платять за пакети програм, а не за номер. Якщо два гостя відвідують Wellness-готель разом, то це подвоїть прибуток, навіть якщо вони мешкають в одній кімнаті. По-друге, тривалість перебування гостей Wellness-готелів зазвичай є довшою, ніж звичайних туристів. Програми, як правило, тривають близько п'яти-десяти днів. По-третє, Wellness-турист не лише довше залишається, а й проводить набагато більше часу на курорті, беручи участь у заходах, а також у процедурах та консультаціях, що надає більше можливостей для максимізації доходів. Таким чином, Wellness-готель отримує близько 35% свого доходу від Spa та оздоровчих заходів, хоча ця

цифра може досягати і 50%, що набагато більше, ніж отримують стандартні готельні підприємства [1].

Закарпаття володіє унікальним природним, бальнеологічним потенціалом, порівняно високою екологічною безпекою (порівняно з іншими регіонами природа Карпат зазнала менших втрат і в багатьох місцях зберегла свій первісний стан, а це дуже важливо для розвитку відпочинку і туризму). Важливим напрямом розвитку велнес туризму в регіоні є послуги величезної кількості спа-центрів, які дуже популярні в іноземних і вітчизняних туристів та розташовані не тільки в курортних містах і рекреаційних територіях, а й на гірськолижних комплексах, спортивних об'єктах, готелях і базах відпочинку, таких як: ранчо «Золота гірка», «Воєводина», «Жайворонок», готель «Унгварський», СК «Деревінська купіль» тощо. Окрім саун, різноманітних масажів, підводних та циркулярних душів, спелеотерапію (лікування повітрям соляних печер). Природний потенціал рекреаційних ресурсів, спеціалізована інфраструктура органічно доповнюються багатим арсеналом культурно-історичної спадщини.

Загалом, ідея «wellness» є прекрасною можливістю природного оздоровлення, що підходить до стереотипів і потреб не лише наших співгромадян, але і міжнародних туристів. Все більше українців хочуть поєднувати відпочинок з оздоровленням і доглядом за зовнішністю, тому тема «wellness» сьогодні актуальна не тільки для фахівців індустрії краси та здоров'я, а й для тих хто займається інвестиціями, будівництвом, експлуатацією та управлінням готелями.

Список використаних джерел

8. Дишко О.Л. Перспективи розвитку Wellness-готелів в Україні // Матеріали І Всеукр. наук.-практ. конф. «Модернізація економіки в умовах зростання суспільної свідомості: людино розмірність, духовність,

партнерство, кооперація» (м. Полтава, 1 листопада 2016 р.). – Полтава: ПУЕТ, 2016. – С. 53-55.

9. Кампов Н.С., Медвідь Л.І. Велнес-готелі як складова сучасної інфраструктури туризму // Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку : тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції (21 березня 2018 року). – Мукачєво, 2018. – С. 28-30.

10. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. посіб. / П.О. Масляк. - К.: Знання, 2008. - 343 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/maslyak-rekr.htm

Максим САМСОНОВ

здобувач другого (магістерського)

рівня вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

Науковий керівник: **Наталія ВАСИЛИХА**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, підприємництва та

торгівлі

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

ЛОГІСТИЧНІ ПОСЛУГИ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Ринок логістичних послуг – це саморегульована галузева економічна система, яка поєднує елементи ринкового механізму, державного втручання та інструментів саморегулювання в процесі виконання логістичних операцій та функцій, має власну структурну організацію, виражає економічні відносини між постачальниками логістичних послуг і їх споживачами через виробничо-обмінні процеси, відображає ступінь урівноваження попиту й пропозиції на національному рівні.

Ринок логістичних послуг є складником надсистеми – національної економічної системи, що дозволяє оцінювати параметри його функціонування з точки зору макроекономічного та мікроекономічного впливів [1].

Логістичні послуги в Україні стають дедалі важливішими в контексті глобалізації економіки та зростання міжнародної торгівлі. Завдяки своєму географічному положенню на перехресті важливих торговельних шляхів між Європою та Азією, Україна пропонує значні можливості для розвитку транспортно-логістичного сектору. В цьому контексті, компанії, які надають логістичні послуги, відіграють ключову роль у забезпеченні ефективності та надійності поставок [2].

Варто зазначити, що український ринок логістичних послуг є важливим елементом економіки, що включає транспорт, складське господарство, митне оформлення, управління ланцюгами постачання тощо. У зв'язку з війною, міжнародними санкціями проти росії та загальними змінами у світовій торгівлі, ця сфера переживає серйозні виклики та трансформації. Однак, попри виклики сьогодення, ринок адаптується і відкриваються нові перспективи:

- Розвиток європейської інтеграції. Відкриття нових логістичних маршрутів до ЄС та співпраця з європейськими перевізниками.
- Інвестиції у залізничну логістику. Через блокаду портів залізничні перевезення стали ключовими для експорту зерна, металу та інших товарів.
- Ріст e-commerce та поштової логістики. Збільшення онлайн-продажів стимулює попит на фулфілмент та доставку «останньої милі».
- Автоматизація та цифровізація. Впровадження систем управління ланцюгами постачання (TMS, WMS) допомагає підвищити ефективність.

Загалом структуру ринку логістичних послуг задають дві групи чинників: міжгалузеві й галузеві. До першої групи належать якісні й кількісні показники рівня попиту на логістичні послуги інших галузей національної економіки, макроекономічні показники, пріоритети розвитку національної економіки. Вони безпосередньо впливають на економічну поведінку споживачів – економічних агентів та домогосподарств. Другу групу чинників становлять сукупність якісно-кількісних показників, що характеризують

постачальників логістичних послуг, виробників товарів і послуг, запити клієнтів, умови взаємодії суб'єктів ринку [1,с.192].

Україна, з її стратегічним розташуванням і розвиненою транспортною інфраструктурою, є ідеальним місцем для розвитку логістичного бізнесу. Логістичні послуги тут включають все: від звичайних вантажоперевезень до складних мультимодальних логістичних рішень. Основні аспекти, на які слід звернути увагу:

Розширення міжнародних торговельних зв'язків: Україна активно розвиває торговельні відносини як з країнами Європейського Союзу, так і з Азійським регіоном, що забезпечує потребу в ефективних логістичних послугах. Модернізація інфраструктури: Значні інвестиції в інфраструктуру, такі як дороги, залізниці та порти, зміцнюють логістичний потенціал країни. Зростання електронної комерції: Розвиток онлайн-торгівлі зумовлює підвищений попит на логістичні послуги, особливо у сфері швидкої доставки та повернень товарів [2].

Таким чином, ринок логістичних послуг України є важливою складовою економіки, яка трансформується та попри війну розвивається та впроваджує інновації. Майбутнє логістики в Україні залежить від відновлення інфраструктури, інтеграції з ЄС та цифровізації процесів.

Список використаних джерел

1. Маркетинг в підприємницькій діяльності та управління продажем логістичних послуг: підручник / С.Л. Литвиненко та ін. Київ: видавничий дім «Кондор», 2021.280 с.
2. Логістичні послуги в Україні. URL: <https://midmoon.com.ua/logistychni-poslugy-v-ukrayini/> (дата звернення: 7.03.2025).

Анастасія СЕГЕДА, Олександра ЦАП
здобувачі першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 076 Підприємництво та торгівля

Науковий керівник: **Світлана ДАНИЛО**

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі

ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Підприємництво відіграє суспільно важливу роль в забезпеченні соціально-економічного розвитку країни. Підприємницькі структури створюють найбільшу частку доданої вартості, задовольняють попит на переважну більшість товарів і послуг, а також створюють найбільшу кількість робочих місць для громадян, які є джерелом доходу для значної частини населення. Завдяки їх діяльності зменшується рівень безробіття, поліпшується рівень життя людей, а також знижується соціальна напруга [1].

З історичної точки зору підприємницька діяльність – це багатоаспектне явище, яке інтенсивно розвивається і сягає своїм корінням у давнину.

Таблиця 1

Етапи розвитку торговельного підприємництва

Історичні етапи розвитку торговельного підприємництва					
1.	2.	3.	4.	5.	6.
Виникнення магазинів з виробничих майстерень	Виникнення критих ринків, починається спеціалізація ринків	Переважали магазини загальнопрофілю, що торгували товарами	Розвивається спеціалізація магазинів, виокремлюються: - магазини, що торгують модними товарами;	В зв'язку із зростанням середнього класу виживають магазини з універсальним	Розвиток кооперативних магазинів по торгівлі бакалійними товарами. Започаткува

		повсяден ного попиту	- магазини меблів; магазини, що торгують предметами розкоші, подарунками	асортиментом товарів. Метою створення таких магазинів є скорочення часу на покупку та економія часу покупців	ння мережевих роздрібних компаній, що об'єднували більш 10 магазинів
X У ст.	XVI ст.	XV II ст	XVIII ст	перша половина XIX ст.	друга половина XIX ст.

Джерело [2]

У другій половині XIX ст. суспільство, яке вступило у смугу панування ринкових відносин та створення торгових та промислових підприємств. На кінець XIX ст., за даними торгово-промислової статистики, лише підприємцями гільдійського і негільдійського розрядів було засновано 83 766 підприємств, з них більше 3 тис. промислових та 1 296 кредитно-банківських закладів [3].

У XX столітті підприємництво набуло глобального характеру завдяки розвитку транспорту, зв'язку та фінансових ринків. Особливу роль у розвитку підприємництва відіграли інформаційні технології та процеси глобалізації.

У 1991 році після проголошення незалежності, Україна стала на шлях побудови ринкової економіки, що супроводжувалося докорінними змінами у всіх сферах суспільного життя. Підприємництво, яке десятиліттями було

обмежене централізованим плануванням радянської економіки, отримало шанс на відродження та розвиток [4].

Дослідження еволюції підприємництва в незалежній Україні відкриває можливість глибше зрозуміти не лише економічні процеси, але й соціальні зміни, що відбувалися протягом останніх десятиліть. Підприємництво стало індикатором адаптації суспільства до нових умов ринкової економіки, а також віддзеркаленням прагнень українців до самореалізації та економічної незалежності. Відбулося поступове вдосконалення законодавчої бази, що регулює підприємницьку діяльність. З'явилися нові платформи підтримки підприємництва, такі як бізнес-інкубатори, акселератори, грантові програми, а також спрощені процедури реєстрації бізнесу.

Пандемія COVID-19 стала викликом для малого та середнього бізнесу, спричинивши перехід на онлайн-формати.

Повномасштабне вторгнення росії в Україну у 2022 році стало важким випробуванням для підприємницького середовища. Багато бізнесів зупинили діяльність або були змушені релокувати підприємства у безпечні регіони. Водночас війна стимулювала розвиток волонтерських ініціатив, військових технологій, логістики та соціального підприємництва.

Отже, історія підприємництва в Україні — це історія боротьби за свободу економічної ініціативи, адаптації до умов нестабільності та пошуку нових можливостей у найскладніші часи. Саме завдяки цьому становленню сьогоденні українські підприємці можуть розвивати бізнес навіть під час війни, роблячи важливий внесок у відбудову держави та формування сучасної економіки.

Список використаних джерел

1. Сергійчук С., Сергійчук Д. Сучасні виклики і перспективи для розвитку вітчизняного підприємництва в умовах війни і повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. №63. С. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-43>

2. Юрко І.В. Торговельне підприємництво: навчальний посібник. Київ, «Центр учбової літератури», 2018. 232 с.
3. Лазанська Т. Історія підприємництва в Україні (на матеріалах торгово-промислової статистики XIX ст.). К.: Інститут історії України НАН України. 1999. 266 с.
4. [Колесник Т. М.](#), Демидова О.С., Колесник Д.А. Історія розвитку підприємництва *Бізнес Інформ*. 2013. Вип.№ 1. С. 332-334. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_1_74

Роман СОЛОМА

Здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність

Науковий керівник: **Валентин СУСІДЕНКО**

Доктор екон. Наук, професор
кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі

ТРЕНДИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ У 2025 РОЦІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Електронна торгівля продовжує розвиватися стрімкими темпами, і 2025 рік обіцяє значні зміни в цьому секторі. Технологічний прогрес, зміни в поведінці споживачів та глобальні економічні фактори впливають на те, як розвиватиметься e-commerce. У цьому контексті компаніям доведеться адаптуватися до нових реалій та використовувати інноваційні підходи для утримання конкурентних позицій.

Також значного поширення набуває доповнена та віртуальна реальність. Завдяки AR і VR (Augmented Reality, доповнена реальність) і VR (Virtual Reality, віртуальна реальність) — це технології, що змінюють

сприйняття навколишнього світу за допомогою цифрових ефектів, споживачі можуть взаємодіяти з товарами перед покупкою, що особливо важливо для таких категорій, як одяг, меблі та косметика. Віртуальні примірочні, інтерактивні шоуруми та 3D-візуалізації товарів стають стандартом для інтернет-магазинів.

Значну роль у розвитку електронної торгівлі відіграє омніканальний маркетинг. Компанії прагнуть створити єдину екосистему взаємодії з клієнтами через різні платформи, включаючи веб-сайти, мобільні додатки, соціальні мережі та фізичні магазини [1].

Це сприяє підвищенню рівня довіри до бренду та покращує досвід користувачів. Значну роль у розвитку електронної торгівлі відіграє впровадження інноваційних технологій, які дозволяють автоматизувати процеси та покращувати користувацький досвід. Велике значення мають зручні та безпечні онлайн-платежі, що сприяють зростанню довіри споживачів.

Крім того, розвиток логістичної інфраструктури забезпечує швидку та надійну доставку товарів, що є ключовим фактором у підвищенні задоволеності клієнтів. Цифровий маркетинг та персоналізовані рекламні стратегії допомагають залучати нових покупців і утримувати постійних. Важливу роль також відіграє правове регулювання, яке визначає правила безпеки даних і захисту прав споживачів, створюючи сприятливі умови для подальшого розвитку електронної комерції [2].

Значну роль у розвитку електронної торгівлі відіграє розширення цифрової інфраструктури, що забезпечує доступ до швидкісного інтернету для широкого кола користувачів. Важливим фактором є зростаюча довіра споживачів до онлайн-платформ, яка формується завдяки підвищенню рівня безпеки персональних даних та фінансових операцій. Водночас мобільні додатки та соціальні мережі стають потужними інструментами для взаємодії з клієнтами, стимулюючи їхню активність та залученість. Безперервне вдосконалення логістичних процесів і розвиток безконтактних способів

доставки роблять покупки ще зручнішими, що сприяє загальному зростанню популярності електронної комерції.

Не можна оминати увагою і розвиток цифрових платежів. Криптовалюти, безконтактні платежі, біометрична аутентифікація та фінансові технології (FinTech) змінюють спосіб здійснення транзакцій. Безпечність і зручність стають головними пріоритетами як для покупців, так і для продавців.

Проте, поряд з можливостями, електронна торгівля стикається з низкою викликів. Кібербезпека залишається серйозною проблемою, оскільки збільшується кількість атак на онлайн-магазини та витоків персональних даних. Регуляторні зміни також впливають на сектор, оскільки багато країн запроваджують нові правила щодо збору та обробки персональної інформації. Крім того, загострюється конкуренція, і малим підприємствам важко конкурувати з великими гравцями ринку.

Попри виклики, електронна торгівля у 2025 році відкриває нові перспективи для бізнесу. Інноваційні технології, зміни в споживчих уподобаннях та зростання цифрових платформ створюють можливості для розвитку та підвищення ефективності бізнесу. Ті компанії, які зможуть швидко адаптуватися до нових трендів, отримають значну перевагу на ринку.

Використані джерела:

1. Smith, J. (2024). "The Future of E-commerce: Trends & Innovations." *E-Commerce Today*.
2. Brown, L. (2023). "AI and Personalization in Online Shopping." *Digital Retail Journal*.

Анастасія ТРИБУНСЬКА

здобувачка першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент

Іван КІШ

здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент

Науковий керівник: **Ірина АЛМАШ**

кандидат юр. наук, доцент
кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі

ОСНОВНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Паливно-енергетична галузь завжди вважалась чутливою до змін в кон'юктурі світового ринку та політичних потрясінь, що дещо підвищувало рівень невизначеності в ній, однак циклічний характер падінь та злетів цінових та нецінових показників дозволяв уникати негативних наслідків від таких змін [1].

Падіння споживання трьох із чотирьох ключових енергоносіїв в короткостроковій перспективі стає підґрунтям для подальшої трансформації попиту, яка відображається в прогнозах на 2040 р. Міжнародного агентства з енергетики. Дана концепція передбачає одночасне скорочення попиту на нафту та вугілля з подальшим зростанням сфери відновлюваної енергії та помірного нарощення споживання природного газу[2].

Однією із ключових проблем галузі є її безпосередній вклад в прискорення процесів зміни клімату, що призводить до таких негативних наслідків, як зростання середньорічної температури, виникнення парникового ефекту та подальше розгортання глобального потепління. За останні 10 років обсяг викидів CO₂ в атмосферу зріс з на 17%. На компанії в сфері ПЕК припадає 73% усіх викидів в атмосферу [3].

Станом на кінець 2019 р. найбільшим забруднювачем атмосфери серед ТНК в сфері ПЕК є «Saudi Aramco» з сукупними викидами парникових газів в розмірі майже 60 млрд. тон.

Є декілька шляхів, які можуть допомогти ТНК уникнути можливих втрат:

1) Компанії можуть інвестувати в відновлюваний сектор, що незначно вплив на прибуток. Схожий підхід обрала для себе норвезька компанія «Equinor» (раніше «Statoil»), яка нещодавно запустила першу в світі плавучу морську вітряну електростанцію. В планах компанії до 2030 року виділити до 20% своїх капітальних витрат (або приблизно 12 млрд. доларів США) на відновлювальні джерела енергії;

2) Компанії також можуть зосередитися на традиційних вторинних ринках, таких як нафтохімічна промисловість, де зростання попиту буде в основному відбуватися в країнах Близького Сходу і Китаю;

3) Окремі компанії обирають шлях повного перепрофілювання на сферу відновлюваної енергії. Прикладом такої стратегії є датська компанія «Ørsted», яка завершує процес модернізації на користь відновлюваних джерел енергії.

Перспективним напрямком розвитку в сфері ПЕК є альтернативні ресурси, а саме: сланцеві нафта та газ, а також скраплений (зріджений) природний газ. За прогнозами уряду США, до 2050 року сланцевий газ буде забезпечувати близько 3/4 виробництва природного газу в США, а сланцева нафта буде складати 2/3 від загального обсягу видобутку нафти в країні.

Поряд зі сланцевими ресурсами перспективним є видобуток скрапленого (зрідженого) газу. За прогнозами до 2035 р. попит на цей вид ресурсів зросте на 3,6%, в той час як в 2027-28 рр. очікується зміщення балансу на ринку енергоресурсів на користь скрапленого газу [4].

Інновації в паливно-енергетичному секторі переважно стосуються оптимізації виробничого процесу. Саме з цією метою компанії розробляють програму «Smart-Oilfield», яка пропонує інтегровану передачу даних через гірла свердловин, трубопроводи та механічні системи. Оскільки третина

нафти видобувається методом традиційного буріння, важливого значення у цій сфері набувають нові технології та інноваційні підходи [5].

Отже, серед проблем діяльності ТНК в сфері ПЕК можна виокремити: скорочення попиту на традиційні джерела енергії, безпосередню участь розглядуваних компаній в зростаючому обсязі викидів парникових газів в атмосферу, нестача висококваліфікованих фахівців і нестійкість податкового законодавства.

Перспективними напрямками розвитку ТНК паливно-енергетичної галузі є використання альтернативних викопних видів палива, впровадження новітніх технологій та співпраця щодо відновлюваної енергетики.

Отже, у даній доповіді проаналізовано перспективи розвитку транснаціональних компаній паливно-енергетичної галузі.

Список використаних джерел:

1. Oil and gas trends 2019. Building growth strategies on shifting sands. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/ceo-survey/2019/Theme-assets/reports/pwc-2019-ceo-survey-oil-and-gas-report.pdf> (дата звернення 06.03.2025).
2. Shares of global primary energy by scenario, 2017 and 2040. URL: <https://www.iea.org/data-and-statistics/charts/shares-of-global-primary-energy-by-scenario-2017-and-2040> (дата звернення 01.03.2025).
3. Four Charts Explain Greenhouse Gas Emissions by Countries and Sectors. URL: <https://www.wri.org/blog/2020/02/greenhouse-gas-emissions-by-country-sector> (дата звернення 21.02.2025).
4. Global gas and LNG outlook to 2035. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/oil-and-gas/our-insights/global-gas-and-lng-outlook-to-2035> (дата звернення 03.03.2025).
5. The Biggest Trends & Challenges Facing The Oil & Gas Industry . URL: <https://www.finance-monthly.com/2019/03/the-biggest-trends-challenges-facing-the-oil-gas-industry/> (дата звернення 07.03.2025).

П.І. ТРОФІМЧИК

Здобувач 3 рівня (доктор філософії)

Кафедра Публічне адміністрування

Приватне акціонерне товариство «Вищий навчальний заклад»

Міжрегіональна академія управління персоналом»

<http://orsid.org/0009-0006-6551-3407>

РОЗВИТОК САМОВРЯДУВАННЯ ЯК РОЗВИТОК МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Якщо розглянути досвід розвинутих країн то зможемо побачити що розвиток місцевого самоврядування має суттєвий вплив на формування громадянського суспільства та сприяє розбудові промисловості. Забезпечення достатнього потенціалу органів самоврядування в частині наявності людських ресурсів, навичок і досвіду персоналу, а також механізмів керування є вирішальним моментом в подальшому розвитку підприємництва, що своєю чергою сприяє розвитку фінансової спроможності ОТГ, має позитивний вплив на економіку регіону та країни в цілому [1, с.178].

На підставі реформи децентралізації влади України були створені громади, де які з них не мають досвіду управління, але при цьому мають вагомий рівень довіри, інші громади змінили тільки «вивіску», але, як що розглядати як децентралізацію влади, це надало поштовх до розвитку громад. ОТГ стали зацікавлені в залученні інвестицій, що змінило старі українські підходи до бізнесу, як що раніше перед тим як розпочати підприємцям було необхідно «зацікавити» владу, то на даний час громада створює всі можливі умови для розвитку бізнесу, керівництво всебічно розшукує інвесторів, які готові вкладати кошти в регіон та створювати нові робочі місця. Бізнес цим користується, ми отримали взаємовигідний процес, що, своєю чергою

приносить додаткові кошти в громаду, громада отримує можливість подальшого розвитку.

Але при цих позитивних тенденціях потрібно не забувати що далеко не всі громади можуть використати ці зміни для подальшого розвитку [2, с. 128]. І причини у тому різні: хтось не має достатньо досвіту управління, хтось не зовсім розуміє як користуватися новими можливостями громади, хтось не мають кваліфікованого людського ресурсу, не мають технічних можливостей та інші. Якщо перефразувати класика: всі щасливі громади щасливі однаково, кожна нещасна громада нещасна по своєму.

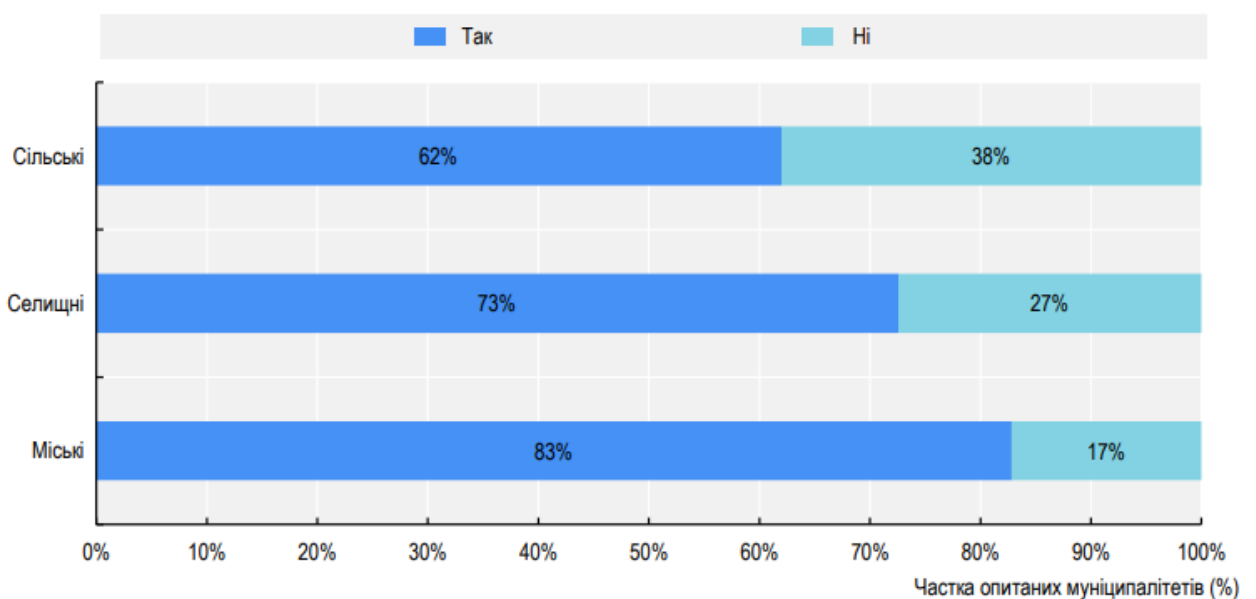


Рис.1. частка муніципалітетів, які повідомили про наявність достатнього персоналу для виконання своїх обов'язків, 2021 рік, [2. С.345]

При спілкуванні з керівництвом органів самоврядування в ході моїх поїздок по різним регіонам України склалося розуміння, що для залучення бізнесу громади використовують різні методи. Хтось, наприклад Славута, створила індустріальний парк та цим зацікавлює бізнес, хтось, наприклад Полонне, створює умови для розвитку. Деякі громади, такі як Городок або Калуш, звертаються до бізнес-структур в пошуках інвесторів, інші, такі як Деражня, готові надати в оренду цікаві об'єкти. Як показала практика, всі вищезазначені громади готові підтримати розвиток бізнесу у своєму регіоні,

але всі вони мають свої недоліки: хтось не має технічної бази, хтось не може забезпечити функціонал, у когось юридичний безлад. Все це негативно впливає на залучення інвестицій, що, своєю чергою, накладає відбиток на подальший розвиток громад.

Про відтік молоді теж слід пам'ятати, на мою думку це одна з найголовніших проблематик розвитку громад. Відсутність молодих амбітних спеціалістів, які прагнуть розвивати свій регіон, свою громаду накладає додаткові труднощі.

Висновок. Виходячи з вищезазначеного, один з головних наступних кроків розвитку самоврядування повинно стати надання можливості саме органам місцевого самоврядування розвиватися та навчитися використовувати всі можливості самоврядування. Тому Держава повинна всебічно підтримувати органи самоврядування, надавати послуги з розробки плану дії, забезпечувала необхідними знаннями, людським ресурсом. Тим паче враховуючи що в Україні самоврядування знаходиться на стадії встановлення, ця підтримка вкрай важлива.

Якщо буде створена всебічна підтримка органів самоврядування, буде створена база питань та база відповідей, будуть розроблені стандартні алгоритми розвитку, що своєю чергою дасть можливість аналізувати дії, процеси, прогнозувати розвиток громади та суспільства, з отриманих знань громада буде завчасно розуміти які потрібні спеціалісти та будуть підтримувати молодь для отримання відповідних знань. Отримавши знання та розуміючи, що саме у себе в громаді він буде потрібним, молодь буде залишатись у себе в громаді та підтримувати соціальний розвиток, інфраструктури громади, робити її більш комфортної для проживання. На тлі цього будуть створюватися нові підприємства, буде розвиток менеджменту. Звичайно, цей процес не відбудеться за рік чи два, але якщо ми зможемо зацікавити молодь в розвитку своєї громади, інфраструктури, соціального сектору, то через десять років громади стануть самодостатні не тільки в самоврядуванні, але і як зріле суспільство.

Список використаних джерел

1. Дробот І. Проблеми гарантування місцевого самоврядування в умовах децентралізації державного управління. Розвиток публічного управління в контексті європейської інтеграції України [Текст]: матер. наук.-практ. конф. (28 квітня 2023 р., м. Львів) – Львів: НУ «Львівська політехніка», 2023. С.177-179.
2. OECD (2023), Відбудовуємо Україну через зміцнення регіонального та муніципального управління, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/a5a7939d-uk>;

Сергій ФІЛІПЦОВ

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 076 Підприємництво та торгівля

Науковий керівник: **Світлана ДАНИЛО**

канд. екон. наук, доцент,

кафедри менеджменту, підприємництва та торгівлі

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

АТ «УКРПОШТА»

Засновником і акціонером АТ «Укрпошта» є держава в особі Міністерства інфраструктури України. Діяльність підприємства регламентується Законом України «Про поштовий зв'язок» [1], іншими Законами України, а також нормативними актами Всесвітнього поштового союзу, членом якого Україна є з 1947 року. Мережа охоплює 100% території України (понад 27 000 населених пунктів, крім тимчасово окупованих). Сьогодні до складу АТ «Укрпошта» входять 24 регіональні філії, Дирекція оброблення та перевезення пошти та «Автотранспошта». АТ «Укрпошта» - одна з ключових компаній державного сектора, яка забезпечує логістичну інфраструктуру країни, виконуючи важливу соціальну та економічну функцію [2].

У сучасних умовах стрімкої цифровізації та глобальної конкуренції підприємство змушене адаптуватися до нових викликів [2]. Важливим аспектом успішної діяльності є ефективний менеджмент, що дозволяє компанії не тільки залишатися на ринку, а й забезпечувати зростання та розвиток. У цій роботі розглянуто основні виклики, з якими стикається «Укрпошта», а також можливі стратегічні напрями для їх подолання.

До соціально-економічних виклики в діяльності АТ «Укрпошта» можна віднести:

1. Конкуренція на ринку поштових послуг.

Сьогодні на українському ринку працює низка приватних логістичних операторів, таких як «Нова Пошта», Meest, Justin тощо. Вони пропонують швидші та гнучкіші рішення для клієнтів, що створює значний тиск на державне підприємство. АТ «Укрпошта» змушена впроваджувати нові послуги та покращувати якість сервісу, щоб залишатися конкурентоспроможною [3].

2. Цифровізація та автоматизація послуг.

Глобальна тенденція переходу до цифрових рішень змушує підприємство розширювати спектр електронних послуг. Впровадження мобільних додатків, автоматизація сортувальних центрів та створення онлайн-платформ для клієнтів є необхідністю для підвищення ефективності роботи [4].

3. Фінансова стійкість.

Попри значні інвестиції у модернізацію, підприємство все ще стикається з фінансовими труднощами. Частина послуг, особливо в сільській місцевості, є соціально важливою, але економічно не вигідною. Це потребує оптимізації фінансової політики та пошуку додаткових джерел доходу [5].

4. Соціальна відповідальність.

Суб'єкт підприємницької діяльності АТ «Укрпошта» виконує важливу соціальну функцію, забезпечуючи поштовий зв'язок у віддалених населених пунктах, де приватні оператори не працюють [2]. Однак для утримання цієї

мережі потрібні значні витрати, що змушує компанію шукати баланс між ефективністю та соціальною відповідальністю.

Для вирішення зазначених проблем реалізує низку стратегічних заходів (Табл.1).

Таблиця 1

Основні характеристики стратегій розвитку
державного підприємства АТ «Укрпошта»

Стратегія	Характеристика
Модернізація інфраструктури.	Одним з ключових напрямів є автоматизація логістичних процесів. Відкриття сучасних сортувальних центрів дозволяє зменшити час обробки відправлень і покращити якість доставки
Розвиток цифрових сервісів.	Підприємство активно розширює спектр онлайн-послуг, що включають мобільні додатки, електронні платежі та чат-боти для клієнтської підтримки
Партнерство з банківськими установами.	Відкриття фінансових сервісів у відділеннях АТ «Укрпошти» дозволяє не лише розширити спектр послуг, а й забезпечити додаткові надходження
Оптимізація логістики.	Створення мобільних відділень та покращення роботи кур'єрських служб дозволяють ефективніше працювати у віддалених регіонах.

Джерело: [3,4,5].

Подальший розвиток компанії пов'язаний з інвестиціями у технології та розширенням ринку.

До перспективних напрямків розвитку АТ «Укрпошта» можемо віднести:

- **Автоматизацію процесів.** Використання штучного інтелекту для оптимізації логістики та обслуговування клієнтів.
- **Міжнародне співробітництво.** Залучення партнерів для розширення експортно-імпортних операцій.
- **Мотивацію персоналу.** Підвищення заробітних плат та покращення умов праці для співробітників як ключовий фактор розвитку компанії [2,4,5].

Отже, державне підприємство АТ «Укрпошта» знаходиться на етапі активних змін, спрямованих на підвищення ефективності роботи та конкурентоспроможності підприємства. Вирішення основних соціально-економічних викликів можливе завдяки впровадженню інноваційних технологій, розширенню спектра послуг та удосконаленню управлінських процесів. Успішне виконання цих стратегічних завдань дозволить підприємству не лише втримати позиції на ринку, а й стати одним з лідерів галузі надання послуг.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про поштовий зв'язок».
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2722-20#Text> (дата зв.: 11.03.2025)
1. Офіційний сайт АТ «Укрпошта».
URL: <https://www.ukrposhta.ua/ua/pro-ukrposhtu> (дата звернення: 11.03.2025)
2. Аналіз ринку логістики в Україні у 2024 році.
URL: <https://www.impulse-consulting.com.ua/analiz-rynku-logistyky-v-ukrayini-u-2024-roci/> (дата звернення: 11.03.2025)
3. Кайтановська О. Вплив цифровізації поштових послуг на структуру і зміст професійної компетентності операторів поштового зв'язку. *Вісник Черкаського національного університету імені Б. Хмельницького*. 2023. Вип.№4. 162–170. <https://doi.org/10.31651/2524-2660-2023-4-162-170>

4. Роганова, Г., Приймачок А. Аналіз фінансового стану підприємства на прикладі АТ «Укрпошта». *Наукові праці НУХТ*. 2022. Т. 28, Вип.№ 3. С. 20–31

Марія ЦОГЛА

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальності

073 Менеджмент

Науковий керівник: **Юрій ПІДЛИПНИЙ**

кандидат тех.наук,

доцент кафедри технології і організації ресторанного господарства

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК РИНКУ СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

Сонячна енергетика є однією з найбільш динамічних і перспективних галузей відновлюваної енергетики.

Ринок сонячної енергетики охоплює виробництво, встановлення та експлуатацію сонячних електростанцій, а також виробництво та продаж обладнання для генерування сонячної енергетики, такого як фотоелектричні панелі, інвертори, системи кріплення тощо [1]. Сонячна енергетика є особливо популярною в країнах з високим рівнем сонячного випромінювання, таких як Китай, США, Індія, Німеччина та Австралія. Китай є світовим лідером за обсягами встановлених сонячних потужностей, тоді як у Німеччині сонячна енергетика відіграє ключову роль у переході на «зелену» економіку [3].

Зростання світового ринку сонячної енергетики обумовлено низкою факторів, серед яких зниження вартості технологій сонячної енергетики, зростання попиту на електроенергію, необхідність зменшення викидів парникових газів та забезпечення енергетичної безпеки [2].

Ринок сонячної енергетики змінюється під впливом різноманітних факторів, які впливають на його розвиток, які ми дослідили та згрупували в:

1. Економічні фактори:

- вартість технологій: зниження цін на сонячні панелі, інвертори та інші компоненти стимулює розвиток ринку. Технологічний прогрес сприяє підвищенню ефективності обладнання;
- інвестиції: наявність державних і приватних інвестицій сприяє розширенню інфраструктури та впровадженню нових проєктів;
- ціни на електроенергію: зростання цін на електроенергію робить сонячну енергетику більш економічно вигідною альтернативою;

2. Політичні та регуляторні фактори:

- державна підтримка: програми субсидій, податкові пільги, «зелені» тарифи та інші стимули відіграють важливу роль у залученні інвесторів і популяризації сонячної енергетики;
- енергетична політика: законодавчі ініціативи, спрямовані на скорочення викидів парникових газів і підвищення частки відновлюваних джерел енергії в енергетичному балансі;
- війна в Україні призвела до значного зростання цін на енергоносії, що робить сонячну енергетику більш економічно вигідною альтернативою;
- перебої з постачанням енергоносіїв сприяють зростанню інтересу до сонячної енергетики, як до джерела децентралізованої та безпечної енергії;
- виконання зобов'язань за Паризькою угодою як основою глобальної кліматичної політики стимулює впроваджувати відновлювану енергетику.

3. Технологічні фактори:

- інновації у виробництві: нові матеріали та методи, такі як перовскітні або біфаціальні панелі, підвищують ефективність та довговічність систем;

- системи зберігання енергії: розвиток акумуляторних технологій вирішує проблему залежності від змінної генерації;

- розумні енергетичні мережі: інтеграція сонячних електростанцій у «розумні» мережі підвищує ефективність використання електроенергії.

4. Географічні та кліматичні фактори:

- інтенсивність сонячного випромінювання: регіони з високою кількістю сонячних днів мають більший потенціал для розвитку сонячної енергетики;

- доступність земель: для будівництва великих сонячних парків потрібні значні площі з низькою альтернативною вартістю використання.

5. Соціальні та культурні фактори:

- підвищення екологічної свідомості: зростання інтересу до зменшення екологічного впливу стимулює населення та бізнес інвестувати у «зелену» енергетику.

- освіта та обізнаність: інформаційні кампанії про переваги сонячної енергії сприяють поширенню технології серед домогосподарств і підприємств.

Ці фактори комплексно впливають на розвиток сонячної енергетики, прискорюючи її поширення в одних регіонах і створюючи виклики в інших.

Основні переваги сонячної енергетики:

- екологічність – сонячна енергія не створює викидів парникових газів або інших забруднювачів.

- відновлюваність – сонячна енергія є невичерпним джерелом, яке можна використовувати практично без обмежень.

- енергонезалежність – дозволяє зменшити залежність від імпортованих енергоносіїв.

- зниження витрат – завдяки розвитку технологій вартість сонячних панелей постійно знижується, а їхня ефективність зростає.

Загалом, ринок сонячної енергетики є одним з найбільш динамічно зростаючих у світі та має потенціал стати основою світової енергетики вже в

найближчі десятиліття. Її перспективи особливо актуальні в умовах необхідності боротьби зі зміною клімату та забезпечення стійкого розвитку.

Список використаних джерел

1. Renewables 2024. Global Status Report. – Global Overview: REN21. URL:
https://www.ren21.net/wpcontent/uploads/2019/05/GSR2024_GlobalOverview_Full_Report_with_endnotes_web.pdf.
2. Renewable Energy Statistics 2024. The International Renewable Energy Agency (IRENA). Abu Dhabi: IRENA, 2024. 408 p. URL:
<https://www.irena.org/Publications/2024/Mar/Renewable-capacity-statistics-2024>.
3. Sadorsky P. A. Global Perspective on the Renewable Energy ConsumptionEconomic Growth Nexus. Energy Economics. 2022. Vol. 107.

Андрій ЧУМА

здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти, спеціальності 073 «Менеджмент»

Науковий керівник: **Юрій ПІДЛИПНИЙ**

кандидат екон. наук, доцент кафедри технології

і організації ресторанного господарства УТЕІ ДТЕУ

РОЛЬ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ У ФОРМУВАННІ АТМОСФЕРИ РЕСТОРАНУ

Сьогодні ресторани навряд чи зможуть здивувати сучасну людину тільки кухнею і відмінним обслуговуванням. Всім зрозуміло, що такі громадські місця відвідуються не тільки заради поповнення шлунку, а більше для того, щоб зануритися в іншу атмосферу, відчувати комфорт, розслабитися і отримати естетичне задоволення від неповторності і своєрідної краси закладу.

Інтер'єр ресторану – це перш за все інструмент маркетингу, так як мало хто готовий їхати в інший кінець міста в ресторан тільки заради гарної кухні і обслуговування, але з більшою готовністю поїде заради атмосфери інтер'єру і того настрою, який задає заклад.

У створенні атмосфери, що приваблює клієнтів, та формуванні унікального стилю закладу відіграє спроектований інтер'єр, що впливає не тільки на естетичне сприйняття, але й на емоційний досвід гостей, підвищуючи рівень комфорту, що сприяє збільшенню кількості відвідувачів і, як результат, доходів закладу. Під час проектування дизайн інтер'єру ресторану необхідно продумати концепцію, яка відображатиме стилістику закладу та його особливості.

До популярних стилів сучасного ресторанного бізнесу належать: лофт – відкрите планування, високі стелі, оголені комунікації, використання металу та дерева; скандинавський стиль – світлі кольори, простота форм, натуральні матеріали, мінімалізм; ретро – яскраві кольори, меблі та декор, натхненні певною епохою; екостиль – натуральні матеріали, багато зелені, екоорієнтовані рішення [2].

Дизайн ресторанів такий же різноманітний, як і кількість різних національних страв. Незважаючи на те, що мода на стилі оформлення ресторанів періодично змінюється, одне залишається незмінним: інтер'єр повинен викликати бажання знову сюди повернутися.

Відповідно до обраної концепції, дизайнери використовують певні кольори, матеріали, меблі та освітлення, щоб створити бажану атмосферу [1, с.193].

Матеріали, з яких виготовлені меблі, підлога, стіни та інші елементи інтер'єру, повинні бути не тільки стильними, але й довговічними. Матеріали зазнають постійного впливу, тому важливо вибрати такі, що легко піддаються прибиранню, стійкі до пошкоджень і зберігають свій вигляд протягом тривалого часу.

Освітлення відіграє одну з головних ролей у створенні атмосфери. За допомогою світла можна зонувати приміщення, виділити особливості інтер'єру, створити романтичну, або святкову атмосферу.

Меблі повинні бути не лише стильними, але й зручними та практичними. Стільці, столи та дивани мають відповідати концепції закладу та забезпечувати максимальний комфорт для гостей. Не менш важливим є врахувати питання акустики.

Слід зазначити, що дедалі частіше впроваджуються інклюзивні рішення, що роблять заклад доступним для людей з різними потребами. Це стосується не тільки наявності пандусів чи спеціальних туалетів, але й правильного розташування меблів, що дозволяє вільно пересуватися всім гостям [2; 3].

У сучасному дизайні ресторану спостерігаються кілька важливих тенденцій:

- екологічність – використання натуральних матеріалів, повторне використання предметів інтер'єру, мінімізація пластикових елементів;
- мультифункціональність – створення простору, що може бути використаний для різних подій – від кавових зустрічей до виставок;
- інтерактивність – впровадження інтерактивних елементів, таких як інтерактивні меню або інтеграція цифрових технологій у декор [3].

Індивідуальний дизайн ресторану є унікальним підходом, який може принести безліч переваг і привілеїв:

1. створення унікальної атмосфери та вигляду закладу;
2. формування унікальної концепції та стилю закладу;
3. створення привабливої та комфортної атмосфери;
4. підвищення ефективності роботи закладу;
5. формуванню унікального іміджу та збільшення привабливості закладу для відвідувачів.

Підсумовуючи слід зазначити, що «дизайн ресторану» – це його візитівка, що допомагає створити унікальний імідж закладу, який відображає

його стиль, концепцію та цінності. Гарний і продуманий дизайн дає можливість привернути увагу і викликати інтерес, а незвичайні рішення і добре продумані деталі роблять його таким, що запам'ятовується і відрізняється від інших.

Список використаних джерел

11. Головня О.М. Сучасні тенденції дизайну інтер'єру закладів ресторанного бізнесу // Бізнесінформ. – 2024. – №1. – С. 194-200.
12. Особливості розробки дизайну інтер'єру кафе: від концепції до реалізації. URL: <https://design-gl.com/osoblyvosti-rozrobky-dyzajnu-inter-yeru-dlya-kafe-vid-kontseptsii-do-realizatsiyi/> (дата звернення 07.03.2025)
13. Як створити атмосферу успіху за допомогою дизайну ресторану. URL: <https://magdek.com.ua/ua/kak-sozdat-atmosferu-uspeha-s-pomoschyu-dizaina-restorana> (дата звернення 07.03.2025)

Михайло ШАНТА

здобувач другого (магістерського)

рівня вищої освіти, спеціальності 073 Менеджмент

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

Науковий керівник: **Наталія ВАСИЛИХА**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, підприємництва та

торгівлі

Ужгородський торговельно-економічний інституту ДТЕУ

СУЧАСНІ ПАРАДИГМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Мотивація персоналу – це напрямок в процесі управління співробітниками, який відповідає за створення і глибоке укорінення в корпоративній культурі певного стимулу для кожного із колег.

У глобальному плані розумна система мотивації дозволяє підвищити ефективність не тільки окремо взятого співробітника, але і команд, відділів і департаментів (відповідно до розмірів компанії). Це також зменшує «плинність» кадрів, допомагає вибудовувати здорові і взаємоповажні відносини в колективі. Ну і не будемо забувати, що це веде до зростання економічних показників підприємства та його конкурентоспроможності на ринку [1].

Сучасні парадигми мотивації персоналу на підприємстві базуються на поєднанні класичних теорій мотивації та новітніх підходів, які враховують сучасні економічні, соціальні та технологічні реалії.

За домінуючою в діяльності та поведінці людини мотивацією розрізняють три основних види спрямованості:

- Спрямованість на взаємодію спостерігається у тих випадках, коли вчинки людини визначаються потребою у спілкуванні, прагненням підтримувати добрі стосунки з колегами.
- Спрямованість на завдання або ділова спрямованість, відображає перевагу мотивів, які продовжуються діяльністю: інтерес до процесу праці, безкорисливе прагнення до опанування навичок та умінь.
- Спрямованість на себе, або особиста спрямованість, характеризується перевагою мотивів досягнення особистого добробуту, прагнення підтвердити особисту першість та престиж [2].

Виділяють 4 базові теорії засновані на потребах людини:

1. Теорія Маслоу – визначає п'ять рівнів потреб людини (фізіологічні, безпеки, соціальні, поваги, самореалізації) і підкреслює необхідність їх поступового задоволення.

2. Теорія ERG К. Альдерфера – спрощує модель Маслоу, виділяючи три рівні потреб: existence (Існування) – фізіологічні та потреби безпеки; relatedness (Зв'язок) – соціальні потреби та визнання; growth (Зростання) – потреби самореалізації.

3. Теорія Ф. Герцберга – розрізняє мотиваційні фактори (визнання,

кар'єрне зростання, відповідальність) та гігієнічні фактори (зарплата, умови праці, корпоративна політика).

4. Теорія X і Y Д. МакГрегора – описує два підходи до управління персоналом: авторитарний (X) та демократичний (Y).

Важливим аспектом сучасної парадигми мотивації є:

- Парадигма самореалізації – зосереджується на наданні працівникам можливостей для творчої та професійної самореалізації.
- Парадигма залучення та гнучкості – передбачає адаптацію до індивідуальних потреб працівників (гнучкий графік, дистанційна робота, work-life balance).
- Парадигма нематеріальної мотивації – включає похвалу, визнання, корпоративну культуру, можливості навчання та кар'єрного зростання.
- Гейміфікація мотивації – використання ігрових механік для підвищення зацікавленості та продуктивності (бонуси, рейтинги, змагання).

Дослідники активно працюють з теорією, яка виникла в 1980-х роках в Америці, в основі якої така думка: є 6 причин, чому людина ходить на роботу: мета, потенціал, гра, матеріальний тиск, емоційний тиск і почуття інерції. Перші три причини – двигун прогресу людини, як працівника, які якраз і культивуються корпоративною культурою [1].

Таким чином, сучасний підхід до мотивації персоналу повинен враховувати не тільки фінансові стимули, а й особистісні цінності, індивідуальні особливості та можливості для саморозвитку.

Список використаних джерел

1. Мотивація персоналу як інструмент управління якості праці.
URL: <https://blog.agrokebety.com/motyvatsiya-personalu-yak-instrument-upravlinnya-yakisty-pratsi> (дата звернення: 5.03.2025).
2. Кісіль З.Р., Швець Д.В. Мотивація діяльності людини: Навчальний посібник у схемах, таблицях, коментарях / З.Р. Кісіль, Д.В. Швець. – Одеса: Видавництво ОДУВС, 2023. – 154 с.

СЕКЦІЯ 4

Інна БЕЖЕНАР,

Кандидатка економічних наук, старший дослідник, старша наукова співробітниця Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

03127, м. Київ, вул. Героїв Оборони, 10 ORCID: 0000-0002-4584-9062

Inna_Bezhenar@ukr.net

СТРАТЕГІЇ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО КРАФТОВОГО ВИНА

Україна характеризується наявністю і різноманітністю місцевих вин на ринку (висока доступність і широкий асортимент, прийнятна ціна). Ми провели онлайн опитування серед 112 респондентів. Результати про рівень обізнаності респондентів про місцеві вина(певні торгові марки вин) показали, що більше 50% опитаних знають про такі популярні торгові марки, як Шабо, Інкерман, Коблево, Чизай та Villa Krim. Одна людина відповіла, що не вживає вино, і ще одна зазначила, що жодну з перелічених торгових марок не знає. Питання про знання виноробень в опитування не включалися (виноробня може виробляти вина під різними ТМ).

На питання «Чи купували вина вітчизняних крафтових виробників?» відповіді респондентів розподілилися таким чином: 31,2% відповіли «так», тоді як 68,8% – «ні», що може свідчити про низьку обізнаність з крафтовим виноробством. Лише третину з опитаних можна віднести до шанувальників українських крафтових брендів, це люди лояльні до локальних брендів і часто шукають продукти (здебільшого натуральні чи органічні), що виготовлені в їхній країні. Обирають виноробів і продукти, з якими вони можуть ототожнюватися, і готові підтримати вітчизняне виробництво. Стратегії для залучення – акцентувати увагу на українському походженні, використовувати на упаковці символи патріотичної тематики (національні символи – український герб або кольори національного прапора чи стиль у традиціях української культури), приділяти увагу візуальному оформленню

продукції із зазначенням географічної прив'язки до певних регіонів, надавати більше інформації про те, як саме продукт виготовляється, і його відмінності від імпортних аналогів та через підкреслення переваг локальних вин (як крафтове вино приносить користь локальній економіці, підвищення розвитку української виноробної галузі). Локальні презентації в спеціалізованих магазинах, участь у виставках та фестивалях української продукції допоможуть просувати крафтові продукти.

Звісно, для популяризації крафтового виноробства потрібна підтримка держави локальних брендів, адже саме на рівні держави треба підвищувати статус українського вина, позиціонувати його як продукт національної гордості з чудовою якістю та екологічністю. В першу чергу цього можна досягти організовуючи конкурси і різноманітні ініціативи на підтримку локальних виробників (наприклад, участь в фестивалях і виставках української продукції для показу продуктів в оригінальному контексті, ініціативах «Підтримай український крафт» тощо); постійна публікація патріотичних постів про українське виробництво, про його родзинки та історії місцевих виноробів, розповідаючи про їхню працю, акцентуючи увагу на унікальності локального виробництва, де вказується заходи держави, щодо підтримки національного виробника; спеціальні розсилки про акції на українські крафтові вина, заплановані для підтримки внутрішніх виробників; підтримка співробітництва з іншими українськими брендами.

Отримані дані також дозволяють провести аналіз факторів, які можуть вплинути на покупку вітчизняних вин та виявити можливі маркетингові стратегії для підвищення їх популярності серед споживачів. Розбір факторів, що може заохотити спробувати вітчизняне вино корелює в загальному із факторами, що спонукають взагалі купувати вино, проте з певними відмінностями. Найбільше значення мають особисті рекомендації – рекомендації друзів та знайомих (73,2%), що свідчить про високу довіру споживачів до думки близького оточення. На нашу думку, варто інвестувати

в програми лояльності, залучати клієнтів до участі в реферальних програмах, стимулювати позитивні відгуки в соціальних мережах.

Важливість позитивної онлайн-присутності та відгуків у ЗМІ – позитивні відгуки в інтернеті/ЗМІ (36%). Стратегія передбачає активно працювати над SEO та управлінням репутацією онлайн. Винні бренди можуть частіше використовувати сторітелінг як стратегію для підвищення привабливості своїх продуктів. Розповідь про історію бренду або виробництва часто викликає позитивні емоції у споживачів, що робить бренд більш привабливим та запам'ятовується. Історії можуть бути більш переконливими та ефективними, ніж прості факти, оскільки вони створюють емоційний зв'язок з клієнтами. Співпраця з блогерами, інфлюенсерами та фахівцями з виноробства також важлива для створення позитивного іміджу.

Реклама відіграє меншу роль порівняно з іншими факторами, але все ще важлива – реклама, в т.ч. в соцмережах (14,3%). Підтримка бренду через таргетовану рекламу, використання контент-маркетингу та креативних кампаній у соціальних мережах в майбутньому може значно вплинути на кількість покупок.

Дизайн упаковки має значення для деяких споживачів – цікавий дизайн етикетки, як мотивуючий фактор купівлі обрали 19,6% респондентів. Важливим є розробка візуально привабливого дизайну етикеток, які відображають унікальність бренду та його історію; використання дизайну як частини маркетингової кампанії.

Високий інтерес до дегустацій вказує на бажання споживачів дізнатися більше про продукцію – участь у дегустаційних заходах (67,9%). Стратегія: організація дегустацій, винних фестивалів, участь у виставках за кордоном вітчизняних тм, звісно тут потрібно враховувати цінність участі та просування результатів винних виставок, враховуючи ресурси та витрати. Співпраця з ресторанами та кафе для проведення спеціальних винних вечорів. Цей досвід може позитивно вплинути на намір взяти участь і у віртуальній дегустації вина, адже не потрібно подорожувати і витратити

фінансові ресурси. Віртуальний винний досвід, який став поширеним після пандемії Ковід-19 може бути більш безпечним способом проявити інтерес до вина, оскільки дозволяє уникнути фізичного контакту з потенційно хворими особами. Під час пандемії, коли багато внутрішніх торгових каналів, зокрема ресторани, були закриті, просування через віртуальні тури, а відповідно як наслідок онлайн-продажі стали дуже динамічними. Аналіз досвіду українських виноробень показує, що навіть у складних умовах пандемії, бренди, такі як «Шато Чизай», успішно застосовували онлайн-формати дегустацій, зміцнюючи зв'язок з клієнтами та розширюючи аудиторію. Приклади таких інновацій підтверджують важливість інтеграції цифрових форматів у стратегію розвитку винного туризму для покращення лояльності до бренду та популяризації українських вин як серед вітчизняних, так і міжнародних споживачів.

Інші фактори (0,9% кожна відповідь) включають індивідуальні переваги, такі як бренд, ціна, опис смаку та додаткова інформація на етикетці. Стратегія: забезпечення доступності детальної інформації про продукт, використання QR-кодів на етикетках для надання додаткових даних, проведення додаткових маркетингових досліджень для виявлення унікальних потреб споживачів.

Деякі споживачі залишаються неперекоханими (2 респонденти). Стратегія: зосередитися на аналізі негативних відповідей, щоб розуміти, які перешкоди існують, та розробляти стратегії для їх подолання.

Висновок. Дослідження показало, що українські споживачі знають популярні бренди вин (Шабо, Інкерман, Коблево тощо), але обізнаність про крафтове виноробство залишається низькою. Лише третина опитаних є лояльними до локальних брендів. Для популяризації українського вина необхідно акцентувати національну ідентичність, розвивати емоційний зв'язок через сторітелінг, впроваджувати креативний дизайн упаковки, організовувати дегустації та використовувати цифрові формати просування. Важливими є рекомендації друзів, позитивна онлайн-присутність та

підтримка держави. Інтеграція цих стратегій допоможе підвищити популярність українського крафтового вина серед споживачів.

Марина БОРИСЕНКО

здобувачка першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальності 181 Харчові технології

Науковий керівник: **Ганна САБАДОШ**

к.т. н., доцент , завідувач кафедри технології і організації ресторанного
господарства

ФІЗІОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ ОСНОВНИХ ВИДІВ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ІНГРЕДІЄНТІВ

Продукти здорового харчування не є ліками і не можуть виліковувати, але допомагають попередити хвороби і старіння організму у сформованій екологічній обстановці. Усі продукти оздоровчого призначення містять інгредієнти, що додають їм функціональні властивості. За теорією Д.Поттера, на сьогоднішньому етапі розвитку ринку ефективно використовуються наступні основні види функціональних інгредієнтів: харчові волокна; антиоксиданти: β -каротин, вітамін С (аскорбінова кислота) і вітамін Е (а-токоферол); пробіотики (препарати живих мікроорганізмів); пребіотики (олігосахариди як субстрат для корисних бактерій).

Функціональні властивості харчових волокон пов'язані, в основному, з роботою шлунково-кишкового тракту. Розчинні і нерозчинні волокна збільшують відчуття насиченості, впливають на процеси травлення , що зменшує ризик виникнення захворювань, пов'язаних з цими процесами, наприклад, раку кишечника. Встановлено, що розчинні волокна, особливо пектин, позитивно впливають на обмін холестерину в організмі, при профілактиці такого захворювання, як цукровий діабет. Одним з можливих пояснень ефекту зниження рівня холестерину є те, що розчинні волокна сприяють екстрагуванню жовчних кислот і збільшують їхнє виділення з організму , а також сприяє зменшенню ризику утворення карієсу.

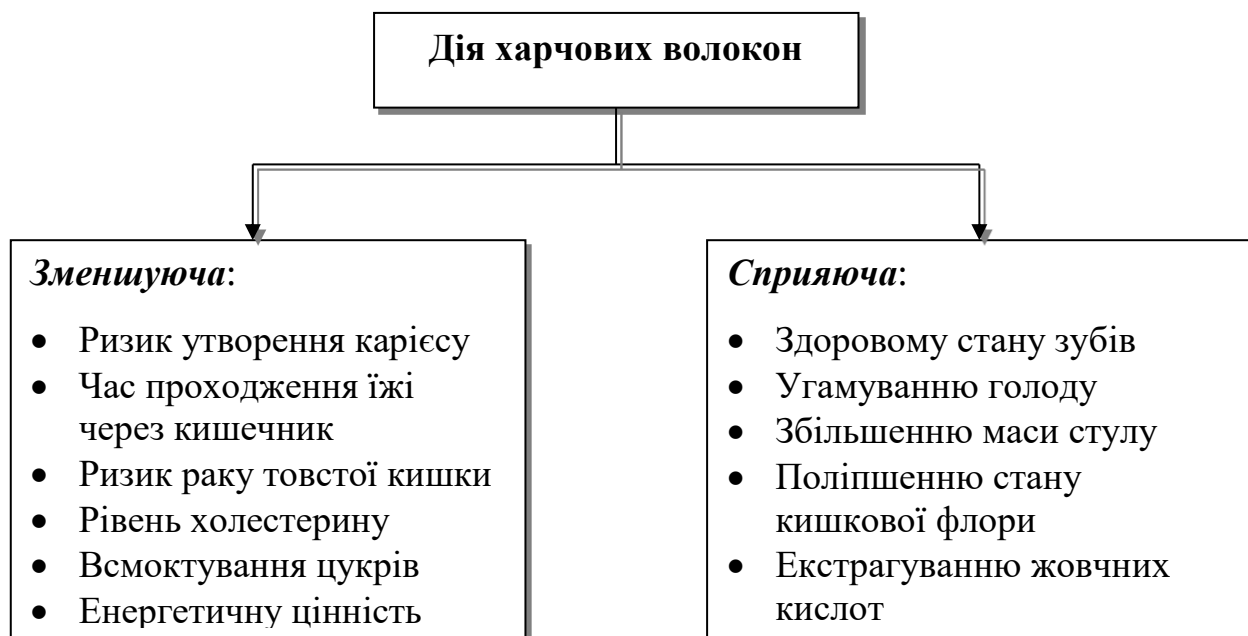


Рисунок 1 - Специфічні області фізіологічного впливу волокон

Вітаміни й антиоксиданти, до яких належать каротин і вітаміни С, Е, А, С, Е, В, як функціональні інгредієнти, відіграють важливу роль у позитивному харчуванні. Вони беруть участь у метаболізмі, зміцнюють імунну систему організму, допомагають попередити такі захворювання, як цинга і бері-бері, сповільнюють процеси окислювання ненасичених жирних кислот, що входять до складу ліпідів, шляхом взаємодії з киснем, а також руйнують вже утворені пероксиди.

Таким чином, антиоксиданти захищають організм людини від вільних радикалів, виявляючи антиканцерогенну дію, а також блокують активні перекисні радикали, сповільнюючи процес старіння.

Інгредієнти, що додають продуктам функціональних властивостей, повинні відповідати наступним вимогам: бути корисними для харчування і здоров'я (корисні якості повинні бути науково обґрунтовані, а щоденні дози схвалені фахівцями); бути безпечними з погляду збалансованого

харчування;мати точні фізико-хімічні показники і точні методики їхнього визначення;не знижувати поживну цінність харчових продуктів;вживатися перорально (як звичайна їжа);мати вигляд звичайної їжі (не випускатися в таких лікарських формах, як таблетки, капсули, порошки);бути натуральними.На сьогодні випускаються чотири групи продуктів функціонального харчування: зернові сніданки, молочні продукти, жирові емульсійні продукти і рослинні олії, безалкогольні напої.

Таблиця 1

Харчові продукти — природні джерела функціональних інгредієнтів

Продукт	Інгредієнти
Природні злаки	Харчові волокна; вітаміни А, Е, В; кальцій; фітоелементи
Натуральні соки і напої	Вітаміни С і В; -каротин; розчинні харчові волокна; фітоелементи
Рослинні жири	Лінолева кислота; ліноленова кислота; омега-3-жирні кислоти; вітаміни
Молочні продукти	Кальцій; рибофлавін (вітамін В); молочнокислі штами ацидофілів і біфідум лактобактерій; пептиди; лінолева кислота

Продукти на основі злаків корисні для здоров'я завдяки вмісту в них харчових волокон, які, зменшуючи рівень холестерину, сприяють зниженню ризику серцево-судинних захворювань, а також стабілізують травні функції організму.

Напої є найбільш технологічними для створення нових видів продуктів функціонального харчування, оскільки введення в них нових функціональних інгредієнтів не представляє великої складності.

Список використаних джерел

1. Корзун В.Н. Функціональні продукти і їх роль у харчуванні людини /В.Н. Корзун, Ю.С. Тихоненко // Наукові праці ОНАХТ. 2010. Вип. 38. Т2. С. 173-180.

2. Пересічний М.І., Корзун В.Н., Кравченко М.Ф., Григоренко О.М.

Харчування людини і сучасне довкілля: теорія і практика : монографія.– К. : КНТЕУ, 2003. –526 с.

Максим ВОРОБЕЦЬ

здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 181 «Харчові
технології»

Науковий керівник: **Леся КАГАНЕЦЬ-
ГАВРИЛКО**

доктор філософії, викладач кафедри менеджменту,
підприємництва та торгівлі УТЕІ ДТЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ТОПІНАМБУРА (HELIANTHUS TUBEROSUS) У ХАРЧУВАННІ

Сучасні тенденції розвитку споживчого ринку з його орієнтуванням на органічне харчування спричиняє приверненню уваги до витоків, у тому числі продукції з дикорослих рослин, що особливо актуально в межах екологічно чистої Закарпатської області, адже Закарпаття – то «колиска трав нашого довголіття».

У країнах Європи, таких як Велика Британія, Бельгія, Франція, Естонія, уже давно займаються культивуванням дикоростучих рослин для урізноманітнення раціону екологічно чистими продуктами та пропагування національного харчування населення [2].

Науковці Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ вже кілька років працюють над питаннями використання дикорослих рослин у харчуванні людини та можливості профілактики захворювань при їх використанні. Протягом цього періоду вивчено такі рослини, як кульбаба, подорожник, іван-чай, кропива дводомна, айр, щавель, глід, аронія та багато інших. Слід зазначити, що дослідницька робота проводиться у співпраці з Західним університетом ім. В. Голдеша (м. Арад, Румунія). Черговим етапом

вивчення можливостей використання дикорослих рослин у харчуванні було дослідження топінамбура (*Helianthus tuberosus*) [1].

Топінамбур (*Helianthus tuberosus*) - це рожева або блідо-жовта бульба. Назва «топінамбур» походить від назви індіанського племені тупіамба. За своїм складом топінамбур дуже близький до картоплі, а ось його поживна цінність набагато вища. Топінамбур містить велику кількість цінних для організму людини вітамінів і мінералів, тому широко використовується не тільки в кулінарії, але і в медицині і косметології. Людство часто забувало цю культуру, але згадувало в часи епідемій, природних катаклізмів і війн, в голодні і холодні часи виживаючи завдяки бульбам топінамбура. Враховуючи те, що екологічний стан України погіршений Чорнобильською катастрофою та війною з рашистами, ця сировина надзвичайно актуальна сьогодні.

Топінамбур може вживатися як в сирому, так і в запеченому або смаженому вигляді. Унікальним є хімічний склад земляної груші, а саме: вітамінів: А–1,0мкг; бета-каротин–12,0мкг; Е–0,2мг; К–0,1мкг; С–4,0мг; В1–0,2 мг; В2–0,1мг; В3–1,3мг; В4–30,0мг; В5–0,4мг; В6–0,1мг; В9–13,0мкг; мінералів: кальцій–14,0мг; залізо–3,4 мг; магній–17,0мг; фосфор–78,0мг; калій–429,0мг; натрій–4,0мг; цинк–0,1мг; мідь–0,1мг; марганець–0,1мг; селен–0,7мк г [2].

У зв'язку зі зростаючим попитом на екологічно чисті продукти харчування, топінамбур може виявитися однією з небагатьох культур, що відповідають цим вимогам. Подані нижче рецептури було зібрано під час експедиційних поїздок по Закарпаттю та апробовано співробітниками кафедри Технології і організації ресторанного господарства Ужгородського торговельно-економічного інституту ДТЕУ.

Вершковий крем-суп із топінамбура

500г топінамбура, 200г картоплі, 200г води, 200г молока, 100г вершків, 60г цибулі, 50г вершкового масла, 50г зеленої цибулі, 30г олії, чебрець, лавровий лист, сіль за смаком.

Цибулю дрібно нарізати й пасирувати на олії. Топінамбур почистити, нарізати середніми шматочками, додати до цибулі й потушувати 20 хв. Картоплю почистити й нарізати кубиками. Додати до топінамбуру картоплю, молоко, воду, масло, спеції. Тушувати ще 20 хв на середньому вогні. Усе подрібнити блендером. Посолити й додати вершки. Подавати суп із подрібненою зеленою цибулею.

Котлети з топінамбура

500г топінамбура, 500г моркви, 2 яйця, 100г вершків, 50г манної крупи, 45г олії.

Топінамбур і моркву почистити й натерти на великій тертці. Підготовлені овочі залити вершками, посолити й готувати на повільному вогні під кришкою. У гарячі тушковані овочі додати яйця та манну крупу і швидко перемішати. З отриманої маси сформувати котлети й обсмажити їх на олії з обох боків до готовності.

Квас

5л води, 2,5кг топінамбура, 25г дріжджів.

Вимити бульби, нарізати кубиками, залити холодною перевареною водою й поставити в тепле місце. Для прискорення процесу бродіння додати трохи дріжджів. Через 2-4 доби напій буде готовий.

Отже, топінамбур (*Helianthus tuberosus*) є цінною та перспективною у харчовому відношенні рослиною, використання якої потребує подальшого вивчення. Такі дослідження сприятимуть введенню дикорослих рослин до культури споживання та подальшому їх продуктивному культивуванню, що сприятиме розширенню асортименту продукції автентичної кулінарії.

Список використаних джерел

1. Гаврилко П.П., Каганець-Гаврилко Л.П., Гуштан Т.В. Використання лободи білої (*Chenopodium album*) в харчуванні // Сучасні аспекти збереження здоров'я людини: збірник праць XVI Міжнародної

міждисциплінарної наук.-практ. конф. (21-22 квітня 2023 р.). – Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2023. – С. 83-89.

2. Липовий В.Г., Шевчук О.А., Гуцол В.Г., Князюк О.В. Особливості формування продуктивності різних сортів топіамбура // Сільське господарство та лісництво. – 2019. – №14. – С. 79-83.

Ярослав КОШТУРА

здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 073

«Менеджмент»

Науковий керівник: **Петро ГАВРИЛКО**

кандидат екон. наук, професор

директор Ужгородського торговельно-економічного інституту
ДТЕУ

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ

Гастрономічний туризм – це потужний інструмент для популяризації національної кухні, який дозволяє не лише познайомити туристів з місцевими стравами, а й занурити їх у культуру та традиції країни. Десятиліттями гастрономія не розглядалася як елемент, який міг би залучити туристів, сьогодні ж її визначають як піковий туристичний досвід. Він діє як фактор притягнення лояльних відвідувачів, тому гастрономію можна використовувати як основний елемент маркетингу в різних напрямках.

Гастрономічний туризм дає можливість інтегрувати місцеві харчові традиції з метою популяризації культури різних регіонів та національних меншин у міжнародний туристичний потенціал. Його також можна розглядати як джерело сталого туризму, який підтримує місцевих виробників і стимулює місцеву економіку [3].

Таким чином гастрономічні тури надають можливість скуштувати традиційні страви, приготовані за старовинними рецептами, в автентичній обстановці, що дозволяє туристам оцінити багатство та різноманітність національної кухні. Так в уяві людей формуються сталі харчові асоціації: Париж – круасани, ескарго, яловичина по-бургундськи; Іспанія – паелья, хамон, тапас; Грузія – хінкалі, хачапурі, вина Кахеті; Стамбул – дьонер, симіти, лахмаджун; Токіо – суші, рамен, такаякі.

Їжа – це невід’ємна частина культури будь-якого народу, а гастрономічний туризм дозволяє подорожувальникам дізнатися більше про традиції, звичаї та історію країни через її кухню.

Гастрономічні тури часто включають відвідування місцевих ринків, ферм та виноробень, що сприяє підтримці місцевих виробників та розвитку сільського господарства. Їх поділяють на:

- Подієві – орієнтовані на відвідування тематичних заходів (фестивалі, ярмарки, свята);
- Освітні – відвідування курсів, майстер-класів, спеціальних освітніх установ;
- Спеціалізовані – знайомство з технологією приготування якогось одного продукту/страви (винні, сирні, пивні).
- Екологічні – знайомство з виробництвом органічних продуктів («біопродуктів») і їх дегустація [1].

Загалом гастрономічний туризм, як поведінка не є феноменом 20-го століття, адже у багатьох випадках причиною поїздки є сама їжа, пошук нових продуктів, які мали велике економічне значення та цінність у Європі. Все це призвело до усвідомлення того, що їжа є одним з найефективнішим способів спілкування та розуміння іншої культури [2]. Вона дає можливість руйнувати бар’єри, які існують між різними та водночас близькими культурами, різними етнічними групами та географічними регіонами.

Отже, розвиток гастрономічного туризму має надзвичайно важливе значення, адже дає можливість долати культурні бар'єри та інтернаціоналізувати їжу.

Список використаних джерел

1. Гастротуризм: види, особливості, популярні країни. URL: <https://hotline.finance.ua/articles/gastroturizm-vidi-osoblivosti-populyarni-krajini> (дата звернення 07.03.2025)
2. Годя І.М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи // Географія та туризм. – 2018. – Вип. 45. – С. 78-89.
3. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму / В. В. Корнілова, Н. В. Корнілова // Ефективна економіка. – 2018. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf.

Ганна МАРКОВИЧ

Здобувачка першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 181
Харчові технології

Ольга ГОЛОВКО

К. т. н., доцент, доцент кафедри технології
і організації ресторанного господарства

АНАЛІЗ СУТНОСТІ СЕНСОРНОГО АНАЛІЗУ ХАРЧОВИХ

ПРОДУКТІВ, СТРАВ ТА КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ

Діяльність закладів ресторанного господарства не дивлячись на складні соціально-економічні умови характеризується високим динамізмом. На динамічний характер впливають різноманітні фактори, але на першому місці це постійний розвиток та удосконалення технологій харчових продуктів. Харчові продукти (перероблені, частково перероблені або не перероблені) призначені для споживання людиною. Основу при цьому

складають органолептичні властивості за допомогою яких здійснюється загальне оцінювання якості харчових продуктів.

Якість продукції – це сукупність характеристик продукції (процесу, послуги), які стосуються її здатності задовольняти встановлені і передбачені потреби [1]. Якість харчових продуктів визначають органолептичним і лабораторним методами.

Мета даного дослідження полягає в аналізі сутності сенсорного аналізу харчових продуктів, страв та кулінарних виробів. Методи дослідження – аналіз, порівняння, узагальнення, наукової літератури, дослідження.

На підприємствах ресторанного господарства має місце цілісна система контролю якості продукції в якій беруть участь державні установи, громадські організації та самі працівники, які зайняті безпосередньо виробництвом продукції харчування, страв з та кулінарних виробів.. Харчові продукти дають людині енергію, яка забезпечує нормальне функціонування організму. Складність технологічних процесів приготування харчових продуктів, страв та кулінарних виробів з приємним ароматом, смаком є причиною того, що їх дослідженнями займаються науковці, теоретики і практики в світі та в Україні.

На сучасному етапі діяльності ресторанних підприємств особлива роль відводиться сенсорному аналізу. Згідно ДСТУ ISO 5492 2008 «Sensory analysis - Vocabulary» сенсорний аналіз – це наука, що займається оцінкою органолептичних властивостей продукту за допомогою органів чуття (зору, смаку, запаху, дотику та шуму).

Сенсорний аналіз можна використовувати для різних цілей. Деякі завдання сенсорного аналізу мають на меті описати характеристики продукту та/або виміряти будь-які відмінності між продуктами. Інші завдання сенсорного аналізу мають на меті описати симпатію чи прийнятність продукту [3, с.6].

Відомо, що споживач перш за все обирає продукт за зовнішнім виглядом. Але показувати продукт перед початком сенсорного аналізу буде хибною

дією та обманливим процесом вважають науковці, так як продукт може приховувати правду про сенсорні властивості.

На сприйняття їжі впливають різні фактори, але одним із найвпливовіших є аромат. Аромати та запахи нашої їжі відіграють велику роль у нашому загальному сприйнятті їжі, а також у прийнятті рішень про те, що ми хочемо їсти. Аромати мають багатовимірний вплив на наше сприйняття їжі. Вони впливають не тільки на те, як ми сприймаємо смак їжі, але й на те, як ми її вибираємо, їмо та насолоджуємося нею. Крім того, ароматизатори можуть допомогти “обдурити” наші органи чуття, створюючи ілюзію присутності певних інгредієнтів чи смаків, яких насправді немає. Це може бути використане для створення продуктів зі “здоровими” властивостями, які сприймаються як смачні завдяки додаванню ароматизаторів [4].

Пробудження апетиту: аромат їжі може пробудити апетит, навіть якщо ми не усвідомлювали свого голоду до цього. Це пов’язано з тим, що аромат їжі стимулює рецептори носа, які передають інформацію в мозок. Цей процес може викликати виділення слини та шлункового соку, готуючи організм до їди.

Їжа дає людині енергію, яка забезпечує нормальне функціонування всіх структур організму людини. Смак, аромат їжі мають суттєве фізіологічне значення, яке проявляється через дію на аналізаторну систему людини.

Характерною особливістю сьогодення є використання як традиційних так і нетрадиційних видів сировини, в тому числі прянощів, які ведуть до зміни смаку і аромату, текстури тобто до зміни органолептичних показників, показників якості харчових продуктів, страв та кулінарних виробів.. Поряд з цим широко застосовуються ароматизатори, підсилювачі смаку і аромату, антиоксиданти, консерванти тощо.

Значення сенсорного контролю – це можливість встановити відповідність продукції встановленим вимогам або виявити допущені відхилення та вжити відповідних заходів по їх усуненню.

Консистенція та текстура є третьою складовою, яка сприймається ротовою порожниною. Для більш детального сенсорного аналізу харчового продукту використовують методи створення флейвору. Флейвор – це поєднання усіх відчуттів, які сприймаються під час дегустації.[5].

Отже, сенсорний аналіз є, буде найбільш ефективним у виявленні відмінностей, визначення органолептичних показників якості та складає основу в процесах приготування харчових продуктів, страв та кулінарних виробів. Значення контролю – це можливість встановити відповідність продукції встановленим вимогам або виявити допущені відхилення та вжити відповідних заходів по їх усуненню.

Список використаних джерел

1. ДСТУ 2925-94 Оцінювання якості. Терміни та визначення.
2. ДСТУ ISO 5492 2008 «Sensory analysis - Vocabulary»
3. Основи сенсорного аналізу харчових продуктів : навч. посіб. / О. Б. Ткаченко, Н. В. Каменєва, О.О. Тіглова та ін. – Одеса : Видавничий дім «Гельветика», Стереотип. 2024. – 304.с
4. <https://factoria.kiev.ua/blog/psihologiya-smaku/>
5. ДСТУ ISO 6564:2005 «Методологія. Методи створення спектра Флейвору».

Анна Маркович

здобувачка першого (бакалаврського) рівня
вищої спеціальності 181 Харчові технології

Валерія Граб

здобувачка фахової передвищої освіти
спеціальності 181 Харчові технології

Науковий керівник:

Леся КАГАНЕЦЬ-ГАВРИЛКО

к. екон. наук,

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СМАКІВ З ЛОКАЛЬНИМИ ІНГРЕДІЄНТАМИ: ВПЛИВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Дана теза розглядає феномен глобалізації у харчовій сфері через призму використання локальних інгредієнтів у традиційних міжнародних рецептах. У дослідженні аналізуються вплив глобальних кулінарних трендів на регіональну кухню, збереження автентичності місцевих продуктів та можливості розвитку місцевої економіки. Основна мета роботи полягає у визначенні переваг інтеграції локальних інгредієнтів у глобальні рецепти, що сприяє не лише збагаченню смакових палітр, але й підтримці сталого розвитку сільського господарства та гастротуризму.

*(Ідеї, викладені у Albala (2017) [1], послужили базою для аналізу історичного розвитку кулінарних традицій.)

У сучасному світі харчова індустрія зазнає впливу процесів глобалізації, що призводить до поширення міжнародних кулінарних традицій. Водночас спостерігається тенденція до використання місцевих продуктів, що сприяє розвитку регіонального фермерства та збереженню автентичності смаків.

*(Концепції з роботи Fischler (1988) [2] про зв'язок їжі з культурною ідентичністю відображені в аналізі збереження традиційних методів приготування.)

Глобалізація сприяє поширенню гастрономічних трендів та зміні споживчих звичок, зокрема:

- Інтеграція екзотичних страв у традиційні кухні.
- Використання місцевих продуктів у міжнародних рецептах.
- Зростання попиту на екологічно чисті продукти.

(Підхід Montanari (2006) [3] до розуміння їжі як культурного явища пояснює зазначені зміни.)

Таблиця 1. Основні аспекти впливу глобалізації на харчову сферу

Аспект впливу	Опис
Доступність продуктів	Розширення асортименту інгредієнтів завдяки міжнародній торгівлі
Кулінарне злиття	Поєднання традиційних рецептів з новими смаками
Зміна споживчих уподобань	Популяризація здорового харчування та органічних продуктів

Використання місцевих продуктів у міжнародних стравах допомагає не лише зберегти автентичність, а й підтримати економіку регіонів. Це сприяє розвитку гастротуризму, стимулює інновації у харчовій промисловості та дозволяє знизити екологічний слід за рахунок меншої відстані транспортування.

Таблиця 2. Приклади поєднання локальних інгредієнтів та глобальних рецептів

Страва	Глобальний рецепт	Локальний інгредієнт	Опис внеску локального продукту
Піца	Італійська піца	Карпатський сир	Додає регіональний смак, підкреслюючи автентичність продукту
Суші	Японські роли	Українська форель	Використання місцевої риби збагачує традиційний рецепт
Тако	Мексиканські тако	Домашня бринза	Локальний сир додає унікальної текстури та аромату
Бургер	Американський бургер	Локальна яловичина	Забезпечує свіжість та підтримує місцеве виробництво м'яса
Паста	Італійська паста	Сільоземна оливкова олія	Використання місцевої олії надає страві особливий смак та аромат
Каррі	Індійське каррі	Український буряк	Додає яскравий колір і неповторний смак завдяки натуральним локальним продуктам

Розвиток гастрономічної глобалізації з використанням локальних інгредієнтів має низку перспектив:

- Підтримка локальних виробників та збереження традицій.
- Скорочення екологічного сліду за рахунок зменшення транспортування.
- Розвиток гастротуризму та популяризація регіональної кухні.
- Створення синергії між традиційними технологіями виробництва та інноваціями у харчовій індустрії.
- Можливість розширення ринків збуту для місцевих виробників через участь у глобальних гастрономічних мережах.

Отже, можемо зробити такі висновки:

1. Симбіоз глобальних та локальних традицій. Глобалізація смаків не виключає автентичність місцевої кухні. Інтеграція локальних інгредієнтів у міжнародні рецепти сприяє збагаченню кулінарного досвіду та збереженню культурної ідентичності. Це дозволяє поєднати передові технології виробництва та традиційні методи приготування, що веде до виникнення унікальних страв, здатних задовольнити як місцевих, так і міжнародних споживачів.

2. Економічний та соціальний вплив.

Використання локальних інгредієнтів сприяє розвитку місцевої економіки за рахунок підтримки регіональних виробників та фермерів. Це створює нові робочі місця, стимулює збереження традиційних технологій виробництва і сприяє розвитку гастротуризму. Такий підхід укріплює зв'язки у місцевих громадах, підвищуючи їх престиж та конкурентоспроможність на міжнародній арені.

3. Екологічна стійкість.

Поєднання глобальних рецептів із локальними продуктами дозволяє зменшити екологічний слід за рахунок скорочення відстаней транспортування та зниження використання упаковок для зберігання продуктів. Цей підхід відповідає сучасним вимогам екологічної безпеки та сприяє формуванню більш стійких моделей споживання.

4. Інноваційний потенціал.

Взаємодія глобальних кулінарних традицій з локальними інгредієнтами стимулює інновації в харчовій індустрії. Розробка нових рецептів та технологій виробництва сприяє появі унікальних продуктів, які можуть стати популярними як на місцевому, так і на міжнародному рівні. *(Синтез ідей Montanari (2006) [3] підтверджує важливість культурного підходу до їжі.)*

Список використаних джерел

1. Albala, K. (2017). *Food: A Cultural Culinary History*. Oxford University Press.
2. Fischler, C. (1988). "Food, Self and Identity." *Social Science Information*, 27(2), 275–292.
3. Montanari, M. (2006). *Food is Culture*. Columbia University Press.

Софія ПИНТЯ здобувачка першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальності 181 Харчові технології
Науковий керівник: **Ганна САБАДОШ**
к.т. н., доцент, завідувач кафедри
технології і організації ресторанного
господарства

ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ ВИДІВ СИРОВИНИ В РЕЦЕПТУРИ ПІСОЧНОГО ПЕЧИВА

Актуальність обраної теми полягає в тому, що у підприємствах ресторанного господарства пріоритетними напрямками стають технології кондитерських виробів, що містять фізіологічно функціональні інгредієнти.

На кафедрі технології і організації ресторанного господарства, метою роботи наукового гуртка «Техно Імпульс» є розробка рецептури печива

«Ялинка» з розширення сировинної бази за рахунок використання нетрадиційних видів сировини.

Основною сировиною для виробництва усіх видів печива є пшеничне борошно, цукор та жир. Технологія виробництва виробів з пісочного тіста складається з взаємопов'язаних етапів: підготовка сировини, приготування емульсії, замішування тіста, формування виробів, тепла обробка, охолодження готових виробів та підготовка їх до реалізації.

Підвищення якості пісочного печива безпосередньо пов'язане з властивостями використовуваної сировини (харчових волокон), це зумовлює розглядання нових видів сировини, яка існує на вітчизняному та зарубіжних ринках. При вдосконаленні технології печива використовувався виноградний шрот (ТУ 15.4–34319727–003:2011). На стадії підготовки сировини визначали хімічний склад і

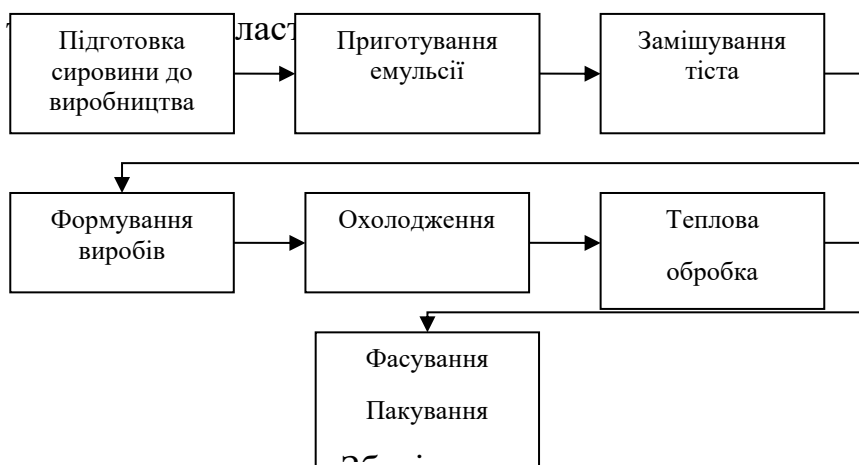


Рисунок 1. Горизонтальна декомпозиція технології виробництва виробів з пісочного тіста

Експериментально визначалися реологічні властивості пісочного тіста і структурно механічні властивості випечених напівфабрикатів, вплив на них виноградного шроту.

Практично було встановлено коригування хімічного складу печива, у бік зниження енергетичної та підвищення харчової цінності за рахунок використання нетрадиційної сировини. Для збагачення харчовими волокнами, вітамінами та мінеральними речовинами у рецептурі пісочного печива пропонується використання плодово-ягідних та овочевих порошків,

паст, пюре, різних видів борошна (ячмінного, житнього, тритикалевого), концентратів харчових волокон тощо.

Список використаних джерел

1. Корзун В.Н. Функціональні продукти і їх роль у харчуванні людини /В.Н. Корзун, Ю.С. Тихоненко // Наукові праці ОНАХТ. 2010. Вип. 38. Т2. С. 173-180.
2. Лисюк Г.М. До питання класифікації продуктів спеціального призначення Г.М. Лисюк, С.Г. Олійник, О.В. Самохвалова, З.І. Кучерук // Наукові праці ХДУХТ. – 2011. – Вип. 2 (14). – С. 12-18.

Софія ПИНТЯ

здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої спеціальності 181 Харчові технології
Науковий керівник:

Леся КАГАНЕЦЬ-ГАВРИЛКО

к. екон. наук, викладач кафедри
менеджменту, підприємництва та торгівлі

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СМАКІВ З ЛОКАЛЬНИМИ ІНГРЕДІЄНТАМИ: ВПЛИВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Дана теза розглядає феномен глобалізації у харчовій сфері через призму використання локальних інгредієнтів у традиційних міжнародних рецептах. У дослідженні аналізуються вплив глобальних кулінарних трендів на регіональну кухню, збереження автентичності місцевих продуктів та можливості розвитку місцевої економіки. Основна мета роботи полягає у визначенні переваг інтеграції локальних інгредієнтів у глобальні рецепти, що сприяє не лише збагаченню смакових палітр, але й підтримці сталого розвитку сільського господарства та гастротуризму.

У сучасному світі харчова індустрія зазнає впливу процесів глобалізації, що призводить до поширення міжнародних кулінарних традицій. Водночас спостерігається тенденція до використання

місцевих продуктів, що сприяє розвитку регіонального фермерства та збереженню автентичності смаків.

Глобалізація сприяє поширенню гастрономічних трендів та зміні споживчих звичок, зокрема:

- Інтеграція екзотичних страв у традиційні кухні.
- Використання місцевих продуктів у міжнародних рецептах.
- Зростання попиту на екологічно чисті продукти.

Таблиця 1

Основні аспекти впливу глобалізації на харчову сферу

Аспект впливу	Опис
Доступність продуктів	Розширення асортименту інгредієнтів завдяки міжнародній торгівлі
Кулінарне злиття	Поєднання традиційних рецептів з новими смаками
Зміна споживчих уподобань	Популяризація здорового харчування та органічних продуктів

Використання місцевих продуктів у міжнародних стравах допомагає не лише зберегти автентичність, а й підтримати економіку регіонів. Це сприяє розвитку гастротуризму, стимулює інновації у харчовій промисловості та дозволяє знизити екологічний слід за рахунок меншої відстані транспортування.

Таблиця 2

Приклади поєднання локальних інгредієнтів та глобальних рецептів

Страва	Глобальний рецепт	Локальний інгредієнт	Опис внеску локального продукту
Піца	Італійська піца	Карпатський сир	Додає регіональний смак, підкреслюючи автентичність продукту
Суші	Японські роли	Українська форель	Використання місцевої риби збагачує традиційний рецепт
Тако	Мексиканські тако	Домашня бринза	Локальний сир додає унікальної текстури та аромату
Бургер	Американський бургер	Локальна яловичина	Забезпечує свіжість та підтримує місцеве виробництво м'яса
Паста	Італійська паста	Сільоземна оливкова олія	Використання місцевої олії надає страві особливий смак та аромат
Каррі	Індійське каррі	Український буряк	Додає яскравий колір і неповторний смак завдяки натуральним локальним продуктам

Розвиток гастрономічної глобалізації з використанням локальних інгредієнтів має низку перспектив:

- Підтримка локальних виробників та збереження традицій.
- Скорочення екологічного сліду за рахунок зменшення транспортування.
- Розвиток гастротуризму та популяризація регіональної кухні.
- Створення синергії між традиційними технологіями виробництва та інноваціями у харчовій індустрії.
- Можливість розширення ринків збуту для місцевих виробників через участь у глобальних гастрономічних мережах.

Підсумовуючи результати дослідження, можна зробити наступні висновки:

1. Симбіоз глобальних та локальних традицій. Глобалізація смаків не виключає автентичність місцевої кухні. Навпаки, інтеграція локальних інгредієнтів у міжнародні рецепти сприяє збагаченню кулінарного досвіду та збереженню культурної ідентичності. Це дозволяє поєднати передові технології виробництва та традиційні методи приготування, що веде до виникнення унікальних страв, здатних задовольнити як місцевих, так і міжнародних споживачів.

2. Економічний та соціальний вплив. Використання локальних інгредієнтів сприяє розвитку місцевої економіки за рахунок підтримки регіональних виробників та фермерів. Це створює нові робочі місця, сприяє збереженню традиційних технологій виробництва і стимулює розвиток гастротуризму. Соціально, такий підхід сприяє зміцненню зв'язків у місцевих громадах, збільшуючи їх престиж та конкурентоспроможність на міжнародній арені.

3. Екологічна стійкість. Поєднання глобальних рецептів із локальними продуктами дозволяє зменшити екологічний слід за рахунок скорочення відстаней транспортування та зниження використання упаковок

для зберігання продуктів. Цей підхід відповідає сучасним вимогам екологічної безпеки та сприяє формуванню більш стійких моделей споживання.

4. Інноваційний потенціал. Взаємодія глобальних кулінарних традицій з локальними інгредієнтами стимулює інновації в харчовій індустрії. Розробка нових рецептів та технологій виробництва сприяє появі унікальних продуктів, які можуть стати популярними не тільки на місцевому, але й на міжнародному ринку. Такий процес створює сприятливі умови для подальшого наукового дослідження і розвитку гастрономії як галузі.

5. Перспективи подальших досліджень. Результати дослідження свідчать про необхідність подальшого аналізу впливу глобалізації на локальні харчові традиції. Особливу увагу варто приділити вивченню соціальних, економічних і екологічних аспектів інтеграції локальних інгредієнтів у глобальні рецепти. Розширення спектру досліджуваних продуктів і регіонів дозволить отримати більш комплексну картину сучасних гастрономічних трендів.

Отже, глобалізація смаків із залученням локальних інгредієнтів відкриває нові горизонти для кулінарної творчості, сприяє економічному зростанню регіонів і підтримує екологічну стійкість. Цей симбіоз традицій та інновацій стає важливим чинником у формуванні майбутнього харчової індустрії, забезпечуючи баланс між світовими трендами та місцевою автентичністю.

Список використаних джерел

1. Albala, K. (2017). Food: A Cultural Culinary History. Oxford University Press.
2. Fischler, C. (1988). "Food, Self and Identity." Social Science Information, 27(2), 275–292.
3. Montanari, M. (2006). Food is Culture. Columbia University Press.
4. Trubek, A. B. (2008). The Taste of Place: A Cultural Journey into Terroir. University of California Press.

5. Wilk, R. (2006). "From Wild to Modern: Globalization and Culinary Change." *Anthropology of Food*, 4(1), 1–14.
6. World Health Organization (2021). *Sustainable Healthy Diets: Guiding Principles*. WHO Press.
7. FAO (2020). *The State of Food and Agriculture 2020: Overcoming Water Challenges in Agriculture*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
8. Український інститут дослідження харчової культури. (2022). "Локальні продукти в глобальній гастрономії." *Журнал гастрономічних досліджень*, 15(2), 112–127.
9. Ковальчук, О. П. (2021). "Глобалізація гастрономічної культури: виклики та перспективи." *Економіка та суспільство*, 36, 98–105.
10. Савчук, І. М. (2020). "Розвиток локальних гастрономічних традицій в умовах глобалізації." *Наукові записки Інституту харчових технологій*, 24(1), 56–68.

Віктор ПОГАНЬ

здобувач першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти, спеціальності 181 «Харчові
технології»

Науковий керівник: **Петро ГАВРИЛКО**

кандидат екон. наук, професор,

директор Ужгородського торговельно-економічного інститут ДТЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ЧАСНИКУ ВЕДМЕЖОГО (ALLIUM URSINUM) У ХАРЧУВАННІ

Однією з глобальних проблем сучасного суспільства є продовольча проблема, що охоплює увесь світ, усе людство, створюючи загрозу для його

сьогодення і майбутнього та вимагає для свого рішення об'єднаних зусиль, спільних дій усіх держав і народів.

Саме тому особливий інтерес становить розроблення і впровадження у практику споживання продуктів харчування з нетрадиційної сировини. Адже дикорослі і культурні рослини містять багаті на поживні й біологічно активні речовини, у тому числі вітаміни та мінеральні елементи [2].

Часник ведмежий (більше відомий під назвою черемша), цибуля ведмежа (*Allium ursinum*) – багаторічна трав'яниста рослина родини цибулевих, відома також під народними назвами левурда, леверда, дікий часнік. За унікальні смакові якості черемша з античних часів використовувалась у кулінарії. Усі частини рослини містять ефірну олію з часниковим запахом, вміст якої сягає до 0,07 %. Також, у цибулі ведмежій міститься аскорбінова кислота (у листі 750мг%, у цибулинах – до 100мг%) і лізоцим. До складу ефірної олії входять алілсульфіди, алілполісульфіди, пінеколінова кислота й аліїн [1; 2].

Цю рослину можна їсти сирою або приготовленою, вона добре поєднується з багатьма продуктами. Рецептів безліч: салати, песто, соуси, настої, черемша варена, смажена, маринована та консервована. Її часто використовують як приправу до різних страв: пасти, різотто, омлетів, запіканок, пирогів і т.ін [1].

У рамках теми «Вивчення дикорослої сировини Закарпаття, можливостей її використання у рецептурах харчових продуктів, в тому числі продукції ресторанного господарства, їх якості та безпечності, впливу різних методів обробки на споживні властивості» кафедрою технології і організації ресторанного господарства було розроблено рецептури страв з дикорослої сировини .

Салат з черемшею, нутом та авокадо

250г авокадо, 100г консервованого нуту, 80г оливкової олії, 60г черемші, 45г зеленої цибулі, 30г зелень петрушки, 15г зелень кропу, 25г лимонного соку, сіль у разі потреби.

Відварити яйця та подрібнити кубиками, додати нарізаний авокадо та консервованій нут. Зелень (цибулю, петрушку, кріп) і черемшу добре промити, просушити та нарізати. Змішати все у салатнику. Заправити оливковою олією, додати лимонний сік. Можна заправити майонезом замість олії.

Сирний крем для бутербродів

150г твердого сиру, 2 яйця, 50г майонезу, 40г сметани, 30г черемші, чорний мелений перець, сіль за смаком.

Помити та подрібнити черемшу і розім'яти разом із сіллю, щоб пустила сік. Сир та варені яйця натерти. Змішати черемшу, сир і яйця, заправити їх сумішшю сметани й майонезу. У разі потреби додати сіль і чорний мелений перець. Усе подрібнити у блендері.

Зелений суп

800г м'ясного бульйону, 200г черемші, 200г картоплі, 70г моркви, 60г сметани, 60г цибулі, 50г масла, сіль та спеції за смаком.

У киплячий бульйон покласти нарізану кубиками картоплю і варити 10 хв. Цибулю і моркву пасерувати на маслі до золотистого кольору й додати їх у суп. Довести суп до кипіння і через 1–2 хв покласти дрібно нарізану черемшу. Проварити 10 хв і зняти з вогню. Посолити та поперчити. При подачі додати сметану.

Паста з креветок і черемші

500г креветок, 250г пасти, 150г вершків, 65г цибулі, 30г сметани, 25г черемші, 15г масла, 2г часнику, сіль, перець за смаком.

У глибокій пательні розтопити масло та смажити в ньому дрібно порізані цибулю і часник 3 хв. Додати варені очищені креветки, тушкувати 3 хв. Улити вершки, довести до кипіння, покласти сметану й кип'ятити 2 хв. Додати за смаком сіль і мелений чорний перець. Черемшу нарізати тонкими смужками і додати до соусу. Пасту відварити, як вказано на упаковці. Розкласти по тарілках й полити соусом. Прикрасити свіжою черемшею.

Отже, часник ведмежий (*Allium ursinum*) є цінною та перспективною в харчовому відношенні рослиною, використання якої потребує подальшого вивчення. Дослідження дикорослих рослин та сприяння їх поступовому введенню в культуру споживання сприятиме розширенню асортименту як харчової, так і автентичної продукції.

Список використаних джерел

1. Бардиш Т. Черемша не для всіх. Сільські вісті. – 2017. – 21 бер. (№22). – С. 4.
URL: <http://www.silskivisti.kiev.ua/19467/PostZdorovja.php?n=35020>
2. Цибуля ведмежа // Лікарські рослини: енциклопедичний довідник / за ред. А.М. Гродзінського. – Київ: Видавництво «Українська Енциклопедія» ім.. М.П. Бажана, Український виробничо-комерційний центр «Олімп», 1992. – С.450.

Богдан ЦУБИНА здобувач першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальності 181 Харчові технології
Науковий керівник: **Ганна САБАДОШ**
к.т. н, доцент, завідувач кафедри
технології і організації ресторанного
господарства

ВИКОРИСТАННЯМ АППРОДУКТІВ В ТЕХНОЛОГІЇ ДЕСЕРТІВ

Актуальність обраної теми полягає в тому, що нині якісне і здорове харчування є одним із найважливіших факторів збереження здоров'я і працездатності людини. Здоров'я людини визначається ступенем забезпеченості організму есенціальними нутрієнтами. Одним з доступних та ефективних методів ліквідації дефіциту макро- і мікронутрієнтів є розробка і налагодження виробництва спеціальних харчових продуктів додатково збагачених дефіцитними нутрієнтами до рівня, що відповідає фізіологічним

потребам людини. З метою збагачення потрібними нутрієнтами в останні роки в Україні значно збільшилося виробництво спеціальних, біологічно активних добавок (БАД) до їжі, до таких добавок зокрема належать і продукти бджільництва, такі як мед, квітковий пилок, маточне молочко.

На кафедрі технології і організації ресторанного господарства з метою удосконалення технології солодких страв проведено дослідження технологічних властивостей продуктів бджільництва, такі як мед, квітковий пилок (обніжжя), маточне молочко.

Бджільництво відзначається великою різноманітністю використовуваних і дуже цінних для організму людини продуктів. В харчуванні зокрема використовують такі з них, як мед, квітковий пилок маточне молочко.

Мед є цінним дієтичним харчовим продуктом до складу якого входить: вода -18-20 %, рослинний білок - 0,44-0,45%, фруктоза - 41-45%, глюкоза - 38-39, сахароза - 1,0-1,5, декстрини - 4,8, мінеральні речовини - 0,18-0,20, органічні кислоти - 0,09-0,1% та інші біологічно активні компоненти. У меді містяться переважно водорозчинні вітаміни: тіамін (В1) до 0,1 мг, рибофлавін (В2) до 1,5 мг, пантотенова кислота (В3) до 2 мг, піридоксин (В6) до 5 мг, аскорбінова кислота (С) 30-54 мг, біотин (Н) 0,0007 мг, фолієва кислота (В8) 0,03 мг, нікотинова кислота (РР) до 1 мг. Поєднання меду та пилку сприяє найкращому зберіганню всіх поживних властивостей цих продуктів та їх засвоєнню (особливо благоприємне співвідношення 1:1 та 1:2).

Квітковий пилок є природним полівітаміном, який має збалансований хімічний склад і складається із целюлозних мікрофібрил та пектинових речовин. Він утворюється у пилкових квітів та складається з великої кількості пилових зерен. Величина, колір та форма пилових зерен залежать від виду рослини, до якого вони належать. У квітковому пилку містяться: 7-30% білка; 25-48% вуглеводів (фруктоза і глюкоза); вітаміни (В₁ - 0,4-1,5 мг/%, В₂ - 0,5-19 мг/%, токоферолів - 0,3-170 мг/%, (р-каротину - 0,7-21,5

мг/% і біофлавоноїди); мінеральні речовини (кальцію - 250-300 мг/%, фосфору - 200-600 мг/%, калію - 450-700 мг/%).Пилок стимулює ріст і регенерацію ушкоджених тканин, у тому числі печінкової, що сприяє відновленню її функцій (гепатозахисна дія),стимулює відновлення кровотворної тканини, посилює утворення еритроцитів, підвищує рівень гемоглобіну і лейкоцитів, прискорює виведення з організму різноманітних отрут. В усіх видах пилку містяться каротиноїди, багато вітамінів: тіаміну (0,55-1,50мг %), рибофлавіну (0,50-2,20), ніацину (1,30-21), пантотенової кислоти (0,32-5), піридоксину (0,3-0,4), біотину (0,06-0,60), фолієвої кислоти (0,03-0,68) інозиту (188-228 мг%) та ін.

Солодкі страви користуються високим споживчим попитом. Одним з важливих питань вдосконалення технології солодких страв є підвищення їх харчової та біологічної цінності з одночасним, зниженням калорійності.

Для вирішення цього питання були вдосконалені рецептури солодких страв, крему ванільного та парфе полуничного шляхом заміни цукру,з додаванням продуктів бджільництва,меду та пилку квіткового. Кількість добавки становила: для крему 50% від маси цукру; для парфе 100% від маси цукру.Ця кількість обумовлена добовою потребою дорослої людини в даних продуктах, що становить: меду - 80 - 100г/добу, пилку квіткового - 2,5- 20 г/добу. Оскільки вітаміни при тепловій обробці руйнуються, добавки вводились так, щоб мінімізувати таку обробку меду та пилку, тобто в самому кінці технологічної схеми. Отже, більш докладно по кожній страві.

В кремі ванільному в результаті зміни цукру на мед та пилок у пропорції 1:2,збільшився вміст марганцю - у 12 разів, вітаміну С - у 9 разів.Зменшилась кількість простих цукрів (на 17,78%), але збільшилась кількість клітковини (у 97,5 разів).

В парфе полуничному цукрова пудра була замінена повністю, в результаті значно зріс вміст вітамінів на 54 %, зокрема В₁ - в 2,1 рази, В₂ - в 4 рази, В₃ - в 2,4 рази, В₆ - в 15 разів. Енергетична цінність страви знизилась на 4,28%.

Проаналізувавши отримані результати, можна зробити висновки, що дана біологічно активна добавка досить сильно впливає на хімічний склад солодких страв, підвищуючи їх біологічну цінність, причому в стравах відмічалось разом з цим зниження калорійності. Кількість добавки визначалася з урахуванням добової потреби в даних продуктах, а також, щоб органолептичні показники не погіршувались.

Список використаних джерел

1. Сабадош Г. О. Технологія десертів молочних з використанням карагінанів [Текст]: дис. канд. техн. наук / – Х., 2011. – 154 с.
2. Патент на корисну модель 44248 Україна, МПК (2009) А23 С 23/00. Спосіб одержання молочного десерту / Сабадош Г. О., Горальчук А. Б.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ: КОНТРОЛЬНО АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ

АІТОВ ОЛЕГ., РИБАКОВА Леся ОБЛІК І АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПІДРЯДНИКАМИ.....	6
БАРАН Єлизавета., ЧОРНОВОЛ Алла РОЛЬ АУДИТУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ПРОЗОРОСТІ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	12
ГАДИЦЬКИЙ Євген., БАБИНЕЦЬ Мирослава ECONOMICAL PROFIT FROM VIDEO GAMES WITH DEVELOPED LEVEL DESIGN IN GAME.....	15
ДІДИК Віталій., ЛАЛАКУЛИЧ Марія НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ.....	18
КРІЧФАЛУШІЙ Юліана., РИБАКОВА Леся ІСТОРІЯ ВСТАНОВЛЕННЯ ВІЙСЬКОВОГО ЗБОРУ В УКРАЇНІ.....	22
МАЛЕШ Юрій., СИМОЧКО Марія ВИЗНАННЯ, ОЦІНКА ТА ОБЛІК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ.....	25
МАСЯК Роберт., ЮГАС Еріка СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ.....	28
МОКШАЙТ Юлія., ЛАЛАКУЛИЧ Марія БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПОТОЧНОМУ РАХУНКУ У БАНКУ.....	34
ПЕХА Юліана., РИБАКОВА Леся БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ГРОШОВИХ КОШТІВ У КАСІ.....	38
РАЙНІШ Мартин., СИМОЧКО Марія ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ ТА ОБЛІК НАДХОДЖЕННЯ.....	42
СЕРЕДЯК Юлія., ЮГАС Еріка ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	46
ТОВТИН Ростислав., РИБАКОВА Леся АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ.....	50

СЕКЦІЯ 2. ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ ТА МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ

ГЕРЦАН Тетяна., ПІДЛИПНА Радміла ІСТОРИЧНІ ВИТОКИ ФІНАНСІВ ТА ЕТАПИ ЇХ ЕВОЛЮЦІЇ.....	53
ГЛУХАНИЧ Олена., БЕДЗИР Володимир РЕГУЛЮВАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ АКТИВІВ: АКТУАЛЬНІ ВИКЛИКИ.....	56
ГЛЮДЗИК Володимир., СМОЧКО Валерія ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ЯК ЗАСІБ СТИМУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ.....	59
КОТЕНОК Михайло ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ЗВ'ЯЗКІВ МІЖ СТРУКТУРНИМИ ЗМІНАМИ В ЕКОНОМІЦІ ТА ЇЇ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ.....	63
ЛУПЕЙ Дмитро., ПІДЛИПНА Радміла ЦИФРОВІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВУ СТАБІЛЬНІСТЬ.....	66
НЕМЕШ Михайло., ІНДУС Катерина ІНФЛЯЦІЯ ТА ДЕФЛЯЦІЯ: ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАСЛІДКИ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ.....	70
ОСАДЧИЙ Максим ВПЛИВ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА ФІНАНСОВУ СТАБІЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ОСТАННІХ ТЕНДЕНЦІЙ.....	75
ОСАДЧИЙ Максим ВПЛИВ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ.....	78
ПЕРЕБЗЯК Сніжана., Наталія ВНУКОВА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ (ПІДПРИЄМСТВА).....	81
РЕШЕТАР Данісла., ІНДУС Катерина GREEN ECONOMY AND MACROECONOMIC DEVELOPMENT: PROSPECTS AND CHALLENGES.....	84
СТРИЖАК Катерина., ПІДЛИПНА Радміла BLOCKCHAIN ЯК НОВІТНІЙ ФІНАНСОВИЙ ІНСТИТУТ: ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ.....	88
УРСУЛ Денис., ЧОРНОВОЛ Алла ЗМІНИ У СТРУКТУРІ СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ: ФАКТОРИ ТА ПРОГНОЗИ.....	91
ФРОЛОВ Андрій., КИРИЛЕНКО Володимир АДАПТАЦІЯ РИНКУ ЗЕЛЕНИХ ОБЛІГАЦІЙ ДО СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ.....	94
ЧАПУК Евеліна., ЧОРНОВОЛ Алла	

ФІНАНСОВА СТАБІЛЬНІСТЬ ТА МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ.....	98
ШЕВЧУК Андрій., ОНИСЕНКО Тетяна СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ КРИПТООБМІННИКІВ В УКРАЇНІ.....	101
ШИКУЛА Василь., ПІДЛИПНИЙ Юрій ЗВ'ЯЗОК СТАТИСТИКИ З ІНШИМИ НАУКАМИ.....	105

СЕКЦІЯ 3. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВИКЛИКИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

БОЙЧУК Анастасія., НЕБОРАК Тарас., ДОМИЩЕ-МЕДЯНИК Алла ІННОВАЦІЇ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ЗАКАРПАТТЯ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	107
ВАКУЛА Іван., ВАСИЛИХА Наталія РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ.....	109
ВАРИВОДА Діана., ГУШТАН Тетяна ЛОГІСТИЧНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	112
ВАСЛЮК Андрій., ГУШТАН Тетяна ВИКОРИСТАННЯ AR/VR ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОСУВАННІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ.....	115
ГАНЧАК Антоній., КАГАНЕЦЬ-ГАВРИЛКО Леся СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ГОТЕЛІВ ТА РЕСТОРАНІВ: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ.....	118
ГЛЮДЗИК Олексій., ГУШТАН Тетяна РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ГОТЕЛІВ.....	121
ГОРЗОВ Михайло., ШОЛЯ Іванна КОМПЛАЄНС У СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ.....	124
ДІЯНИЧ Михайло., ЛІСКАНИЧ Роман., ДАНИЛО Світлана СУЧАСНІ ЗАГРОЗИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	128
ДУБ'ЮК Віталій., ВАСИЛИХА Наталія ГОТЕЛЬНИЙ СЕРВІС: СУТНІСТЬ ТА КОНЦЕПЦІЇ ГОСТИННОСТІ.....	131
КАРЕТІН Олександр., КОРШУНОВА Аліна., АЛМАШІ Ірина ПОНЯТТЯ «КОНФЛІКТ ІНТЕРЕСІВ» У ДІЯЛЬНОСТІ ГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРИСТВ: ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ.....	133
КИЧЕРА Іван., ГУШТАН Тетяна РОЛЬ BIG DATA В ОПТИМІЗАЦІЇ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	137
КОКІН Володимир., ІНДУС Катерина ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	140

КОРОЛЬ Іван., ГУШТАН Тетяна ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ БЕЗПЕКОЮ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	144
КОРНІЙЧУК Віталіна ЗАХОДИ ПРОМИСЛОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	147
МАРУСИК Владислав., СІМЕХ Корнелія МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА РИЗИКИ....	149
МЕЛЬНИЧУК Вікторія., ІГНАТ Володимир КОМЕРЦІЙНА ІДЕЯ: СУТНІСТЬ ТА ВЗАЄМОДІЯ.....	153
НЕМЕШ Іван., ВАСИЛИХА Наталія СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ..	154
ПЛЕНКО Богдан., БРАТУСЬ Ганна ДИВЕРСИФІКАЦІЯ НАПРЯМІВ ДІЯЛЬНОСТІ МЕДІА-ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА.....	157
ПИТЧАК Михайло., ДОМИЩЕ-МЕДЯНИК Алла ЕКОНОМІЧНІ БАР'ЄРИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ В ЗАКАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ.....	161
ПУГА Крістіна., ПОПИК Мар'яна ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ У ЗАКАРПАТТІ – ШЛЯХ ДО ДОСТУПНОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	166
РАЙХЕЛЬ Віктор., ЧОБАЛЬ Людмила НОВІ МОДЕЛІ HR-МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	169
САВРАСОВ Олександр., ГАВРИЛКО Петро ГОТЕЛЬНІ ПОСЛУГИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ WELLNESS- ІНДУСТРІЇ.....	173
САМСОНОВ Максим., ВАСИЛИХА Наталія ЛОГІСТИЧНІ ПОСЛУГИ НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	176
СЕГЕДА Анастасія., ЦАП Олександра., ДАНИЛО Світлана ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА....	178
СОЛОМА Роман., СУСІДЕНКО Валентин ТРЕНДИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ У 2025 РОЦІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	182
Трибунська Анастасія., Кіш Іван., Алмаш Ірина ОСНОВНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	185
ТРОФІМЧИК П.І. РОЗВИТОК САМОВРЯДУВАННЯ ЯК РОЗВИТОК МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	188
ФІЛІПЦОВ Сергій., ДАНИЛО Світлана СУЧАСНІ ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АТ «УКРПОШТА».....	191

ЦОГЛА Марія., ПІДЛИПНИЙ Юрій ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК РИНКУ СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ.....	195
ЧУМА Андрій., ПІДЛИПНИЙ Юрій РОЛЬ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ У ФОРМУВАННІ АТМОСФЕРИ РЕСТОРАНУ	198
ШАНТА Михайло., ВАСИЛИХА Наталія СУЧАСНІ ПАРАДИГМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ	201

СЕКЦІЯ 4. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

БЕЖЕНАР Інна СТРАТЕГІЇ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО КРАФТОВОГО ВИНА.....	204
БОРИСЕНКО Марина., САБАДОШ Ганна ФІЗІОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ ОСНОВНИХ ВИДІВ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ІНГРЕДІЄНТІВ.....	208
ВОРОБЕЦЬ Максим., КАГАНЕЦЬ-ГАВРИЛКО Леся ВИКОРИСТАННЯ ТОПІНАМБУРА (HELIANTHUS TUBEROSUS) У ХАРЧУВАННІ.....	211
КОШТУРА Ярослав., ГАВРИЛКО Петро ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ.....	214
МАРКОВИЧ Ганна., ГОЛОВКО Ольга АНАЛІЗ СУТНОСТІ СЕНСОРНОГО АНАЛІЗУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ, СТРАВ ТА КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ.....	216
МАРКОВИЧ Ганна., ГРАБ Валерія., КАГАНЕЦЬ-ГАВРИЛКО Леся ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СМАКІВ З ЛОКАЛЬНИМИ ІНГРЕДІЄНТАМИ: ВПЛИВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	219
ПИНТЯ Софія., САБАДОШ Ганна ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНИХ ВИДІВ СИРОВИНИ В РЕЦЕПТУРИ ПІСОЧНОГО ПЕЧИВА	223
ПИНТЯ Софія., КАГАНЕЦЬ-ГАВРИЛКО Леся ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СМАКІВ З ЛОКАЛЬНИМИ ІНГРЕДІЄНТАМИ: ВПЛИВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	225
ПОГАНЬ Віктор., ГАВРИЛКО Петро ВИКОРИСТАННЯ ЧАСНИКУ ВЕДМЕЖОГО (ALLIUM URSINUM) У ХАРЧУВАННІ.....	229
ЦУБИНА Богдан., САБАДОШ Ганна ВИКОРИСТАННЯМ АППРОДУКТІВ В ТЕХНОЛОГІЇ ДЕСЕРТІВ.....	232