

ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Тези доповідей
V Міжнародної науково-практичної конференції
(27–28 квітня 2023 року, м. Львів)

За загальною редакцією
Наталії ПАВЛЕНЧИК

Львів
ЛДУФК ім. Івана Боберського
2023

УДК 330.34:796.011
Е 45

Рецензенти:

доктор економічних наук, професор

А. Касич

(Київський національний університет технологій та дизайну);

Р. Скриньковський

(Львівський університет бізнесу та права)

Рекомендувала до друку вчена рада

Львівського державного університету фізичної культури

імені Івана Боберського

(протокол № 9 від 1.06.2023 року)

Е 45 Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування : тези доп. V Міжнар. наук.-практ. конф. (27-28 квітня 2023 року, м. Львів) / за заг. ред. Н. Павленчик. – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2023. – 352 с.

ISBN 978-617-8135-18-8

У тезах доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції висвітлено результати досліджень пріоритетів і перспектив розвитку економіки України в умовах глобалізації та євроінтеграції; соціально-економічних засад менеджменту та маркетингу в галузі фізичної культури та спорту, рекреації і реабілітації; сучасних викликів, тенденцій та доміант інноваційного розвитку сфери обслуговування; актуальних проблем розвитку сфер фізичної культури, реабілітації та обслуговування в ринкових умовах; проблем та перспектив інноваційного розвитку галузі фізичної культури та сфери обслуговування, а також соціально-гуманітарних проблем сучасності.

Для студентів, аспірантів, науково-педагогічних працівників галузей економіки, фізичної культури та сфери обслуговування

УДК 330.34:796.011

Автори несуть повну відповідальність за зміст своїх матеріалів.

ISBN 978-617-8135-18-8

© Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського, 2023

ОРГКОМІТЕТ

Голова оргкомітету

Наталія ПАВЛЕНЧИК – завідувач кафедри економіки та менеджменту Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського

Dariusz W. SKALSKI – doktor habilitowany nauk pedagogicznych i doktor nauk o kulturze fizycznej, profesor, Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu im. Jędrzeja Śniadeckiego w Gdańsku, (Польща)

Marek GRACZYK – doktor nauk o kulturze fizycznej, profesor, Staropolska Akademia Nauk Stosowanych w Kielcach (Польща)

Fábio LOPES ALVES – doctor (social sciences), professor, West Paraná State University (Бразилія)

Yuliia PRUS – кандидат економічних наук, Університет сільського та лісового господарства ім. Менделя (Чехія)

Ельміра БЕРАЛІЄВА – кандидат технічних наук Алматинського гуманітарно-економічного університету (Казахстан)

S. AVDARSO – PhD, senior lecturer, Kazakh National Woven's Pedagogical University, Almaty (Казахстан)

Андрій ГОЛОВКО – проектний дослідник, кандидат економічних наук, доцент Університету сталого розвитку Еберсвальде (Німеччина)

Оксана ПЕРХАЧ – кандидат економічних наук, доцент, Lakehead University (Канада)

Володимир ХОЛЯВКА – декан факультету туризму Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Мирослава ДАНИЛЕВИЧ – декан факультету фізичної терапії та ерготерапії Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Ольга РОМАНЧУК – завідувач кафедри української та іноземних мов Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Андрій КУХТІЙ – завідувача кафедри спортивного туризму Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Марія ПАСКА – завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Володимир ХУДОБА – в.о. завідувача кафедри туризму Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Леся БОНДАРЕНКО – доцент кафедри гігієни тварин та основ санітарії Білоцерківського національного аграрного університету (Україна)

Людмила ГОРОХОВА – директор Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти, Університет «КРОК» (Україна)

Тетяна ДАРКОХРУСТ – доктор юридичних наук, доцент, Західноукраїнський національний університет (Україна)

Уляна ІВАНЮК – доцент кафедри менеджменту організацій Національного університету «Львівська політехніка» (Україна)

Вікторія ІЛЬЧЕНКО – доцент кафедри підприємництва та економіки підприємства Університету митної справи та фінансів (Україна)

Ольга КОМЕЛІНА – доктор економічних наук, професор Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)

Василь ЛИПЧУК – професор кафедри історії України, економічної теорії та туризму Львівського національного університету Ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького (Україна)

Світлана ЯЦІВ – доцент кафедри економіки Львівського національного університету природокористування (Україна)

Лілія ІВАНОВА – доцент кафедри економіки та менеджменту Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Анатолій ПAVЛЕНЧИК – доцент кафедри інформатики та кінезіології Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Ірина СТАХІВ – доцент кафедри економіки та менеджменту Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Христина БАРАНІВСЬКА – викладач кафедри економіки та менеджменту Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Дмитро ПЕТРИШИН – викладач кафедри економіки та менеджменту Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

СЕКЦІЯ 1

**Пріоритети і перспективи розвитку
економіки України в умовах
глобалізації та євроінтеграції**

УДК 332.2.01(477)

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Марта Барна

д. екон. наук, професор

Львівський торговельно-економічний університет (Україна)

Юрій Іванюк

Львівський торговельно-економічний університет (Україна)

Конкурентоспроможність аграрної продукції залежить від ефективності діяльності сільськогосподарського виробника, що можливо лише за умови забезпечення новітніми технологіями аграрного виробництва й організації діяльності. Забезпечення технологічної конкурентоспроможності аграрного товаровиробника державі необхідно підтримувати завдяки запровадженню інноваційного розвитку інфраструктури аграрного сектору та запровадженню відповідних механізмів для технічного та технологічного переоснащення аграрних підприємств.

Так, М.Махсма вважає, що інноваційний розвиток аграрного сектора економіки як основної сфери прикладання праці на селі повинен сприяти підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва та конкурентоспроможності продукції, створення робочих місць [1, с. 37-40]. Запропоновано активну політику зайнятості та заходи щодо регулювання доходів сільського населення і заробітної плати працівників, зайнятих в аграрному секторі. Загалом практичні заходи досить часто пов'язані з посиленням державного регулювання сільського господарства.

Формування інноваційних стратегій Ю.Гринчук пов'язує з технологіями ресурсо- та енергозбереження, комплексною модернізацією та автоматизацією виробничих процесів, оновленням напрямів організації виробництва і праці, мотивацією, об'єктивним та достовірним оцінюванням інноваційного рівня [2, с. 31-33]. Тобто державна політика полягатиме в ефективному розпорядженні єдиним державним земельним фондом, дотриманні основних положень землевпорядкування та землекористування.

Ми підтримуємо думку Д.О.Крикуненка, який вважає, що для подолання бар'єрів на шляху впровадження інновацій аграрним підприємствам необхідно використовувати такі підходи:

1. Для роботи з інноваціями необхідно створити певну творчу групу менеджерів, які б використовували креативність і дивергентне мислення для продукування інноваційних ідей.
2. Групова мотивація. Використання матеріальних і нематеріальних методів мотивації дає змогу підвищити ефективність інноваційного процесу загалом.
3. Планування роботи допоможе чітко визначити мету та можливість подальшого контролю за виконанням завдань.
4. Контроль за виконанням тактичних і стратегічних планів інноваційної політики із використанням спеціально розроблених критеріїв оцінювання [2, с. 31-33].

Уважаємо, що практичне застосування таких підходів сприятиме активізації інноваційної діяльності. Також доречно додати, що фінансування аграрного сектора, важливо зосередити на інноваційних технологіях, які б сприяли збільшенню обсягів сільськогосподарського виробництва та своєчасній переробці для виготовлення якісної продукції.

Список використаних джерел

1. Махсма М. Б. Динаміка заробітної плати в сільському господарстві та її вплив на зайнятість сільського населення. Економічний часопис-XXI. 2013. № 9-10(2). С. 37-40.
2. Гринчук С. Особливості діяльності агрохолдингів та їх вплив на розвиток сільських територій. URL: www.znau.edu.ua/visnik/2012_2_2/27.pdf.
3. Krikunenko D. O. Problems of introduction of innovations at enterprises. Marketing and Management of Innovation. 2011. Vol. 4. P. 45-49.

УДК 005.936.3:355.01(477)

БЕЗПЕКА ТА СТАБІЛЬНИЙ РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Василь Гуцуляк

аспірант 1-го року навчання,

*Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу (Україна)*

У контексті сучасної геополітичної ситуації, де військові конфлікти та кризові ситуації можуть виникати в будь-який час, забезпечення безпеки держави та стабільного розвитку її економіки є основою для кожної країни. У цьому контексті важливо, щоб держави чи організації мали можливість ухвалювати стратегічні рішення та дії відповідно до власних інтересів, незалежно від інтересів інших країн або організацій.

Під час війни інститути, явища, системи й механізми змінюються та підлаштовуються під воєнний час [2, С. 39].

Стратегічні підприємства є основою економіки будь-якої держави, оскільки вони забезпечують виробництво та постачання критично важливих товарів і послуг для життєдіяльності нації. У разі війни вони стають особливо важливими, оскільки можуть забезпечити потреби військових і національну безпеку. Стратегічні підприємства стають головним джерелом збройних сил, а також забезпечують первинні потреби, такі як надійне логістичне забезпечення армії, виробництво товарів та забезпечення населення. Прикладом є те, що на сьогодні країни ЄС підтримують функціонування логістичної інфраструктури, особливо в питанні забезпечення гуманітарних вантажів, встановлення без дозвільного проїзду для перевізників, а також організації роботи логістичних хабів для ефективного керування перевезеннями тощо [4, С. 117].

Водночас стратегічні підприємства мають важливе значення для забезпечення економічної стабільності, стійкості та національної безпеки. Розвиток економіки в умовах воєнного часу потребує чіткої державної стратегії, де успіх залежить від злагодженості й системності державної економічної політики та її спрямованості на конкретні показники якісних змін [1].

До основних напрямів діяльності стратегічних підприємств у час війни належать такі:

- Виробництво зброї та бойової техніки. Війна потребує великої кількості зброї та техніки, тому стратегічні підприємства можуть переорієнтувати виробництво на вироблення озброєння й необхідного обладнання для армії.
- Енергетика. Енергетична інфраструктура є важливим складником воєнних дій. Стратегічні підприємства, які забезпечують енергетику (нафтогазова промисловість, електроенергетика), мають бути надійним джерелом забезпечення енергії для потреб армії та мирних жителів
- Харчова промисловість. Забезпечення населення їжею є важливим завданням у час війни. Стратегічні підприємства, що займаються виробництвом харчових продуктів, можуть бути задіяні в забезпеченні населення та армії продуктами харчування.
- Транспорт. Транспортна інфраструктура є важливим складником воєнних дій. Стратегічні підприємства, що забезпечують транспортну інфраструктуру (авіацію, залізницю, автотранспорт, пошту), можуть бути задіяні в транспортуванні військового вантажу, армії та населення.
- Інформаційні технології. Інформаційна безпека стає дедалі важливішою у війні. Стратегічні підприємства, що займаються розробленням і впровадженням інформаційних технологій, можуть бути задіяні в забезпеченні інформаційної безпеки та проведенні кіберзаходів, особливо в умовах гібридної війни.
- Медична промисловість. Війна може спричинити значну кількість поранень і хвороб. Стратегічні підприємства, які займаються виробництвом медичного обладнання й медикаментів, можуть бути задіяні в забезпеченні медичної допомоги військовим і населенню
- Розвідка та контррозвідка. Стратегічні підприємства, що займаються розвідкою та контррозвідкою, можуть бути задіяні в зборі та аналізі розвідувальної інформації, виявленні та протидії шпигунській діяльності агресора
- Комунікації. Забезпечення зв'язку є важливим аспектом воєнних дій. Стратегічні підприємства, що займаються розробленням та виробництвом засобів зв'язку, можуть бути задіяні в забезпеченні надійного зв'язку між військовими підрозділами, в протидії агресору та зв'язку для населення.

У сучасних умовах ведення гібридної війни важливим аспектом залишається впровадження інноваційних технологій і цифровізація, що суттєво підвищує ефективність і продуктивність стратегічних підприємств. А це є надважливо в час війни. До прикладу, використання штучного інтелекту прискорює швидкість обробки даних під час визначення динамічних військових цілей, ефективно забезпечує процес ухвалення тактичних рішень;

застосування сучасних безпілотних літальних апаратів та дронів зберігає життя тисячам військовим. Добра поінформованість завдяки механізму комунікації взаємодії як влади, так і суспільства дає змогу уникнути або пом'якшити перебіг низки кризових ситуацій у суспільстві, економіці, політиці, системі державного управління тощо [3, С. 70].

Загалом, стратегічні підприємства є дуже важливими для економіки під час війни, але вони також можуть мати деякі недоліки, які можуть обмежити їх ефективність:

- залежність від зовнішнього ринку. Деякі стратегічні підприємства можуть бути залежні від імпортованих матеріалів, частин або технологій, що може стати перешкодою у виробництві товарів під час війни;
- вразливість до ворожих атак. Важливі стратегічні підприємства можуть стати метою ворожих атак, що може призвести до їх знищення або значних пошкоджень;
- потреба у великій кількості робочої сили. Під час війни може бути складно знайти достатню кількість кваліфікованої робочої сили для підтримки роботи стратегічних підприємств, що може спричинити скорочення виробництва та зниження якості продукції;
- фінансові обмеження. Війна може призвести до зменшення фінансування державних підприємств, що може спричинити скорочення виробництва та зменшення кількості персоналу;
- низька мобільність. Стратегічні підприємства можуть бути обмежені у своїй мобільності, що може ускладнити їх пересування в разі необхідності перенесення виробництва в іншу локацію;
- екологічні проблеми. Деякі стратегічні підприємства можуть мати негативний вплив на довкілля, що може стати проблемою в разі війни, коли екологічна стійкість є важливою для забезпечення життя населення чи територій;
- відсутність інновацій. Під час війни може бути складно забезпечити розвиток нових технологій та інновацій на стратегічних підприємствах, що може обмежити їх ефективність у довгостроковій перспективі;
- конкуренція. Під час війни можуть з'явитися конкуренти, які намагатимуться зайняти позиції на ринку, що може призвести до зменшення продажів та прибутків стратегічних підприємств;
- зниження якості продукції. Війна може призвести до зменшення якості продукції, оскільки підприємства можуть стикатися зі збільшенням обсягів виробництва та скороченням кількості кваліфікованої робочої сили;
- нестабільність ринку. Війна може призвести до зниження попиту на продукцію, що може стати проблемою для стратегічних підприємств,

які мають великий обсяг виробництва і залежать від стабільного попиту на ринку.

Список використаних джерел

1. Данилишин Б. Якими мають бути стратегічні напрями відбудови національної економіки. Українська правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/1/691022/>
2. Ватченко Б. С., Шаранов Р. С. Антикризове управління підприємством в умовах війни. Економічний простір. 2022. № 182. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/182-5>
3. Назаренко О. А., Озарко К. С. Виклики та стратегічні пріоритети публічного управління України в умовах війни. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Публічне управління та адміністрування. 2022. Т. 33(72), № 4. DOI: <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2022.4/11>
4. Полянська А. С., Мартинець В. Б., Кабан О. В. Оптимізація ланцюга постачання на підприємстві в умовах кризових явищ. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2022. Т. 2, № 18. DOI:10.15330/apred.2.18.112-127
5. Офіційне інтернет-представництво Президента України. URL : <https://www.president.gov.ua> (дата звернення: 25.03.2023).

УДК 351.82:355.01(477+450+571)

ЕКОНОМІЧНА ДИПЛОМАТІЯ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Тетяна Дракохруст
д. юрид. наук, доцент

Західноукраїнський національний університет (Україна)

Дієве виконання мети і завдань економічної дипломатії має тенденцію до зниження напруження в економічних питаннях між державами, об'єднаннями держав та союзами. Проте для сьогодення характерними є тенденції значної економічної та політичної залежності між окремими країнами.

Відповідно О. Шаров вказує на те, що «зростання економічної взаємозалежності в останні десятиріччя все більше розмиває різницю між внутрішньою та зовнішньою економікою» [1, с. 36].

Таке формулювання означає, що в сучасних умовах дедалі складніше забезпечувати реалізацію національних інтересів у зовнішньоекономічній сфері, самостійно визначати напрями зовнішньополітичної діяльності та інструменти роботи економічної дипломатії. Особливо це характерно для невеликих держав, що перебувають у полі впливу глобальних гравців на міжнародній арені.

Починаючи від 2022 року, мета й завдання української економічної дипломатії суттєвим чином трансформувалися. В умовах війни, ведення бойових дій, бомбардування міст, сіл, підприємств, організацій, фермерських господарств усі зусилля української дипломатії спрямовано на активізацію економічних методів впливу на країну-агресора.

Завдяки ініціативі та зусиллям Президента України, максимально злагодженим діям Офісу Президента України та Уряду, Міністерства закордонних справ та інших органів державної влади у тісній співпраці з міжнародними організаціями, стратегічними партнерами, урядами іноземних держав вдалося розробити та запровадити шість пакетів санкцій, що застосовуються до економіки РФ [2].

Фінансові, торговельні та персональні санкції запровадили понад 40 країн: від США та ЄС до Південної Кореї, Швейцарії та Албанії. Захід заморозив валютні резерви Росії, заарештував яхти й нерухомість багатих росіян, відрізав держбанки від світової фінансової системи, відмовився купувати у Росії нафту й вугілля, заборонив продавати їй обладнання, технології та предмети розкоші.

Зазвичай економічні санкції ефективніші за певних умов. Насамперед між державами – об'єктом та суб'єктом повинні бути значні за обсягом торговельні відносини, країна – об'єкт санкцій повинна бути меншою за країну-суб'єкт, що їх застосує, витрати для держави-суб'єкта мають бути незначними, упровадження санкції – негайне [3].

Наразі санкції складаються з широкого спектра секторальних заходів, включаючи обмеження на торгівлю, фінанси, технології та товари подвійного призначення, промисловість, транспорт і предмети розкоші.

Вони також охоплюють заборону на імпорт або транспортування морським шляхом сирої нафти та певних нафтопродуктів з Росії до ЄС, відключення від SWIFT декількох російських банків, а також призупинення мовлення й ліцензій кількох підтримуваних Кремлем дезінформаційних засобів масової інформації [4].

Росія стала країною-ізоєм. Вона втратила найбагатші ринки збуту для своїх товарів, залишилася без західних кредитів, фахівців, інвестицій і технологій, завдяки яким змогла вибратися з бідності та побудувати ринкову економіку на руїнах радянської планової.

Таким чином, українська економічна дипломатія працює над забезпеченням національної та зовнішньоекономічної безпеки зокрема.

Економічна дипломатія керується чіткою метою, завданнями, має власний інструментарій та є ефективною в умовах ведення гібридних війн. Водночас сучасні українські реалії свідчать про те, що в умовах повномасштабного російського вторгнення на територію України, одним із важливих інструментів боротьби з країною-агресором стали методи та інструменти економічної дипломатії.

Список використаних джерел

1. Данилишин Б. Якими мають бути стратегічні напрями відбудови національної економіки. Українська правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/1/691022/>
2. Ватченко Б. С., Шаранов Р. С. Антикризове управління підприємством в умовах війни. Економічний простір. 2022. № 182. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/182-5>
3. Назаренко О. А., Озарко К. С. Виклики та стратегічні пріоритети публічного управління України в умовах війни. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Публічне управління та адміністрування. 2022. Т. 33(72), № 4. DOI: <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2022.4/11>
4. Полянська А. С., Мартинець В. Б., Кабан О. В. Оптимізація ланцюга постачання на підприємстві в умовах кризових явищ. Актуальні

проблеми розвитку економіки регіону. 2022. Т. 2, № 18. DOI:10.15330/apred.2.18.112-127

5. Офіційне інтернет-представництво Президента України. URL : <https://www.president.gov.ua> (дата звернення: 25.03.2023).

LOGISTIC COLLAPSE OF A GRAIN EXPORT THROW WESTERN BORDERS OF UKRAINE CAUSED BY RUSSIAN INVASION

Ihor Zanevskyy

Dr. Sc. in technics, Professor

Lyudmyla Zanevska

PhD in physical education, Associate Professor

*Lviv State University of Physical Culture
named after Ivan Boberskyj (Ukraine)*

Introduction. Ukraine is a great agriculture country; the gross harvest of grains and oilseeds last years is about 100 million tons. The main export grains are winter wheat, feed corn, sunflower, soy-bean, barley, oats, millet, buckwheat, rye, rice and others. It normally produces 42% of the world's sunflower oil, 16% of its maize and 9% of its wheat. Traditionally, Ukraine was an exporter of grain and due to the war was forced to minimize exports, almost stop it [1,2]. There is a lack of everything – funds, grain wagons, trucks and so on. In addition, it is not clear which countries to export to and how to find counterparties there. Cars with Ukrainian grain have been going to Poland for 2.5 months and have not yet reached. And this situation is actually for all farmers in Ukraine. They hire some cars, use the services of freight forwarders, but this export can be called a “drop in the sea”. Before the war, exports of medium-sized farms amounted to about ten thousand tons and now do not exceed a thousand tons of products, which, as already mentioned, are on the border [3,4].

According to optimistic expectations, the total economic benefits of unblocking Ukrainian ports will amount to USD 5.5 billion, or 4.5% of the National Bank of Ukraine pessimistic Gross Domestic Product (GDP) forecast for 2022. These are the forecasts of the KSE Institute Centre for Food and Land Use Research. Additional export revenues from agricultural products are expected at about USD 14.7 billion or about 30% of all exports of Ukraine according to the pessimistic scenario of the National Bank of Ukraine. Analysis of historical values of the price difference (basis) between domestic prices in Ukraine and world prices (futures prices on the Paris Euronext Exchange, Free On Board FOB prices in the Romanian port of Constanta) shows that after the pores are fully unblocked, prices can potentially increase by about USD 150/

ton. Moreover, it will take time for the “market and its players” to fully believe the effectiveness and safety of grain contract.

The aim of the research was to value the grain export logistics as a traditional Ukrainian business which was destroyed during the Russian aggression.

Results. For example, the agricultural company “Perlyna Podillya”, located in the Khmelnytsky region, reduced production volumes by an order of magnitude. Purchase prices for grain in the domestic market in the west are somewhat higher due to the proximity of the border, but do not cover the cost of cultivation. Perhaps in the western regions of Ukraine in the domestic market the situation is better than, for example, in the Chernihiv region. Higher purchase prices are offered there, but still they are below costs. Thus, at a cost of 6000 UAH/ton, they buy grain at 4200 UAH/ton. Raising tariffs by “Ukrainian Rail Ways” has hit the agricultural sector and the ability to export grain. If 3000 UAH/ton is offered for barley and tree thousand UAH is to take it by rail to the border, then it makes no sense to export it.

As for the transition to the use of trucks, cars at the border stay for five days in both directions – this is a mockery of drivers. Secondly, grain trucks have their own specifics, so it is difficult to find cargo for the return journey. This is a vicious circle from which it is difficult to find a way out. Farmers are trying to expand dairy cattle breeding in order to “exchange grain for milk”. As for unblocking seaports, to restore full-fledged exports, a victory of the Armed Forces of Ukraine is needed. Port unlocking is all the theory of probability, tomorrow a mine or a missile strike can change everything. Expectations of farmers regarding the establishment of maritime exports are high, but we need to really look at things. Now there is an export by ships of previously purchased grain. When the turn will reach new deliveries is unknown. It all depends on the situation at the front. So far, exports will take place in small volumes, because we have low throughput at the border. As for Odesa, the establishment of the export flow can take months. Now, it seems that it is risky to send goods to Odesa; we need a victory for the Armed Forces of Ukraine.

Conclusions. The export potential of the 2021 harvest of grains and oilseeds in Ukraine due to the blocking of ports is estimated at 20 million tons. Because Russian – Ukrainian war 2022, the export felled down significantly. There is an export by ships of previously purchased grain. When the turn will reach new deliveries is unknown. It all depends on the situation at the front. So far, exports will take place in small volumes, because we have low throughput at the border. As for Odesa, the establishment of the export flow can take months. Now, it seems that it is risky to send goods to Odesa; we need a victory for the Armed Forces of Ukraine.

References

1. Савош Л. В., Ковальська Л. Л., Баула О. В. Аналіз позицій України на світовому ринку зерна. Економічний форум. 2020. № 1(4). С. 37-44. <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2020-4-5>.
2. Grain: World Markets and Trade. United States of Department of Agriculture. Foreign Agricultural Service, 2017.
3. Food Outlook – Biannual Report on Global Food Markets. URL: <http://www.fao.org/3/CA6911EN/CA6911EN.pdf>.
4. Cheremisina S. H. Grain market in Ukraine: analysis of the current state and development prospects. *Ekonomika APK*. 2021. № 2. P. 48.

УДК 658.6: 339.1(477)

ВИКЛИКИ ДЛЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Наталія Зеліско

канд.екон.наук, доцент

*Львівський національний університет
природокористування (Україна)*

Будь-яке підприємство функціонує в динамічному бізнес-середовищі та може зазнавати впливу зовнішніх чинників, що можуть спричинити вкрай негативні наслідки. Тож для кожного управлінця важливо мати відповідь на такі питання: в якому середовищі працює бізнес; які позитивні та негативні чинники можуть вплинути на нього; яким може бути рівень такого впливу. У разі шоків зовнішніх впливів підприємці змушені шукати нові шляхи та рішення для того, щоб не зупиняти свою діяльність. Непередбачувані зовнішні й внутрішні збурення змушують бізнес переформатовувати свою діяльність та удосконалювати бізнес-процеси.

Повномасштабна військова агресія Росії завдала значної школи економіці України, що проявилася у зниженні виробництва основних видів продукції, у значному скороченні зовнішньої торгівлі, знищенні транспортно-логістичної, соціальної, інженерної інфраструктури цілих регіонів, відтоку кадрів за кордон. Приєднання України до Єдиного цифрового ринку ЄС в повоєнний період здатне відкрити нові можливості для розвитку українського електронного бізнесу, тому існує потреба в дослідженні питань, пов'язаних з оцінюванням стану електронної комерції в Україні та пошуком шляхів її реформування.

Після практично повної зупинки онлайн-торгівлі в перші тижні війни ритейлери поступово налагодили логістику, перенесли склади та підлаштувалися під зміни попиту. Проте, незважаючи на окремі сплески споживацьких запитів та збільшення середнього чеку, повноцінне відновлення сектора почалося тільки з літа. А про торгівлю в довоєнних обсягах можна говорити лише по окремих позиціях.

Частка електронної комерції в ритейлі, за оцінкою EVO, під час війни зросла на 2-3 процентних пункти. Наразі вона становить 11-12%. Компанія враховує на власні розрахунки, оскільки під час воєнного стану Держстат не публікує статистику по ритейлу.

У 2020 році EVO оцінював український ринок інтернет-торгівлі у 107 млрд грн, на той час українці робили онлайн 9% усіх покупок. У грудні 2022 р.

кількість замовлень на Prom.ua – найбільшому маркетплейсі EVO – відновилася до показників попереднього року. Товарообіг за той самий період зріс на 55%. Наразі на Prom.ua працюють 40 000 підприємців, щомісяця на майданчику реєструється близько 1500 нових продавців.

Найбільше падіння на електронних майданчиках EVO спостерігалось протягом перших двох тижнів повномасштабного російського вторгнення. Зростання почало відновлюватися паралельно з роботою найбільших логістичних операторів – «Нової пошти» й Укрпошти.

«Українські підприємці гнучкі й встигли швидко адаптуватися» – пояснює причини швидкого відновлення Палієнко. Водночас через тимчасову окупацію територій та воєнну міграцію в Україні скоротилася кількість населення, яке має доступ до e-commerce. У перші місяці повномасштабної війни на Prom.ua спостерігався відтік продавців. Точну кількість підприємців, що припинили діяльність на маркетплейсі, компанія не називає.

Проте відтік компенсується новими реєстраціями – наразі майданчик збільшується на 1500 нових підприємців щомісяця. Зазвичай це або ті, хто втратив роботу і пробує себе як інтернет-підприємець, або продавці, що переходять з офлайну в онлайн» [1].

Справа в тому, що війна змінила не лише місце перебування багатьох українців, але й патерни їхньої поведінки під час покупок. На новому місці люди не завжди можуть знайти необхідні товари, тож стали частіше замовляти їх онлайн. Необхідність облаштування життя на новому місці зумовлювала тимчасове зростання покупок тих чи інших товарів [2].

Найбільше покупців у віці 25–34 років. Причому превалює так званий чистий онлайн, коли 86% відразу купують необхідні товари онлайн, 14% спочатку шукають офлайн і лише потім замовляють на маркетплейсах. Проте картина в різних сегментах e-commerce суттєво відрізняється залежно від виду товару, його ціни та нагальної потреби.

Загалом електронний бізнес пережив спочатку шокове падіння, потім сплеск попиту на окремі категорії товарів і нарешті певну стабілізацію після масового переміщення людей, релокації складів та виробництва. Облаштування людей на новому місці або повернення їх додому поступово повертає продажі в інтернеті до зростання. Проте попит змінився. Прихильність до брендів у споживачів дуже низька: купують те, що є. У деяких регіонах попит впав, проте в інших навпаки виріс. Динаміку зростання зберігають категорії, які закривають базові потреби: продукти харчування, сигарети, медикаменти, взуття та одяг, гігієнічні та господарчі товари, товари для тварин. І тут виграє той, хто забезпечить наявність товару і логістику.

Список використаних джерел

1. CEO одного з найбільших маркетплейсів України розповів, наскільки зросла інтернет-торгівля під час війни. URL <https://forbes.ua/news/seo-odnogo-z-naybilshikh-marketpleysiv-ukraini-rozpoviv-naskilki-zroslo-internet-torgivlya-pid-chas-viyni-11012023-11000> (дата звернення: 06.03.2023).
2. Вплив війни на інтернет-торгівлю: як змінювалися онлайн-продажі рітейлерів протягом I півріччя 2022 року. URL: <https://rau.ua/novyni/vpliv-viyni-na-internet/> (дата звернення: 03.03.2023).
3. Таптунова І., Казацька М. На шляху до єдиного цифрового ринку ЄС: електронна комерція. URL: https://ucerp.org.ua/wp-content/uploads/2021/07/ucerp_report_ecommerce_31.05.2021.pdf (дата звернення: 5.03.2023).
4. Яценко О. М, Грязіна А. С., Шевчик О. О. Електронна комерція як елемент глобальної торговельної системи. Актуальні проблеми економіки. 2019. № 8(218). С. 4-15. URL: https://eco-science.net/archive/2019/APR-08-2019/8.19_topic_Yatsenko%20O.pdf (дата звернення: 1.03.2023).

РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Вікторія Ільченко
канд. екон. наук, доцент

Університет митної справи та фінансів (Україна)

Військові дії на теренах України, що тривають від 2014 року, від 2022 року переросли в повномасштабну війну, загострюють соціальні проблеми. Саме тому останніми роками тема соціального підприємництва стає дедалі поширенішою – проблем стає більше, кількість вразливих груп населення зростає, фінансова підтримка держави скорочується.

Нині досить часто можна побачити такі форми соціального підприємництва, як волонтерство, благодійність. Усі мають обмежені ресурси та створюються за традиційними бізнесовими підходами. Але ж не завжди соціальне підприємництво можна ототожнити з благодійністю. Варто розуміти, що в будь-якого благодійника можуть закінчитися ресурси, вичерпатися енергія, а контекст соціального підприємництва має на меті необмежену можливість зусиль через призму самогенерування нових і нових ресурсів. Цей ресурс може бути спрямований на розширення діяльності та виплату винагороди залученим до процесів, що дозволить ініціативі існувати довго [1, с.172].

Коли говоримо про діяльність соціального підприємництва у воєнний час, то варто пам'ятати, що не завжди соціальне підприємництво існує як неприбуткова організація. Так, дійсно, це один з її можливих, але не обов'язкових видів. Цей вид діяльності супроводжується певними бонусами з боку державного регулювання, наприклад відсутністю податкового навантаження (податок на прибуток) та більш диверсифікованою системою залучення безповоротних інвестицій від різних фондів та організацій. Проте ж існує й певний недолік – це відсутність самомотивації до власної праці. Якщо ж все ж таки, організація є прибутковою, то регулювання зводиться не лише до організаційних основ діяльності, а й до економічних, продовольчих, екологічних та інших складників.

Важливість регулювання соціального підприємництва пов'язана зі спроможністю держави формувати та нагромаджувати соціальний капітал, використання якого сприятиме забезпеченню ефективного використання наявних у країні ресурсів та спрямовувати їх на розвиток. Важливість нагромадження соціального капіталу в країні зумовлена необхідністю розвитку

громадянського суспільства та його інститутів. Слід звернути увагу, що дієвим механізмом прискорення процесу накопичення соціального капіталу в суспільстві є державна підтримка розвитку підприємництва, зокрема й соціального. Така підтримка містить конструктивні саморегулятори, які позитивно впливають на рівень довіри, зміцнення відносин, сприяє зниженню рівня корупції та в цілому зумовлює підвищення добробуту населення України. Водночас держава може здійснювати прямий та опосередкований вплив на процеси нагромадження соціального капіталу формуванням відповідної стратегії державного регулювання [2, с.88].

На сьогодні в Україні фактично відсутні нормативні вимоги до соціальних підприємств, що теж ускладнює будь-який процес регулювання такої діяльності, тож починати треба з чіткого виокремлення поняття «соціального підприємництва» в розрізі нормативно-правового поля та його законодавчого закріплення. Саме тому державне регулювання сектора, соціального підприємництва має досягти своєї ефективності лише за умови його виваженості, яка поєднувала б у собі регулювання нормативно-правових актів та розподіл функцій діяльності між ринковими механізмами.

З погляду регулювання соціального підприємництва, дослідники схиляються до думки, що необхідність державного регулювання в цій сфері є важливим у питаннях підтримки та стимулювання. Адже в умовах ринкової економіки проявляється низка різноманітних негативних явищ (неповна зайнятість, монополізм, цінова нестабільність, поглиблення майнового розшарування, несправедливий розподіл доходів тощо), виникають важливі для розвитку суспільства сфери діяльності, які не привабливі для приватного бізнесу, спрацьовують обмежено або із запізненням ринкові механізми саморегулювання (ринок робочої сили) [3, с. 268]. Автори наголошують, що задля дієвості політики регулювання соціального підприємництва варто розуміти всю суть поняття «державне регулювання». Це дасть змогу виокремити конкретні інструменти регулювання соціального підприємництва згодом, адже в суті поняття закладено певний набір важелів та інструментів, сукупність форм та методів впливу держави на сферу соціального підприємства. Ураховуючи сутність та основні характеристики соціального підприємства, особливості державного регулювання діяльності його суб'єктів розкриваються саме на рівні формування засад державної підтримки її розвитку.

Отже, державне регулювання соціального підприємства має становити собою комплекс заходів органів законодавчої та виконавчої влади з інструментами, методами та важелями регулювання діяльності суб'єктів соціального підприємства. Автори сподіваються, що в післявоєнний час соціальне підприємство тісно співпрацюватиме з органами державної

влади та зможе досягти високого рівня партнерських відносин, адже це дасть змогу створити гарні умови для розвитку соціального підприємництва та надати саме ту підтримку, саме ту допомогу, яка буде необхідна.

Список використаних джерел

1. Ільченко В. М., Кисельов В. Р. Вплив військової агресії на розвиток соціального підприємництва. Сучасне підприємництво: проблеми теорії та практики : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2022. С. 170-173.
2. Чорнодід І. С., Голубев О. В. Теоретичні засади дослідження сутності соціального капіталу. Формування ринкових відносин в Україні. 2018. № 11 (210). С. 85-90.
3. Case C. M. What is a Social Problem? *Journal of Applied Sociology*. 1924. Vol. 8, N 5. P. 268-273.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Світлана Колач
канд.екон.наук, доцент

Зоряна Мирончук
канд.екон.наук, доцент

Орися Василина
Львівський національний університет
природокористування (Україна)

Закріплення державного суверенітету України у площині зовнішньої політики означає повноцінне представлення нашої держави в межах світового цивілізаційного простору як активного суб'єкта геополітики. Це є можливим за умови розвитку динамічного діалогу України з іншими країнами, що базуватиметься на дотриманні норм і принципів міжнародного права, взаємовигідній співпраці, безпеці та розумінні нашої державою сутності її національних інтересів.

У системі зовнішньоекономічних пріоритетів України євроінтеграція посідає первинне місце. У перспективі надзвичайно місткий і диверсифікований ринок Євросоюзу може стати потужними драйвером зростання української економіки. Над проблемами та перспективами європейської інтеграції України проацювало багато науковців, що пояснюється міжгалузеву специфікою цієї проблематики. Зокрема, окремі її аспекти знайшли своє відображення в працях таких вчених, як А. Багатеренко, Є. Головаха, І. Дахно, О. Кіндратець, О. Ковальова, А. Магазова, Н. Осадча, Ю. Палагнюк та інших.

Фінансові ресурси для реалізації Європейської політики сусідства виділяються через Європейський інструмент сусідства. Він передбачає фінансування окремих заходів (проектів) відповідно до Угоди про асоціацію, але не є джерелом фінансування її імплементації.

На рівні керівних органів ЄС нині Європейська політика сусідства підлягає ревізії й оновленню. Анексія Криму та війна з Російською Федерацією, громадянська війна в Сирії, конфлікт у Лівії підштовхують ЄС до пошуку нових форм і методів взаємодії з країнами-партнерами.

Основними принципами нової політики сусідства мають стати:

- сфокусованість на спільних інтересах ЄС і країн-партнерів;

- посилення гнучкості політичних і фінансових інструментів;
- урахування неоднорідності і різних умов розвитку південних та східних сусідів ЄС;
- посилення відповідальності партнерів за спільні заходи. Маємо зауважити, що окремі положення зазначеного документа засвідчують «здачу» позицій ЄС перед РФ і небажання захищати базові інтереси країн-партнерів в умовах військової агресії і порушення основоположних норм міжнародного права Росією.

Завдання, які Україна повинна виконати:

- ухвалення базових законів щодо реформування системи державної служби та служби в органах місцевого самоврядування;
- гармонізація виборчого законодавства шляхом його кодифікації;
- затвердження концепції реформи СБУ;
- удосконалення системи державного експортного контролю;
- реформування процедури скасування депутатської недоторканності;
- приєднання України до Розширеної часткової угоди Ради Європи про створення Групи зі співробітництва в боротьбі проти зловживання наркотиками та їх незаконним обігом (Група ПОМП);
- удосконалення антидискримінаційного законодавства в частині протидії множинній дискримінації та багато інших.

Європейська інтеграція на сучасному етапі — це магістральний напрям розвитку континенту, який визначить ситуацію в самій Європі у третьому тисячолітті, її місце у світі та поступово перетвориться на один із найпотужніших політичних і фінансово-економічних центрів сучасного світу, ключовий компонент новоствореної архітектури європейської безпеки, ядро системи європейських стандартів.

Список використаних джерел

1. Договірніо-правова співробітництва Україна-ЄС. Представництво України при Європейському Союзі, ВР України, Комітет з питань європейської інтеграції. URL: http://comeuroint.rada.gov.ua/komevoint/control/uk/publish/article;jsessionid=653A3AA1F0E0A3ED760591CBC45D1A8?art_id=55176&cat_id=47123.
2. Про невідкладні заходи щодо європейської інтеграції України : Указ Президента України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/127/2013>.
3. Прийняття Верховною Радою чергового пакету законів наближає Україну та ЄС до підписання Угоди про асоціацію. URL: <http://www.rnbo.gov.ua/news/1473.html>.
4. Савін С. Співпраця між Україною та ЄС в енергетичній сфері: здобутки та перспективи. URL: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/april08/7.htm>.

-
5. Інвестиційне співробітництво між Україною та ЄС. URL: <http://unesco.mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/european-integration/ukr-eu-investment>
 6. Три сценарії розвитку відносин Україна-ЄС після виборів 2012. URL: http://iwrp.org.ua/img/tri_czenari_ukr.pdf.
 7. Європейський проект та Україна : монографія / А. В. Єрмолаєв, Б. О. Парахонський, Г. М. Яворська, О. О. Резнікова [та ін.]. Київ : НІСД, 2012. С. 111-117.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНУ СИТУАЦІЮ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Ольга Комеліна

д. екон. наук, професор

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

Ліліана Логвиненко

студентка

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

Глобалізація та євроінтеграція – два важливі процеси, які сьогодні активно впливають на соціально-економічну ситуацію в Україні. Глобалізаційні процеси впливають майже на всі аспекти функціонування країни, бізнесу, соціуму, навколишнього середовища насамперед через збільшення обсягів міжнародної торгівлі, міжнародних інвестицій, перенесення технологій і капіталу. Глобалізація створила світ, де обмін інформацією відбувається миттєво, незалежно від місця знаходження підприємства, а кордони між країнами стираються, щоб забезпечити подальший розвиток бізнесу через механізми поглиблення взаємозв'язку та взаємозалежності національних економік [1]. Отже, глобалізація сприяє підвищенню рівня прозорості економічних бар'єрів між країнами, створенню міжнародних ринків, має значний вплив на місцеву економіку, а також стан її ринку праці, рівень та умови зайнятості, реалізацію соціальних прав працівників, соціальну нерівність населення тощо. Наприклад, офшоринг, як одна із сучасних ознак глобальної конкуренції, супроводжується перенесенням великими міжнародними компаніями виробництва в країни з нижчим рівнем заробітної плати та соціального захисту працівників, що супроводжується так званим соціальним демпінгом [2]. Пандемія (COVID- 2019) та її наслідки також є певним проявом глобалізаційних процесів, що супроводжувалися поширенням захворюваності та смертності майже в усіх країнах світу та істотно вплинули на їх соціально-економічну ситуацію.

Важливу роль в у глобалізаційних процесах відіграють такі міжнародні організації, як Світова організація торгівлі (СОТ) та Міжнародний валютний фонд (МВФ). Основними завданнями СОТ є контроль і лібералізація

міжнародної торгівлі, забезпечення основ ведення переговорів й оформлення торговельних угод, підвищення обізнаності про масштаби і вплив міжнародної економічної політики країн світу. МВФ надає консультації з питань політики та фінансування для країн-членів, які стикаються з економічними труднощами, і працює з країнами, що розвиваються, допомагаючи їм досягти макроекономічної стабільності та скорочення бідності.

Глобалізація впливає на всі аспекти української економіки, включаючи ринок праці, фінансову систему й інфраструктуру. Під впливом глобалізації підприємства і Україна в цілому стають активними на міжнародному рівні. Однією з переваг глобалізації для України є збільшення виробництва й експорту товарів, що призводить до зростання ВВП й зниження рівня бідності. Ставши впливовим суб'єктом міжнародних відносин, Україна має можливість використовувати переваги глобалізації для власного розвитку, тоді як залишаючись об'єктом впливу зовнішніх сил, вона може відчутти на собі лише негативні наслідки. Стратегія входження України у світовий простір має ґрунтуватися на наявному ресурсному, економічному, соціально-політичному й духовно-інтелектуальному потенціалі.

Євроінтеграція має на меті наблизити Україну до ЄС і сприяти демократії та економічному розвитку в Україні. У контексті європейської інтеграції Україна як країна – кандидат у члени у ЄС отримує підтримку та допомогу від ЄС у різних формах (консультації у правовій сфері, сфері демократизації суспільного життя, антимонопольного регулювання тощо), зокрема у вигляді фінансової та технічної допомоги. Європейський Союз також допомагає Україні у реформуванні судової системи, проведенні антикорупційних заходів та розвитку бізнес-середовища. Однак Україна стикається із значними викликами на своєму шляху до євроінтеграції та глобалізації. Одними з найбільших проблем є недостатня реформація судової системи та високий рівень корупції, що є перешкодами для бізнесу та інвестицій. Крім того, недостатність технологічних інновацій ускладнює впровадження глобальних технологій і процесів в українську економіку.

Підсумовуючи, підкреслюємо, що глобалізація та євроінтеграція є важливими процесами, які впливають на соціально-економічну ситуацію в Україні. Для нашої держави перспективи глобалізації та євроінтеграції є доволі позитивними. Вони відкривають можливості для зростання й розширення обсягів торгівлі та інвестицій, що теж сприяє зростанню ВВП і підвищенню рівня життя. Щоб забезпечити успішну євроінтеграцію та глобалізацію, Україні необхідно продовжувати проводити реформи та боротися з корупцією, розвивати інфраструктуру й впроваджувати нові технології. Тільки так Україна зможе підвищити свою конкурентоспроможність та забезпечити сталий економічний розвиток країни.

Список використаних джерел

1. Ткач Д., Білокур Г. Вплив глобалізації на розвиток міжнародних соціально-економічних процесів. Вчені записки Університету «КРОК». 2022. № 4(68). URL: <http://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/543/567>
2. Grycuk A. Klastry a rozwój regionalny. Klaster usług biznesowych w Krakowie. Studia BAS, 2017. 144 s.
3. Міжнародне безпекове середовище: виклики і загрози національній безпеці України. Київ : НІСД, 2013. С. 60–64.

УДК 005.936.3(477)

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Ольга Комеліна
д. екон. наук, професор

Дарія Хоруженко
студентка

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

В умовах динамічного розвитку завжди постає питання про забезпечення належних дій щодо удосконалення тих чи інших процесів на підприємстві. Добре відомо, що впровадження інновацій є гарним інструментом для досягнення цієї мети.

Дедалі частіше інновації виступають чи не головним чинником ефективності діяльності підприємства. У широкому розумінні їх можна аналізувати як такі, що допомагають прибутково використати ідеї чи винаходи у вигляді нового продукту, послуги, організаційно-технічного чи соціально-економічного рішення певного характеру (фінансового, виробничого, комерційного тощо) [1]. Слід зазначити, що інновації не просто впливають на конкретну галузь, де їх впроваджуються, а й на організацію в цілому, адже існує певна взаємозалежність, що тягне за собою зміни в господарській структурі.

Тим не менш, на цьому етапі більшість підприємств України все ще дотримуються консервативної бізнес-моделі [2], за якої управління зосереджене на виконанні конкретних функцій (керування ресурсами, персоналом, маркетинг тощо). Зважаючи на висококонкурентне середовище світової економіки, економічне зростання може бути досягнуто лише на основі інноваційного перетворення техніко-технологічного базису суспільного виробництва. Успадкований Україною від різних етапів становлення і кризисних потрясінь високий рівень зношення та вибуття основних засобів лише частково компенсується за рахунок реноваційних процесів, а обсяги інвестицій мають чи нульове, чи від'ємне значення, тобто на грані звужувального відтворювального процесу [3].

Євроінтеграційні процеси мають докорінно змінити таку ситуацію, а підприємства мають перейти на інноваційну бізнес-модель, що надаватиме конкурентні переваги українським підприємствам перед закордонними. Задля досягнення цієї мети мають відбутися такі зміни:

- модернізація підприємств України завдяки встановленню державою та банківськими установами сприятливих умов кредитування та інвестування, що значно розширить внутрішній ринок;
- створення науково-виробничих кластерів, які виступатимуть зв'язком між науково-дослідними інститутами та виробничими підприємствами, що допоможе інноваційному розвитку;
- розроблення нормативно-правових актів, які б спрощували інноваційні процеси (зниження податкового навантаження, заохочення до подальшого інвестування прибутку);
- розроблення та впровадження національних програм з оновлення основних фондів;
- популяризація сучасних методів менеджменту, маркетингу і логістики.

Упровадження інноваційної моделі бізнесу має відбуватися у всіх сферах суб'єкта господарювання – від виробництва до відносин зі споживачем. Інновації повинні охопити також підхід до відносин у колективі, систему організації та мотивації праці співробітників усіх рівнів – від топ менеджменту до основних і допоміжних робітників на виробництві. Проаналізуємо детальний план як це має відбуватися.

Як бачимо з табл. 1, процес інноваційного розвитку підприємства охоплює декілька етапів і передбачає якісну зміну структури діяльності, а також створює передумови для більш ефективного використання ресурсів: матеріальних, трудових, фінансових, економічних тощо.

Таблиця 1

**Внутрішньоорганізаційний шлях упровадження
інновацій на підприємстві**

Етап	Деталізація
Виявлення необхідності в новітній технології	Керівник бачить проблему та починає пошуки шляхів її розв'язання. Визначають необхідність новітньої технології. Члени організації переконуються у важливості нововведення.
Пошук та обробка інформації	Збирання детальної інформації задля обізнаності про інновацію.
Попередній вибір новітньої технології	Зібрана інформація оцінюється та аналізують, обирають оптимальний варіант

Ухвалення управлінського рішення про впровадження новітньої технології	Відбувається розроблення та затвердження рішення про впровадження інновацій у виробництво
Упровадження	Початок використання нової технології
Інституціоналізація	Рутинізація, дифузія

Таким чином, процес євроінтеграції України вплине на економічні процеси і потягне за собою кардинальні зміни в процесах управління. Задля досягнення успіху на конкурентному ринку підприємства мають бути гнучкими і готовими до внутрішніх перетворень. Лише розвиваючи власний інноваційний потенціал, українські підприємства можуть зберігати власні лідерські позиції.

Список використаних джерел

1. Процик І. С., Криван І. В. Інновації на підприємствах: сутність та переваги впровадження. Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф. м. Львів, 19-21 травня 2019 р. Львів, 2019. С. 350-351.
2. Скібіцька Л. І. Бізнес-моделі та новітні інформаційні технології. Підприємництво та інновації. 2021. № 21. С. 65-71.
3. Вініченко І. І. Економічна сутність НТП, інновацій та їх роль у розвитку промисловості. Економіка і держава. 2018. № 4.

ФУНКЦІЙ ФОНДОВИХ БІРЖ У РОБОТІ З ФОНДОВИМ РИНКОМ

Іван Коркуна

*канд.екон.наук, доцент кафедри економіки
та менеджменту, академік ТАУ*

Степан Мацюк

аспірант

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Фондова біржа — організаційно оформлений, постійний ринок, на якому здійснюють торгівлю цінними паперами; акціонерне товариство, яке зосереджує попит і пропозицію цінних паперів, сприяє формуванню їх біржового курсу та здійснює свою діяльність відповідно до чинного законодавства, статуту і правил фондової біржі [1].

Перші фондові біржі були засновані у XVI ст. в Нідерланди (м. Амстердам), на них продавали акції британських і голландських торгових компаній. У XVII-XVIII ст. були засновані фондові біржі – Лондонська (1773р.), Філадельфійська (1773 р.), Нью-Йоркська (1792 р.), Токайська фондова біржа Японії (1878 р.), Київська біржа України (1878 р.). правонаступником Київської біржі є Українська фондова біржа, яка була створена 1991 року.

Цінні папери (ЦП), з якими працює фондова біржа, – це акції, облігації, державні боргові зобов'язання, деривативи, а також похідні від них.

Дериватив – стандартний документ, що засвідчує право та/або зобов'язання придбати чи продати в майбутньому цінні папери, матеріальні або нематеріальні активи, а також кошти на визначених ним умовах. [1]

Найпоширеніша модель фондової біржі – це приватне акціонерне товариство, яке засноване як кластер рівноправних членів, які купили місце для ведення торгів на фондовій біржі. Не членам акціонерного товариства заборонено здійснювати операції на біржі. Основними учасниками біржового ринку є емітенти – корпорації, що випускають ЦП, інвестори, які купують ЦП та інвестиційні інститути – фінансові брокери, посередники, інвестиційні фонди, інвестиційні компанії, інвестиційні консультанти. За дорученням клієнта укладають договір купити або продати певну кількість ЦП на відповідних умовах. Договір реєструють через електронну систему фондової біржі після його укладення. Грошові розрахунки між сторонами

здійснюють у межах визначеного часу (у США протягом п'яти днів). Для кожного договору відбувається новий аукціон, біржові ціни декілька разів на день можуть змінюватися та публікуватися у пресі. Фінансовий стан біржі аналізують на основі різних показників фондового ринку – індексів. Найбільш поширеним індексом на Нью-Йоркській фондовій біржі є індекс Доу-Джонса, Токайській фондовій біржі – Нікей, Німецькій фондовій біржі – Дах.

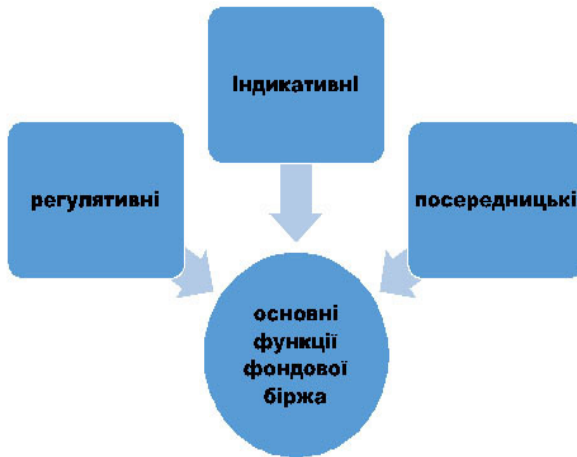


Рис.1. Основні функції фондової біржі

Суть регулятивної функції фондової біржі полягає в організації торгівлі цінними паперами, встановлюють відповідні вимоги до емітентів, які виставляють на біржові торги ЦП, представляють процедуру укладення та виконання угод, проводять контроль за діяльністю суб'єктів біржової торгівлі (рис.1). Метою контролю є забезпечення достовірності котирування ЦП та надійності торгів на біржі.

Суть індикативної функції полягає в оцінюванні вартості й зацікавленості в ЦП. Відбувається процес котирування ЦП, який дає інвесторові інформацію про якісну і вартісну оцінку ЦП та динаміку їх руху. Це є передумовою для правильного та достовірного механізму торгівлі, хоча можуть виникати механізми спекуляції з ЦП. Водночас це є важливим чинником діяльності емітентів.

Суть посередницьких функцій полягає в тому, що фондова біржа надає достатні умови для торгівлі ЦП емітентам, посередникам, інвесторам. На біржі торговельні угоди укладають брокери, які працюють від імені своїх клієнтів інвесторів, емітентів чи фінансових посередників для купівлі чи продажу

ЦП. Право власності на ЦП залишається за клієнтом, і отримані кошти від реалізації належать йому. Брокер отримує дохід за рахунок комісійних від укладання угоди. На фондовій біржі в торгівля ЦП беруть участь дилери, які купують ЦП у брокерів для наступного перепродажу. Їхній дохід – це спред між купівлею і продажом ЦП.

Отже, узагальнюючи наведене, функції фондової біржі можна показати [2] на рис. 2.



Рис.2. Функції фондової біржі

Отже, основні завдання фондової біржі полягають у забезпеченні та підтриманні балансу попиту і пропозицій, унеможливленні шахрайства, забезпеченні для усіх охочих можливості інвестувати в те, що вони хочуть, і підтримуванні чесності бізнес-процесів.

Список використаних джерел

1. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
2. Основні функції фондової біржі. URL: https://pidru4niki.com/74658/ekonomika/osnovni_funktsiyi_

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ПЕРЕХОДУ ДО ІНДУСТРІЇ 5.0

Олександр Левченко
д. екон. наук, професор

Ольга В'юник
канд. екон. наук, доцент

*Центральноукраїнський національний
технічний університет (Україна)*

В умовах становлення Індустрії 4.0 та поступового переходу до Індустрії 5.0 переважна більшість держав світу під час обґрунтування пріоритетів свого економічного, соціального, екологічного, політичного розвитку орієнтуються на використання новітніх технологій. Стають актуальними питання впровадження інноваційних змін, цифрової трансформації економіки і життя суспільства, реалізації смартспеціалізацій під час планування розвитку територій, формування глобальної мережі речей і послуг [1].

В контексті поствоєнного відновлення та розвитку економіки України важливим є врахування низки важливих сучасних трендів:

- прискорене впровадження досягнень цифрової економіки, сучасних інформаційно-комунікативних технологій, засобів цифрової взаємодії та інформатизації усіх сфер економіки й суспільного життя;
- розвиток мережевої економіки та сприяння підвищенню ефективності горизонтальної інтеграції;
- сприяння розвитку інноваційних екосистем та підвищення їх стійкості до негативних зовнішніх впливів;
- запровадження принципів оптимального та ефективного використання всіх видів ресурсів;
- дотримання принципів сталого розвитку (поєднання економічних, соціальних та екологічних пріоритетів);
- запровадження принципів циркулярної економіки;
- надання пріоритету екологічним аспектам та розбудові «зеленої економіки»;
- дотримання гуманістичних підходів та збереження людського потенціалу, розвиток інклюзії в усіх сферах;
- зміцнення та розвиток надійних ланцюгів створення доданої вартості тощо.

В умовах становлення Індустрії 4.0 та подальшого переходу до Індустрії 5.0 актуалізовано такі вимоги до людських ресурсів:

- стресостійкість керівників і персоналу;
- здатність діяти у критичних умовах та здійснювати антикризове управління;
- спроможність до швидкого ухвалення рішень;
- здатність до конструктивного розв'язання конфліктних ситуацій;
- навички дбання про екологію, охорону навколишнього середовища, збереження та раціональне використання ресурсів;
- схильність безперервно підвищувати свій професійний рівень;
- здатність опановувати сучасні інформаційно-комунікативні технології, долати відповідний «цифровий розрив»;
- зацікавленість брати активну участь у громадській діяльності, волонтерській роботі;
- розуміння людини як найвищої цінності, прагнення до врахування потреб людини (колег, клієнтів, оточення), здатність до емпатії, набуття рис соціально відповідальної особистості;
- готовність до надання психологічної допомоги, роботи з ПТСР (посттравматичним стресовим розладом), забезпечення інклюзивності.

Список використаних джерел

1. Краус К. М., Краус Н. М., Радзіховська Ю. М. Світова практика реалізації індустрії 4.0: платформи, інструменти, бенчмаркінг. *European scientific journal of economic and financial innovation*. 2022. № 1. С. 91-104.

MANAGEMENT IN CONDITIONS OF GLOBAL UNCERTAINTY

Andrii Lytvynenko

PhD in Economics

Symon Kuznets Kharkiv National University of Economics

In recent years, the world has witnessed unprecedented levels of global uncertainty, ranging from economic instability to geopolitical tensions and public health crises. The Covid-19 pandemic, for instance, has highlighted the fragility of many economies, disrupted supply chains, and caused massive layoffs, while also posing significant challenges to governments, businesses, and individuals worldwide. In this context, effective management strategies that help to navigate the complex and uncertain environment are crucial for organizational success.

Global uncertainty presents a range of challenges for managers. One of the most significant challenges is the difficulty of forecasting future events and trends, which can affect decision-making processes. For example, businesses that rely on global supply chains may find it hard to plan for the future, given the volatility of markets and the possibility of unexpected disruptions. Additionally, political instability and economic downturns can make it challenging for managers to identify and pursue new opportunities, such as expansion into new markets or the development of new products or services. Another significant challenge of global uncertainty is the potential for increased risk and uncertainty, which can lead to more conservative decision-making. In such a context, managers may be more likely to adopt risk-averse strategies, such as reducing investment or delaying new initiatives, which can limit growth and innovation. Despite these challenges, managers can adopt strategies that enable them to navigate the complex and uncertain environment effectively. Some of the most effective strategies include a developing a robust risk management plan: a well-designed risk management plan can help businesses anticipate and mitigate potential risks, reducing the impact of global uncertainty on organizational performance. Such a plan should include a detailed analysis of potential risks and their potential impact, as well as a range of strategies for managing these risks.

Agile management involves a flexible and adaptable approach to decision-making, allowing businesses to respond quickly to changing circumstances. This approach involves identifying key opportunities and risks, prioritizing actions, and continually monitoring and adjusting strategies as necessary.

Investing in innovation and diversification can help businesses to adapt to changing circumstances and identify new opportunities for growth. This can include developing new products or services, exploring new markets, and investing in research and development. Developing strong relationships with stakeholders, including employees, customers, suppliers, and partners, can help businesses to navigate global uncertainty. By working collaboratively and transparently with stakeholders, businesses can build trust and resilience, enhancing their ability to manage unexpected events.

In conclusion, effective management strategies are critical for navigating the complex and uncertain global environment. While global uncertainty presents significant challenges, managers can adopt strategies such as risk management, agile management, innovation, diversification, and stakeholder engagement to navigate the environment effectively. By adopting these strategies, businesses can improve their resilience, enhance their performance, and seize new opportunities for growth and success.

Referencies:

1. Ekonomichna polityka derzhavy: problemy suchasnoho stanu / Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku finansovo-kredytnoi systemy Ukrainy : kolektyvna monohrafiia - Poltava: PP «Astraia», 2021. – 86 p.

УДК 330.3:336:355.01(477)

АНАЛІЗ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Василь Мандрик

канд. екон. наук, доцент

Національний лісотехнічний університет України (Україна)

Володимир Мороз

канд. екон. наук, доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка (Україна)

Система формування бюджету будь-якого рівня динамічно розвивається залежності від еволюції суспільних потреб, глибини перетворень в економіці та соціальній сфері, змін економічної кон'юнктури тощо. Доходи Державного бюджету залежать від таких чинників, як стан економічного розвитку держави, рівень сплати платежів до бюджету, ефективність системи контролю за цими платежами. У сучасних умовах бюджетного реформування актуальною постає проблема формування стабільної фінансової бази для реалізації усіх функцій та завдань, покладених на органи державної влади та місцевого самоврядування. Водночас повинен бути забезпечений безперервний процес бюджетних надходжень, пошуку альтернативних джерел формування доходів бюджетів, виявлення відповідних резервів їхнього зростання, а також їх оптимізації. У зв'язку з цим, дедалі більше привертається увага до питань, пов'язаних із формуванням і використанням коштів Державного бюджету України [1].

Під час війни державний бюджет України зазнає значних змін, зокрема значна його частина призначена на безпеку та оборону країни (1,293 трлн з 2,6 трлн), що становить майже половину видатків України у наступному році [2]. За такою умовою не варто забувати, що дефіцит бюджету становить 38 мільярдів доларів [3], також існують значні ризики щодо його наповнення та надзвичайно високий державний борг понад 100% до ВВП.

У бюджеті України на 2023 рік вперше заплановано витратити таку значну суму, близько 2,6 трлн гривень видатків. Для порівняння у бюджеті, котрий було ухвалено у грудні 2021, на 2022 рік витрати були закладені на суму 1,5 трлн грн. Однак після повномасштабного вторгнення РФ в Україну витрачено значно більше.

В основному наведені зміни пов'язані із запровадженням воєнного стану в Україні та підвищенням обороноздатності і безпеки держави (рис.1).

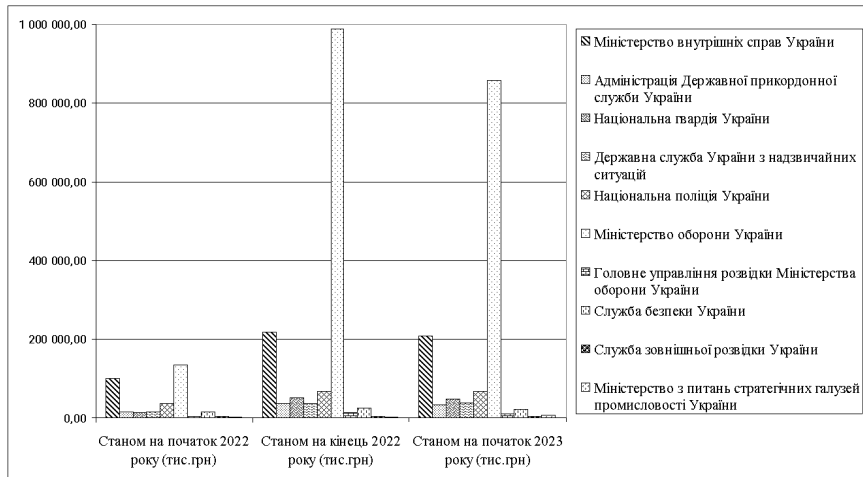


Рис.1. Витрати міністерств та відомств пов'язаних із безпекою та обороною України протягом 2022 – 2023 рр. з державного бюджету.

Значні зміни відбулися впродовж 2022 – 2023 років у дохідній частині Державних бюджетів України. Насамперед вони пов'язані військовими діями на території України. Так, у першому абзаці статті 1 ЗУ “Про Державний бюджет України на 2023 рік” за № 2710-IX, від 03.11.2022р. [2] визначено на 2023 рік: доходи Державного бюджету України в сумі 1 329 260 090,6 тис. гривень, зокрема доходи загального фонду Державного бюджету України у сумі 1 173 110 743,7 тис. гривень та доходи спеціального фонду Державного бюджету України у сумі 156 149 346,9 тис. гривень, згідно з додатком № 1 до цього Закону.

У розв'язанні проблеми з дефіцитом бюджету у 2023 році Україна планує покрити з допомогою партнерів, зокрема США, Євросоюзу та Міжнародного валютного фонду (таку заяву зробив прем'єр-міністр України Денис Шмигаль на засіданні кабінету міністрів України 4 листопада 2022р.).

Аналіз державного бюджету України на 2023 рік вказує на значний його дефіцит у сумі 1,3 трлн гривень, ця проблема є нагальною, однак вона залишається нерозв'язаною попри обіцянки й запевнення в підтримці міжнародних партнерів України.

Список використаних джерел

1. Квасній М. М. Аналіз та особливості динаміки бюджету України в умовах трансформаційних змін. *Socio-Economic Problems of the Modern Period of Ukraine*. 2018 Вип. 2(130). С. 19-24.
2. Про державний бюджет України на 2023 рік : Закон України від 03 листопада 2022 року, № 2710-IX. URL: <https://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/2710-20#Text>
3. Павло К. Максимум на оборону, чимало на дороги та майже 2 мільярди на Єдиний телемарафон: бюджет-2023. URL: <https://hromadske.ua/posts/maksimum-na-oboronu-chimalo-na-dorogi-ta-majzhe-2-milyardi-na-yedinij-telemarafon-byudzheth-2023?topic=ekonomika>.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

Оксана Мельничук
канд. екон. наук, доцент

Наталія Телічко
канд. екон. наук, доцент

Марія Левіна-Костюк
канд. екон. наук, асистент

Одеський державний аграрний університет (Україна)

Ірина Ажаман
д. екон. наук, професор

*Одеська державна академія будівництва
та архітектури (Україна)*

Формування та закріплення позитивного іміджу на світовому ринку передбачає, що українська агропродовольча продукція має бути, найперше, якісною і чітко відповідати вимогам міжнародних стандартів. Основою забезпечення конкурентоспроможності агропродовольчих товарів та зростання обсягів їх експорту є реалізація відповідних заходів у сфері управління якістю продукції, послуг, процесів та інших аспектів діяльності сільськогосподарських підприємств; усвідомлення важливості цього питання власниками і менеджерами всієї управлінської вертикалі, донесення зазначених положень до кожного найманого працівника, потужна державна підтримка аграрного сектору.

Основне завдання українського уряду та самих представників агропродовольчого бізнесу – посилювати свої позиції на зовнішньому ринку та забезпечувати можливість внутрішніх та іноземних споживачів купувати дійсно якісні харчові товари й бути впевненими в їх безпечності для власного здоров'я.

Україна є сильним аграрним гравцем на світовому ринку, адже постачає свої аграрні та харчові продукти на ринки майже 190 країн, її продукція

користується там попитом, зокрема серед споживачів країн ЄС, Азії та Африки [1]. Відповідальне ставлення України щодо реформування законодавчої бази, яка регулює якість продовольства, на шляху до членства в ЄС підтверджується тим, що наша держава адаптувала своє аграрне законодавство до європейських стандартів більше як на 60% [2]. На шляху до забезпечення високого рівня якості агропродовольчої продукції Україна співпрацює з низкою міжнародних організацій [3], які працюють над розв'язанням цих питань.

Як бачимо з рис. 1, конкурентоспроможність агропродовольчої продукції України та розширення можливостей її експортування має забезпечуватись через призму управління якістю, адже якість усіх процесів, що супроводжують виробництво та реалізацію агропродовольчої продукції на шляху до внутрішнього чи зовнішнього споживача є ключовим аспектом успіху суб'єктів підприємницької діяльності.



Рис. 1. Складові забезпечення конкурентоспроможності агропродовольчої продукції

Кожен окремий учасник АПК України, будуючи свою систему менеджменту, ґрунтується на положеннях сучасних концепцій управління якістю.

Активно створюються та сертифікуються системи управління якістю, які ґрунтуються на принципах постійного поліпшення якості та усвідомлення того, що якість кінцевого продукту залежить від кожної ланки, яка бере участь у його створенні та доведенні до кінцевого споживача, а саме: від якості виробництва й переробки сільськогосподарської продукції; якості функціонування підприємств, які забезпечують ці процеси кваліфікованими кадрами, науковими розробками, сировиною, технічним та енергетичним обладнанням, технологіями зберігання, засобами захисту рослин, організацією транспортування, фінансуванням; розроблення досконалої законодавчої бази, що регулює означені питання на міжнародному та внутрішньому рівнях; належної організації здійснення процесів сертифікації робіт і послуг.

Список використаних джерел

1. Трофімцева О. HACCP обов'язкова для всіх: як та навіщо впроваджувати. URL: <https://agroportal.ua/blogs/haccp-obyazatelna-dlya-vsekh-kak-i-zachem-vnedryat>
2. Сільське господарство України наближене до євростандартів більше як на 60%. URL: <https://agroportal.ua/news/ukraina/silске-gospodarstvo-ukrajini-pristosovane-do-yevrostandartiv-bilshe-yak-na-60>
3. Міжнародні організації. Держпродспоживслужба. URL: <https://dpss.gov.ua/mizhnarodne-spivrobotnictv/mizhnarodni-organizaciyi>

УДК 330.341.1:334.722(477)

АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК НАПРЯМ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Інна Міняйленко
канд.екон.наук, доцент

Остан Кравченко
магістрант

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

Відповідно до рекомендацій Конференції ООН зі сталого розвитку (Ріо-де-Жанейро, 2012 р.) вивчення зазначених проблем є пріоритетними за формування інноваційної політики держав. Основними напрямками сталого розвитку є впровадження інновацій суспільного розвитку, інновацій у користуванні ресурсами навколишнього середовища й економіко-технологічних інновацій як рушійної сили сталого зростання [1].

У міжнародній практиці для визначення рівня інноваційного підприємництва Всесвітня організація інтелектуальної власності щорічно формує Глобальний інноваційний індекс.

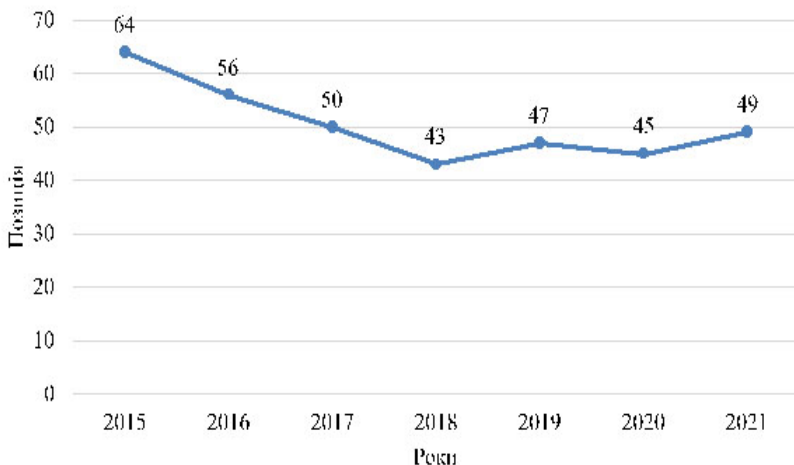
Цей індекс характеризує інноваційний розвиток країни та враховує такі 7 ключових індикаторів відповідно зазначених ЦСР: інституційне середовище, людський капітал і дослідження, інфраструктура, ринковий досвід, бізнесовий досвід, отримання знань та технології (науково-практичні результати), результати творчої діяльності.

В узагальненому вигляді індекс ураховує наявні ресурси країни та створені умови для розвитку інноваційного підприємництва, а також досягнуті практичні результати в реалізації цілей сталого розвитку. У табл. 1 наведено Глобальний інноваційний індекс країн за 2021 р. [2].

На основі наведених даних можемо зробити висновок про те, що найбільш інноваційною країною є Швейцарія. У цій країні створено найкращі умови для існування та розвитку інноваційного підприємництва. У звіті з Глобального інноваційного індексу зазначається, що у 2021 р. в умовах пандемії COVID-19 більшість країн збільшували інвестиції в інноваційну діяльність. Це підтверджує те, що інноваційні ідеї мають вагомe значення для подолання пандемії та забезпечення економічного зростання. Україна

в цьому рейтингу посідає 49 позицію та є позаду. Найгірші позиції Україна має за такими індикаторами, як інституційне середовище та інфраструктура. Відповідно, нашій країні слід розвивати інфраструктуру, зокрема через створення технопарків, а також удосконалювати нормативно-правове поле регулювання інноваційної діяльності.

На рис. 1 можемо спостерігати динаміку позиції України у Глобальному інноваційному індексі за 2015-2021 рр. [2].



України в Глобальному інноваційному індексі за 2015-2021 рр.

Позиції України протягом аналізованого періоду постійно змінювалися. Найгірша позиція була зафіксована 2015 р., коли Україна посідала 64 місце. Україна суттєво поступається в розвитку інноваційного підприємництва. З огляду на це доцільно нашій державі вивчати та наслідувати кращий міжнародний досвід із підтримки та розвитку інноваційного підприємництва. Особливо актуально це в умовах нагальної потреби у зміцненні національної економіки країни та вступу України в ЄС.

Список використаних джерел

1. Нежиборець В. Інноваційне підприємництво як складова економічного зростання. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2014. № 1. С. 63-71.
2. Global Innovation Index 2021. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf (дата звернення: 11.05.2022).

РОЗУМНІ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ЯК ЗАСІБ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У СПІВПРАЦІ З ЄС

Інна Міняйленко
канд.екон.наук, доцент

Антон Потьома
магістрант

Володимир Гужва
магістрант

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

Незалежно від формулювання стратегічних завдань регіону на майбутній період обов'язковим є впровадження смартспеціалізації, що забезпечить економічне зростання та підвищить конкурентоспроможність регіонів.

У 2010 році ЄС виклав своє бачення розвитку європейської ринкової економіки в стратегії Європи 2020, метою якої є подолання структурних недоліків шляхом розвитку трьох взаємно підсилювальних пріоритетів:

- розумний розвиток, що базується на знаннях та інноваціях;
- сталий розвиток, що забезпечує більш ефективне використання ресурсів і конкурентоспроможність;
- всеохоплюючий розвиток, що сприяє зростанню рівня зайнятості економічно активного населення, соціальної та територіальної цілісності.

Частиною програми «Європейська стратегія» 2020 є адаптована Європейською комісією ініціатива «Інноваційний союз». Ця ініціатива встановлює всебічну інноваційну стратегію для розбудови європейської спроможності в межах розумного, сталого і інклюзивного розвитку та презентує концепцію смартспеціалізації (S3).

Розумна спеціалізація - це підхід, що характеризується виявленням стратегічних напрямків для втручання (підтримки), що базується як на аналізі сильних і потенційних можливостей економіки, так і на процесі підприємницького пошуку (Entrepreneurial Discovery Process) зі значною участю зацікавлених сторін. Це зовнішній аспект, який охоплює широкий погляд на інновації містить і не обмежується лише технологічними підходами, підтримуваними ефективними механізмами моніторингу спеціалізації https://carpathia.gov.ua/sites/default/files/imce/190523_sssr.pdf.

Основні принципи їх впровадження:

1) Розумна спеціалізація — це місцевий підхід, який означає, що він ґрунтується на активах та ресурсах, доступних регіонам, та їхніх конкретних соціально-економічних викликах, щоб виявити унікальні можливості для розвитку та зростання;

2) наявність стратегії означає зробити вибір для інвестування. Держави-члени та регіони повинні підтримувати лише обмежену кількість добре визначених пріоритетів для інвестицій та/або кластерів на основі знань. Спеціалізація означає зосередження уваги на конкурентних перевагах і реалістичних потенціалах зростання, підтримуваних критичною масою активності та підприємницькими ресурсами;

3) визначення пріоритетів не повинно бути процесом зверху вниз, вибору переможця. Це має бути комплексний процес залучення зацікавлених сторін, який зосереджується на «підприємницькому пошуку», який є інтерактивним процесом, за якого ринкові сили й приватний сектор відкривають й публікують інформацію про нові заходи, а уряд оцінює результати та надає повноваження особам, найбільш спроможним реалізувати цей потенціал;

4) стратегія має охоплювати широкий погляд (підхід) на інновації, підтримуючи технологічні, а також практичноорієнтовані та соціальні інновації. Це дасть змогу кожному регіонові формувати вибір політики відповідно до їхніх унікальних соціально-економічних умов;

5) добра стратегія повинна містити надійну систему моніторингу та оцінювання, а також механізм перегляду для оновлення стратегічного вибору. https://carpathia.gov.ua/sites/default/files/imce/190523_sssrr.pdf

Інтеграція України в європейське співтовариство передбачає розроблення стратегічного планування просторового розвитку регіону, що містить елементи розумної спеціалізації. На сьогодні європейський підхід щодо формування стратегій як на державному рівні, так і на рівні регіону на основі смартспеціалізацій впроваджено у 12 країнах. Це новий інструментарій стратегічного планування просторової політики, що ґрунтується на використанні інноваційно-інвестиційного потенціалу, формуванні принципово нової структури економіки регіону з урахуванням нових «точок росту», створенні конкурентних видів економічної діяльності. В Україні на урядовому рівні зазначено, що смартспеціалізація – це можливість обернути синергію науки, бізнесу та місцевого самоврядування на абсолютно нові інвестиційні перспективи регіонів та вивести громади на новий рівень розвитку.

Національна/регіональна стратегія дослідження та інновацій для смартспеціалізації – це інтегрована, локальна програма трансформації, що спрямована на таке:

- урядову підтримку та інвестиції для ключових регіональних пріоритетів, проблем і потреб для розвитку наукоємного виробництва,

включно із заходами, пов'язаними з інформаційно-комунікаційними технологіями (ІКТ);

- індивідуальний підхід і конкурентні переваги, що впливають зі спроможності регіону;
- підтримку розвитку технологічних і практичних інновацій за допомогою стимулювання інвестицій бізнес-середовища;
- заохочення стейкхолдерів до активної участі в регіональному розвитку;
- є конструктивною, емпіричною та містить ретельний моніторинг та систему оцінювання.

Угодою про асоціацію України з Європейським Союзом передбачено економічну інтеграцію та включення до глобального ланцюга доданої вартості через ідеї розумної спеціалізації. Застосування такого підходу є ключовим елементом співробітництва відносно можливого використання європейських структурних та інвестиційних фондів й основою процесів децентралізації.

Інноваційна система розроблення просторових стратегій з урахуванням критеріїв смартспеціалізації передбачає зміну підходів до корегування структури економіки, вияв ключових, структуроформувальних видів економічної діяльності на основі моделювання з урахуванням ресурсних та інвестиційних обмежень, розв'язання соціальних та екологічних завдань територіальних громад.

Основний принцип смартспеціалізації полягає у фокусуванні знань та їх поєднанні з обмеженою кількістю пріоритетних видів економічної діяльності, щоб країни та регіони стали конкурентоспроможними у світовій економіці. Такий підхід дає змогу регіонам скористатися ефектом передачі знань (knowledge spillovers) та використовувати нові знання, що є важливим чинником продуктивності. Інакше кажучи, смарт спеціалізація – це створення унікальних ресурсів і можливостей на основі унікальних промислових, галузевих структур та відповідної бази знань.

Попередні регіональні інноваційні стратегії мали декілька недоліків:

- брак міжнародної та транскордонної перспективи, регіональна інноваційна та економічна система досить часто залишалися ізольованими;
- вони не відповідали виробничо-економічній структурі регіону;
- недостатня участь бізнес-сектора в розвитку науково-дослідних напрацювань;
- відсутність ретельного аналізу регіональних ресурсів та активів;
- упровадження чужих елементів і систем та копіювання розвинутих регіонів без зважання на місцеві особливості.

Як результат, політика у сфері регіональних інновацій часто демонструвала недостатню ефективність у процесі визначення пріоритетів та моделей

міжрегіональної співпраці. В умовах економічної кризи ця проблема постає ще гостріше, адже державні та приватні фінансові ресурси є обмеженими. Таким чином, концепція смарт спеціалізації сприяє ефективному синергетичному використанню державних інвестицій, підтримує країни / регіони в розбудові їх інноваційного потенціалу, одночасно фокусуючи обмежені людські та фінансові ресурси на декількох конкурентоспроможних сферах для сприяння економічному зростанню. <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2019/04/Kerivnitstvo-Smart-Spetsializatsiyi-DG-JRC-skrocheniy-ukr.-pereklad-1-1.pdf>

Сучасний темп зміни і збільшення знань є настільки великим, що стратегічне планування з урахуванням критеріїв розумної спеціалізації є єдиним засобом формального прогнозування майбутніх проблем і можливостей. Воно забезпечує регіональним органам влади засіб створення плану на тривалий термін. Стратегічне планування на засадах смартспеціалізації дає також основу для ухвалення стратегічних рішень щодо прискорення інноваційного розвитку. Розуміння того, яким має бути шлях інноваційного розвитку регіону, допомагає уточнити найбільш відповідні шляхи дій та переоцінити ресурсний потенціал регіонального розвитку за критеріями смартспеціалізації.

Найважливішим завданням стратегічного планування просторового розвитку за критеріями смартспеціалізації є формування за рахунок ефективних засобів необхідних конкурентних переваг регіону та проведення економічної децентралізації. Проведення стратегічного планування й управління розвитком регіону сприятиме постійному економічному зростанню за рахунок раціонального використання всіх видів ресурсів та врахування синергетичного ефекту від поєднання окремих структуроутворювальних складників економіки регіону.

Список використаних джерел

1. Нежиборець В. Інноваційне підприємництво як складова економічного зростання. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2014. № 1. С. 63-71.
2. Global Innovation Index 2021. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf (дата звернення: 11.05.2022).

КАУЗАЛЬНІСТЬ МІГРАЦІЇ І КАПІТАЛІЗАЦІЇ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Ольга Мульська

д. екон. наук, старший дослідник

*ДУ «Інститут регіональних досліджень імені
М.І. Долішнього НАН України» (Україна)*

Високий рівень позитивних міграційних аспірацій у країні, зокрема в Карпатському регіоні України, зумовлений несприятливими соціально-економічними чинниками та нестабільністю суспільно-політичного становища, що підтверджують результати дослідження. За результатами соціологічного дослідження відділу проблем соціально-гуманітарного розвитку регіонів ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України», проведеного у жовтні 2021 р. – січні 2022 р. щодо визначення впливу зовнішньої міграції молоді на розвиток та капіталізацію людського потенціалу (на прикладі Карпатського регіону України) [1], встановлено, що 23,9 % і 34,4 % опитаних респондентів-молоді ідентифікували свій рівень доходів як найнижчий. Низький рівень оплати праці та відсутність робочих місць, дивергенція України та країн-реципієнтів людських ресурсів щодо розвитку системи заробітної плати і ринку праці, зокрема темпів створення нових високооплачуваних робочих місць, є доміантними чинниками формування позитивних міграційних аспірацій і тригером трудової міграції молоді.

Спостерігається значна диференціація в частці опитаних з помірним рівнем доходів в Україні та за кордоном. Так, в Україні помірний рівень доходів мали 29,2 % респондентів-молоді, а за кордоном – 9,6 %. За результатами опитування незначна частина молодих осіб мали високий і найвищий рівень доходів в Україні (12,0 % і 0,5 % відповідно). Натомість, міграція однозначно поліпшила фінансовий стан молоді, 49,8 % і 39,2 % опитаних ідентифікували свій рівень доходів як високий і найвищий відповідно.

Ідентична ситуація спостерігається з рівнем капіталізації людського потенціалу мігранта у проекції майнового стану. Так, 21,5 % і 32,1 % опитаних вказали, що в Україні рівень їхнього фінансово-майнового стану був найнижчий і низький (шкала оцінювання «1» і «2» відповідно). Помірний рівень майнового стану в Україні мали 32,5 % респондентів. Міграція сприяла зростанню доходів молоді і поліпшенню майнового стану (рис. 1). 40,2 % і 29,7 % опитаної молоді «після» міграції ідентифікували рівень майнового стану як високий і найвищий відповідно (шкала оцінювання 24» і

«5»). Міграційний дохід дав змогу молоді придбати нове житло або зробити ремонт, купити автомобіль чи інші цінні речі.

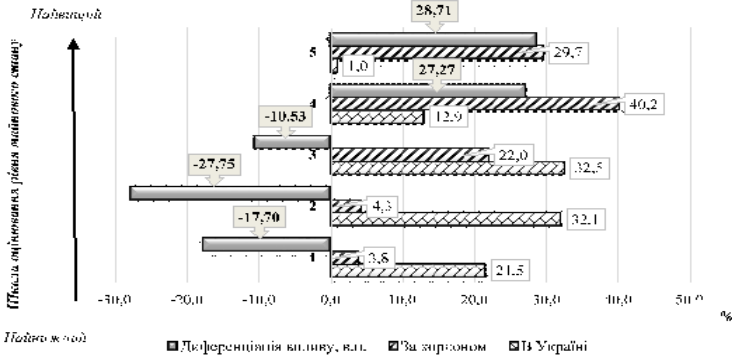


Рис. 1. Рівень капіталізації людського потенціалу мігрантів-молоді: складник «майновий стан» (складено на основі даних [1])

Міграційний капітал є основним чинником розвитку людського потенціалу молоді з міграційним досвідом. Розвиток ринку міграційного капіталу в Україні може сприяти ефективній капіталізації людського потенціалу молоді з міграційним досвідом в Україні і за кордоном, водночас розвитку соціально-економічної системи регіону. Так, міграція сприяла поліпшенню матеріального стану молоді на високому та найвищому рівнях (27,3 в.п. і 28,7 в.п. відповідно).

Ефективність державної і регіональної політик управління міграційною мобільністю молоді залежить від повноти, надійності та компаративності даних, застосування яких позитивно впливає на процес ухвалення рішень органів влади у сфері міграції. Проблема інформаційно-аналітичного й інституційно-організаційного забезпечення моніторингу міграції населення усіх вікових груп, форм і видів міграційної мобільності в Україні загалом і в областях Карпатського регіону залишається актуальною, особливо в період структурних реформ економіки та період війни. Насамперед у регіональному вимірі відсутні бази даних щодо основних структурно-динамічних характеристик і параметрів міграційної мобільності молоді, зокрема потенційних і реальних масштабів, міграційних векторів, соціально-демографічних характеристик молоді-мігрантів, а також обсягів грошових переказів мігрантів у регіональній економіці [2]. Фрагментарність системи моніторингу міграційної мобільності є методичним вакуумом у процесі розроблення програм у сфері рееміграції молоді та висококваліфікованих кадрів,

інтеграції й адаптації мігрантів, а також для оцінювання впливу міграції молоді на людський потенціал регіону та країни. Без повної і своєчасної інформації щодо міграції населення, особливо молоді, унеможлиблюється оцінювання поточного попиту та пропозиції робочої сили на національному й регіональних ринках праці, а також знижується ефективність реалізації соціальних програм і демографічної політики.

Список використаних джерел

1. Біль М. М., Махонюк О. В., Мульска О. П., Бараняк І. Є., Карп'як М. О. Міграційна мобільність молоді: результати соціологічного дослідження та нові виклики аналізу в умовах війни: науково-аналітичне видання. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», 2022. 72 с.
2. Мульска О. П. Міграційні процеси & економічне зростання: теорія каузальності та практика ефективного управління : монографія. Львів : Державна установа «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», 2022. 470 с.

PRINCIPLES OF PUBLIC POLICY ON CIRCULAR ECONOMY DEVELOPMENT

Oksana Perkhach

Ph.D.

Lakehead University (Canada)

The idea of a circular economy has become a popular choice in regards to promoting sustainable development, better health and employment opportunities, while preserving the environment and its resources. It has seen a growth in prominence in international, EU and national policy formulation and in corporate and consumer practices. Most of the countries of the European Union, the USA, Canada, China, Japan, South Korea and other countries have prioritized the development of the closed cycle economy in their long-term strategies. For this purpose, governments use such principles of public policy on circular economy development (Fig.1).

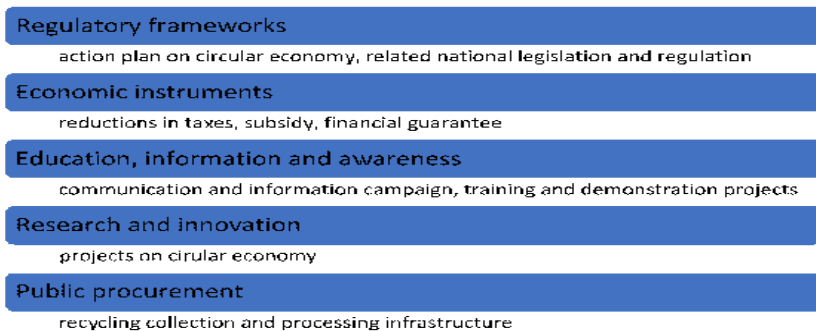


Figure 1. Principles of public policy on circular economy [1]

The government can stimulate demand for circular products by adopting legislation, developing strategic programs and public services. Public policy makes an influence on businesses and consumers, in particularity how to operate and how to adhere to the principles of the circular economy.

Government and municipal authorities should take a comprehensive approach to waste sorting. Four factors that underlie the success of the circular economy: economic incentives, personalized tools, motivational communication and

the application of legal norms. People need incentives to start and maintain proper waste collection, as well as the availability of appropriate means to do so. At the same time, there must be communication that explains why separate collection of waste is important. People must be aware of their responsibility in supporting the circular economy, in particular understand that if they do not comply, they will be punished.

For example, 87% of Canadian consumers recognize that their behavior has a direct impact on the environment. This understanding is reflected in their purchasing habits, since the same number of people prefers to buy products from companies that implement active circular economy measures [2].

The development of circular economy in each country was proposed to assess according to two main criteria whether national circular economy policies were in place and how far the country had proceeded in implementing recycling [3].

Predevelopment	Startup	Acceleration	Stabilization
No national policies on circular economy	National policies on circular economy in development	National policies on circular economy in place	National policies on circular economy are 'the new normal'
Percentage of recycling of household waste below 40% and no attention for redesign/reuse of products	Percentage of recycling of household waste between 40% and 56% and low levels of attention for redesign/reuse of products	Percentage of recycling of household waste above 56% and medium levels of attention for redesign/reuse of products	

Figure 2. Phases of circular economy development

Governments of nations that are more advanced have a stronger government leadership in circular economy than those that are in the early stages of development. The investigation additionally reveals that a powerful government role commonly coincides with a broader engagement of industry and local government in circular economy. Startup/scale-ups, NGOs and civil society do not appear to be as reliant on a powerful leadership from the government, and can also be encouraged by other elements, like an innovative culture and a high environmental awareness of civil society.

The success of the circular economy is based on the understanding and conscious attitude of people to the collection and sorting of waste. The potential options for inducing human behavior, which have to be explored, vary depending on the type of policy instrument and the level of intervention in consumer choice. For a policy initiative to be effective, it must establish a clear link between the proposed measure and the factors that shape human behavior.

References

1. Circular economy and health: opportunities and risks. URL: https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0004/374917/Circular-Economy_EN_WHO_web_august-2018.pdf
2. Gaetjens B. Canadian consumers support sustainability; follow through is patchy. URL: <https://www.wastetodaymagazine.com/article/sustainability-consumer-study-capterra-survey/>
3. Jacqueline Cramer Effective governance of circular economies: An international comparison. *Journal of Cleaner Production*. 2022. Vol. 343.

НОВОВВЕДЕННЯ У ФОРМУВАННІ ТА ВИКОРИСТАННІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Людмила Петришин
д. екон. наук, доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка (Україна)

Олександра Бойко
магістр

Львівський національний університет імені Івана Франка (Україна)

Андрій Пятачук
магістр

Миколаївський національний аграрний університет (Україна)

Фінансова звітність є важливим інструментом для оперативного управління діяльністю підприємства, а також є своєрідною рекламою його функціонування, оскільки виступає першоджерелом інформації про суб'єкт господарювання. Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. №996-XIV, фінансова звітність – це звітність, що містить інформацію про фінансовий стан та результати діяльності підприємства [1]. Саме фінансова звітність повідомляє користувачів про фінансові ресурси, витрати, доходи та прибутки (збитки) підприємства за певний період часу. Тож важливим є аналіз останніх змін у фінансовій звітності підприємств, оскільки саме вона виступає інформативною основою для ухвалення рішень різного рівня – від інвестування в підприємство до управління ним.

Отож перші зміни, які відбулися 2022 року стосуються змін у законі України від 03.03.2022 № 2115-IX «Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни». Передбачено, що фізичні особи, фізичні особи – підприємці, юридичні особи, крім тих, які наділені бюджетними повноваженнями згідно із законодавством, мають подати облікові, фінансові, бухгалтерські, розрахункові, аудиторські звіти та будь-які інші документи, подання яких вимагається відповідно до норм чинного законодавства в документальній та/або в

електронній формі, протягом трьох місяців після припинення чи скасування воєнного стану або стану війни за весь період неподання звітності чи обов'язку подати документи [2].

У зв'язку із повномасштабним вторгненням Росії, в Україні припинені будь-які перевірки уповноваженими органами щодо своєчасності та повноти подання фінансових звітів чи інших документів звітового характеру. Окрім цього, у період дії воєнного стану або стану війни, а також упродовж трьох місяців після його припинення чи скасування особи, відповідальні за своєчасне і в повному обсязі подання й оприлюднення фінансової звітності звільняються від відповідальності за порушення строків оприлюднення річної фінансової звітності та річної консолідованої фінансової звітності разом з відповідними аудиторськими звітами, звітом про управління, консолідованим звітом про управління, звітом про платежі на користь держави та консолідованим звітом про платежі на користь держави, складення та оприлюднення яких передбачено законодавством [2].

Також були внесені зміни до Постанови Кабміну «Порядок подання фінансової звітності» від 28 лютого 2000 р. № 419 (далі – Порядок № 419). Зокрема, лише мікропідприємства та непідприємницькі товариства (крім тих, що зобов'язані складати фінансову звітність за міжнародними стандартами) подаватимуть скорочену за показниками фінансову звітність. Для малих підприємств теж встановлюється скорочена фінансова звітність у складі балансу та звіту про фінансові результати, але, на відміну від мікропідприємств і непідприємницьких товариств, вони, згідно з Порядком № 419, щоквартально складають проміжну фінансову звітність, наростаючим підсумком з початку звітного року – теж скорочену, у складі балансу та звіту про фінансові результати [3]. Зміни відбулися і в переліку осіб тих, хто має подавати фінансову й консолідовану фінансову звітність за міжнародними стандартами. А саме, від 10.08.2022 р. до сталого переліку осіб, що повинні складати вищенаведені звітності, додалися також:

1) материнські підприємства груп, у складі яких є підприємства, що становлять суспільний інтерес;

2) материнські підприємства великої групи, які не належать до категорії великих підприємств [3].

Тепер для подання фінансової звітності не важливий, чи перебуває підприємство на спрощеній системі оподаткування, а важливий його розмір або статус непідприємницького товариства.

Усі зазначені зміни є важливими, адже нові правила стосуються різних видів підприємств, тому вони впливають на широкий спектр компаній. Також деякі зміни, зокрема в частині припинення на період воєнного стану

перевірок та скасування відповідальності за несвоєчасне подання звітності, полегшують умови існування підприємств під час війни.

Урахування змін у фінансовій звітності є важливим для суб'єктів господарювання, оскільки це дасть право їм відповідати вимогам законодавства та забезпечити більш точну й достовірну інформацію у фінансових звітах, що теж дасть змогу підприємствам більш ефективно планувати свою діяльність та ухвалювати управлінські рішення.

Список використаних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. №996-XIV. Дата оновлення: 10.08.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 01.04.2023).
2. Про захист інтересів суб'єктів подання звітності та інших документів у період дії воєнного стану або стану війни : Закон України від 03.03.2022 № 2115-IX. Дата оновлення: 29.12.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2115-20> (дата звернення: 01.04.2023).
3. Порядок подання фінансової звітності: постанова Кабінету Міністрів України від 28 лютого 2000 р. № 419. Дата оновлення: 02.12.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/419-2000-%D0%BF#Text> (дата звернення: 01.04.2023).

УДК 330.322:330.14(477)

РОЗВИТОК СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ НА БАЗІ ЦІЛЬОВОГО КАПІТАЛУ

*Пшик Богдан,
д. екон. наук, професор*

*Адамик Марія
аспірантка*

Львівський національний університет імені Івана Франка (Україна)

Однією із найактуальніших проблем, від розв'язання якої залежить подальше функціонування системи вищої освіти в Україні, є формування стійкого фінансового механізму, що дасть змогу ефективно впливати на підсумки діяльності та сприяти стратегічному розвитку університетів. Однак на сьогодні українська система вищої освіти відчуває хронічну нестачу фінансування, що позначається на стані матеріально-технічної бази, оплаті праці науково-педагогічних працівників, а також рівні впровадження та використання інформаційних технологій. Зазначена проблема, актуальна впродовж останніх років, а особливо загострилася в часі війни, мотивує до пошуку та впровадження інноваційних фінансових механізмів, зокрема й за рахунок цільового капіталу (ендаументу) – капіталу, що формується завдяки добровільним внескам від зовнішніх донорів та використовується для фінансування освітніх, наукових та інноваційних проектів через пасивний дохід, отриманий від його розміщення в інструменти фінансового ринку.

Цільовий капітал нині формують чимало університетів у більшості країн світу, особливо тих, де історично державна підтримка освіти й науки була і досі залишається недостатньою, а національні традиції заохочують приватну благодійність. Серед найбільш відомих і популярних університетів, обсяги цільового капіталу в яких характеризуються мільярдними значеннями у 2021 році, варто зазначити такі: Гарвардський (41,9 млрд доларів), Єльський (31,1 млрд доларів), Стенфордський (27,7 млрд доларів), Принстонський (25,9 млрд доларів), Массачусетський технологічний (18,4 млрд доларів), Кембриджський (7,1 млрд доларів), Оксфордський (6,1 млрд доларів) [1, с. 7].

Завдяки цьому джерелу формується понад чверть бюджету провідних американських університетів, унаслідок чого послаблюється їхня залежність від бюджетного фінансування, а отже – зростає рівень фінансової безпеки. Саме тому цільовий капітал є основою стійкого фінансового механізму багатьох закордонних університетів та відкриває нові можливості для

стратегічного планування їхнього розвитку. Завдяки йому в університетів з'являється можливість фінансування широкого переліку завдань напрямів статутної діяльності, серед яких модернізація основних засобів і нове будівництво, фінансова підтримка талановитих студентів, гранти професорсько-викладацького складу, закупівля необхідного обладнання для досліджень, оснащення навчальних приміщень, реалізація програм інноваційного розвитку, друк наукових видань, залучення найкращих фахівців, реалізація широкого кола соціальних проєктів – медичне страхування, іпотечне кредитування для працівників тощо [2].

Незважаючи на поширення цього явища в провідних країнах світу, в Україні цей механізм не набув популярності і має поодинокий характер. Лише при небагатьох університетах функціонують фонди цільового капіталу, зокрема при Інституті міжнародних відносин КНУ імені Тараса Шевченка [3], Сумському державному університеті, Національному університеті «Киево-Могилянська академія», Українському католицькому університеті та інших. А обсяги активів цих фондів залишаються незначними порівняно з їх закордонними аналогами, що не дає підстав уважати їх як реальним джерелом фінансування університетами власного розвитку.

Недостатня увага університетів до цільового капіталу як інструменту додаткового фінансування та його слабка роль у розвитку системи української вищої освіти зумовлена низкою причин, основними з яких є відсутність досвіду українських університетів у формуванні та управлінні цільовим капіталом, недосконалість законодавчого регулювання цих процесів, відсутність стабільних економічних умов, податкових пільг та належної інфраструктури у сфері функціонування цільового капіталу. До того ж в Україні досі не сформовані культура і традиції благодійності, наслідком чого є слабе бажання громадян та бізнесу до участі у створенні й наповненні фондів цільового капіталу, а також недостатня усвідомленість та переконання у їх значущості як для окремого закладу, так і системи вищої освіти держави.

Насамперед розв'язання для вирішення цієї важливої проблеми вкрай необхідними є розроблення та прийняття Закону України «Про порядок формування та використання цільового капіталу некомерційних організацій», який повинен регламентувати завдання, напрями, відносини у сфері цільового капіталу, порядок його формування та використання, права жертводавців, вимоги до власників ендавмент-фондів та органів управління ними, особливості довірчого управління та інвестування коштів у ринкові активи, а також механізми контролю за цими процесами. По-друге, необхідно реалізувати низку заходів, спрямованих на популяризацію ідеї створення ЗВО ендавмент-фондів та формування культури благодійництва в Україні.

По-третє, існує потреба у виробленні дієвих механізмів, які забезпечуватимуть активне створення у сфері вищої освіти нових фондів цільового капіталу та зростання їх кількості, вільний рух цільового капіталу для його спрямування на реалізацію важливих освітніх, наукових та соціальних програм і заходи.

Усе це сприятиме підготовці в українських університетах висококваліфікованих фахівців для ринку праці, стимулюватиме розвиток науково-дослідної роботи, а також кардинально вплине на систему вищої освіти в Україні, особливо в частині підвищення її фінансової стабільності і зростання її конкурентоздатності і престижу.

Список використаних джерел

1. Нурмуханова Г. Ж., Аширбекова Д. А. Эндаумент-фонды как составляющая финансового механизма высших учебных заведений в мире и Казахстане. *The Journal of Economic Research & BusinessAdministration*. 2021. № 3 (137). С. 3–14.
2. Моліна О.В. Фонди цільового капіталу як джерело довгострокового розвитку вузів. *Економіка: реалії часу*. 2014. № 2(12). С. 126–131.
3. Рябков К., Покідіна В. Ендаумент у вищій освіті: світова практика і українське сьогодні. *Популярна економіка: ціна держави*. 2015. № 34. 18 с.

ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ

Ірина Стахів

канд.екон.наук, доцент кафедри економіки та менеджменту

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Оксана Щуревич

канд.екон.наук, доцент кафедри фінансів і грошового обігу

Львівський національний університет імені Івана Франка (Україна)

Розвиток ринку спортивно-оздоровчих послуг робить суттєвий внесок в економіку багатьох країн, оскільки популяризація спорту сприяє збільшенню попиту на спортивні споруди та місця, де можна займатися спортом.

Можна відзначити, що конкурентоспроможність компанії на споживчому ринку (формуванню якої приділяється основна увага як у теоретичній літературі, так і в практичній діяльності підприємств) багато в чому визначають за якістю її взаємодії з конкурентами.

Можливі форми співпраці спортивно-оздоровчих організацій:

- створення галузевих організацій для лобіювання інтересів галузі спортивно-оздоровчих послуг в органах влади, а також для спільного фінансування просування ідеї про здоровий спосіб життя як невід'ємний елемент моделі поведінки сучасної успішної людини. Зазначимо, що результатом такого спільного лобіювання на муніципальному рівні може стати, наприклад, отримання доступу до прямої оренди (від міста) зручних приміщень, розташованих у привабливих для клієнтів місцях, що знизить залежність фірм від комерційних орендодавців та дасть змогу скоротити витрати. Завдяки ж спільному просуванню ідей здорового способу життя спортивно-оздоровчі організації могли б не витратити кошти на переманювання клієнтів один в одного, а, навпаки, за рахунок спільного бюджету ефективно залучати нових клієнтів та розвивати ринок – тобто конкуренти стали б із джерела витрат джерелом доходів підприємства;
- створення галузевих етичних кодексів, що регламентують правила ведення сумлінної конкурентної боротьби, а також обслуговування клієнтів. Такі етичні кодекси, наприклад, могли б передбачати заборону

на переманювання персоналу між компаніями (одна з найгостріших проблем на ринку послуг, унаслідок чого співробітник, у навчання якого компанія вклала значні фінансові та тимчасові ресурси, просто йде до конкурента за більш високу заробітню плату). Крім того, завдяки загальноприйнятим правилам обслуговування клієнтів взаємодія між споживачами та організаціями могла б стати прозорішою. Клієнти могли б знати, на який саме рівень сервісу вони могли б розраховувати. В ідеалі мова могла б йти про створення саморегульованих організацій та про добровільну сертифікацію учасників; у такому разі наявність сертифіката служила б додатковою конкурентною перевагою;

- організація спільних програм обслуговування клієнтів. Справа в тому, що найчастіше спортивно-оздоровчі організації мають досить чітко виражену спеціалізацію (наприклад, басейни або тренажерні зали; особливо це характерно для компаній, заснованих досить давно, сучасні фітнес-центри пропонують широкий вибір видів спорту) і тому не завжди можуть задовольнити всі запити клієнтів. Створення спільних програм, завдяки яким клієнт міг би за єдиним абонементом відвідати незалежні басейн і тренажерний зал, спростило б роботу з цільовою аудиторією та дало б змогу залучити додаткових клієнтів. Зрозуміло, для сучасних фітнес-центрів це не так актуально – хоч і немережеві фітнес-клуби могли б задуматися про свого роду «фітнес-роумінг»: ідеться про можливості для клієнтів, що часто подорожують, а також для клієнтів, які їдуть на період відпустки до інших міст, відвідувати за своїм «оригінальним» абонементом фітнес-клуби у цих містах. Якщо раніше клієнти були прив'язані до одного клубу, то тепер їм надається право по одному абонементу відвідувати всі центри відповідної мережі.
- конверсійний франчайзинг, за якого незалежні фітнес-клуби приєдналися б до наявних мереж і починали працювати під єдиною мережевою торговою маркою та за єдиними стандартами. Виграш від такого об'єднання отримали б обидва учасники: з одного боку, мережеві фітнес-клуби могли б нарощувати свою присутність на ринку без значних власних інвестицій, одночасно усуваючи конкурентів і збільшуючи доступність своїх клубів для потенційних і наявних споживачів спортивно-оздоровчих послуг, з іншого боку, незалежні клуби змогли б скористатися вигодою від єдиної торгової марки та збільшити потік клієнтів. Ця форма роботи з конкурентами може бути граничним випадком конкурентного співробітництва, за якого незалежна компанія переходить із зовнішньої мікросередовища фірми в її внутрішнє середовище.

Таким чином, на наш погляд, розроблення стратегії конкурентоспроможності підприємства спортивно-оздоровчих послуг повинно містити обов'язковий елемент – стратегію роботи з конкурентами. Інакше спроби компанії сформуванню яскраво виражена конкурентну перевагу зіштовхнуться із запеклою протидією конкурентів, які намагатимуться усунути цю взаємодію. Це призведе до зростання витрат самої фірми, її конкурентів, до постійного переманювання клієнтів усередині галузі замість формування в них лояльності, і зрештою може спричинити суттєві втрати.

Список використаних джерел

1. Стахів І. М. Регулювання ринку спортивно-оздоровчих послуг в Україні : монографія. Львів : УП, 2017. 200 с.

УДК 330.34(477)

РОЛЬ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ*Олена Христенко**канд. екон. наук, доцент**Анастасія Добровольська**студентка**Поліна Кулик**студентка**Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

Креативні індустрії (КІ), які перебувають на перетині мистецтва, бізнесу та технологій, набувають дедалі більшого значення – як на національному, так і на міжнародному рівнях. Вони стали стратегічними напрямками для підвищення конкурентоспроможності, продуктивності, зайнятості та сталого економічного зростання. Чудове зростання обороту та створення нових робочих місць, витримуючи економічну кризу, роблять креативні галузі привабливою сферою інвестицій на приватному і державному рівнях. З іншого боку, сфера знань про економічну роль креативних індустрій та їх вплив на розвиток інших секторів економіки дуже обмежена.

Креативні індустрії України містять візуальне мистецтво, виконавське мистецтво, видавництво, дизайн, моду, ІТ, аудіовізуальне мистецтво, архітектуру, рекламу, бібліотеки, архіви та музеї, народні ремесла [1].

Валова додана вартість (ВДВ), зайнятість і кількість суб'єктів господарювання КІ України зростають швидкими темпами. У 2018 р. ВДВ креативних індустрій становила 97 млрд гривень (3,9% загальної доданої вартості, а в 2019 р. вона вже становила 117,2 млрд гривень (3,95% загальної доданої вартості). Більшу частину доданої вартості КІ створює комп'ютерне програмування – майже 43% від загальної ВДВ КІ у 2019 р., що і забезпечує їх стрімке зростання. Крім комп'ютерного програмування, до ТОП-5 найбільших видів економічної діяльності КІ за ВДВ також належать рекламні агентства (12%), консультування з питань інформатизації (10%), діяльність у сфері телевізійного мовлення (9%), а також виробництво кіно та відеофільмів, телевізійних програм (4%) та посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації (4%). Зайнятість у КІ від 2013 р. зросла на майже 40%. Загалом у 2019 р. КІ забезпечили роботою 352 тисяч людей, або 3,6% зайнятих. Для

порівняння, роком раніше в КІ було зайнято 309,5 тисяч працівників, а у 2013 р. – 252 тисячі працівників.

Вплив КІ на економіку має різні рівні. Розглянемо спочатку прямий вплив креативних індустрій на економіку, тобто збільшення виробництва креативної індустрії дорівнює сумі додаткових витрат кінцевого споживання на товари та послуги креативної індустрії з боку загального державного управління. Креативна індустрія споживає та постачає товари й послуги інших галузей водночас, а також потребує збільшення власного проміжного споживання для виробництва готової продукції. Це має опосередкований ефект збільшення випуску через додатковий попит на готові товари чи послуги. У міру зростання промислового виробництва продуктивні домогосподарства заробляють більше, а отже, споживають більше [2].

Креативна індустрія спочатку зазнала удару пандемії, а потім повномасштабної війни. Для будь-якого напрямку діяльності постійні й досить тривалі переpons становлять загрозу. За статистикою: близько 20 % спеціалістів виїхали в інші країни; 37 % залишилися без роботи або тимчасово не отримують зарплатню; 39 % опитаних спостерігають значне зменшення кількості замовлень.

Експортний потенціал креативних індустрій України величезний. За підсумками 2022 р. в інших країнах на підтримку України проведено 650 культурних заходів та понад 100 концертів.

Російська атака призвела до відтоку українських експертів. Через економічний спад і зниження платоспроможності українських клієнтів талановиті виконавці змушені шукати заробіток на міжнародних ринках.

Глобальна креативна економіка становить 6,1% ВВП. Крім того, з кожним роком кількість робочих місць у цій сфері збільшується. ВВП від креативного бізнесу в Україні становить близько 7%, але експерти вважають, що потенціал перевищує 10% (до прикладу, ВВП США становить 11%).

На топових позиціях з виробництва доданої вартості економіки України: ІТ сектор; архітектура, інжиніринг; кіномистецтво; інформаційні послуги; реклама.

У 2021 р. на створення центрів креативної індустрії було виділено 200 мільйонів гривень. Попри складнощі, в I кварталі 2022 р. рівень податкових надходжень від креативної індустрії зріс на 16 % порівняно з показниками минулого року. Такі 84% коштів надійшло зі сфери ІТ, 7,2% – від реклами [3].

Таким чином, Україна має значний потенціал у креативних індустріях, зокрема в кіно, музиці, видавництві, архітектурі, дизайні та інших галузях. Наприклад, українські музиканти та композитори активно виступають на міжнародних конкурсах та фестивалях, а українські фільми й телешоу здобувають призи на міжнародних кінофестивалях. Креативні індустрії є

важливим чинником економічного розвитку України, сприяють розвитку інновацій, творчості та культурного життя країни.

Список використаних джерел

1. Роль креативних індустрій в економіці післявоєнної України. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/21/695268/>
2. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>
3. Токарев М. Не одними айтівцями. Що креативні індустрії зможуть запропонувати Україні. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/19/696149/>

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Марина Чижевська

канд.екон.наук, доцент

завідувач кафедри економіки, менеджменту та маркетингу

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

Олександра Кузьменко

канд.економ.наук, доцент

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

Однією з проблемних тем сучасних наукових дискусій є глобалізація як один із найбільш впливових та значущих чинників розвитку людської цивілізації [1, с. 101], в межах якої взаємодіють різноспрямовані тенденції. Глобалізація породжує необхідність створення нового світового порядку для розв'язання спільних проблем та є позитивною рушійною силою, яка відкриває нові можливості. За такої умови відбуваються системні зрушення в соціально-економічних процесах розвитку світу, що сприяють прискоренню економічного зростання й модернізації. Водночас глобалізація породжує нові суперечності і проблеми у світовій економіці.

Країни світу по різному охоплені процесами глобалізації, оскільки ці процеси, по-перше, змінюють наявну модель економічних, політичних та соціальних відносин між країнами; по друге, сприяють побудові системи міжнародних відносин в умовах єдиного світового економічного простору.

Війна РФ проти України стала однією з причин змін у світоустрої, руйнації встановлених міжнародних зв'язків і порядків. Це вплинуло і на основні глобалізаційні процеси, що проявляються під час перегляду наявних правил, бізнес-моделей, логістичних маршрутів, переосмисленні розроблених стратегій розвитку [2].

Війна знищує потенціал України. Саме сьогодні, в умовах динамічних глобалізаційних процесів країна втрачає людський капітал, ресурси, потужності, інфраструктуру, фінанси. Таке явище, як війна, створило і певні можливості для України, зокрема в контексті переорієнтації на нові ринки, пошуку більш надійних союзників і торговельних партнерів на теренах

глобального економічного простору, а також зниження залежності від країни-агресора. Основним наслідком від війни, не залежно від того, як її детермінувати – чи то як події, що спричиняють безпрецедентне знищення економічної системи України, чи то як можливість для зміни векторів розвитку держави, є втрати. Відповідно, сьогодні перед українською владою стоїть важливе завдання – сформувати оптимальну стратегію відновлення економіки країни в умовах війни, яка уможливить поступовий вихід країни з кризи.

Під час формування стратегії відновлення, необхідно враховувати таке [3]: 1) масштаби воєнних втрат (фінансові втрати, людські втрати, зруйновану інфраструктуру й виробничі потужності, знешкодження природнього потенціалу, зупинку реалізації інвестиційних проектів, скороченого попиту населення, зруйновану транспортну інфраструктуру, заблоковані порти, запроваджені обмеження на транскордонні валютні платежі, а також звуження спектру, а українських товарів, дефіцит імпорту енергоресурсів); 2) обмеженість джерел, які можуть бути використані для залучення фінансових ресурсів в контексті грошової підтримки процесів відбудови економіки України; 3) зміни у структурі людського капіталу (високий рівень безробіття, масовий відтік кадрів за межі країни та ризик неповернення значної частини громадян, які виїхали за кордон у пошуках тимчасового притулку, а також безпрецедентні зміни балансу робочої сили в регіонах).

Науковці виокремлюють такі основні тренди трансформації глобалізаційних процесів у контексті наслідків повномасштабного російського вторгнення в Україну, як [4, с. 150] суцільна політизація; розпад спільного нормативно-правового, зокрема правозахисного, простору та нормативно-ціннісного порядку: «стратегічна автономізація» ключових акторів світової політики та економіки (США разом із англо-саксонськими країнами, ЄС, Китаю); ізоляція та самоізоляція Росії від низки ключових інституцій («стовпів») європейського та світового порядку постбіполярної доби; тинізація світової торгівлі; виграш компаній енергетичного сектора порівняно з компаніями у сфері високих технологій; тренд до створення альтернативної нинішній, як би паралельної, міжнародної валютно-фінансової системи. Загроза біфуркації світового економічного та фінансового простору. Отже, усе це сприяло розпаду спільного світового нормативно-правового простору, який склався у світі після завершення «холодної війни». А це спричинило потужний негативний вплив на діловий, зокрема інвестиційний, клімат. Таким чином, унаслідок глобалізаційних процесів воєнні конфлікти здатні призвести до суттєвих змін не лише економіки країни, а й значної кількості інших економічних систем.

Список використаних джерел

1. Рогова О. Глобалізація та зміни правової системи України в умовах війни. Публічне право. 2022. № 3 (47). С. 101-109. URL : <https://www.publichne-pravo.com.ua/files/47/14.pdf>.
2. Гармаш Р. Стратегії розвитку промислових підприємств у світлі глобалізаційних процесів. Академічні візії. 2023. Вип. 17. URL : <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/200/179>.
3. Кузьменко О. К., Ананенко І. В. Особливості використання адаптивних моделей прогнозування у повоєнний період. Ефективна економіка. 2023. № 3. URL : <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1307/1317>.
4. Глобалізаційні процеси у світовій економіці: виклики та можливості для України : колект. моногр. / за заг. ред. О. О. Борзенко ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». Київ, 2022. 264 с.

УДК 316.46:305:355.01

ЛІДЕРСТВО ТА ГЕНДЕР В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Оксана Чуб

старший викладач

начальник відділу сприяння працевлаштуванню «Перспектива»

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана (Україна)

Лідерство в Україні є складною та багатогранною темою, а жіноче лідерство набуває особливої актуальності в умовах воєнного стану, оскільки жінки часто стикаються зі значними перешкодами в підтримці своєї кар'єри та політичної активності. Україна має багату історію, культуру та традиції, що впливає на стиль і методи лідерства в політиці та інших сферах життя.

На сьогодні, жінки становлять приблизно половину населення України, але їх представлення в політиці та управлінні бізнесом залишається досить низьким. Наприклад, у Верховній Раді України наразі представлено лише 21% жінок, що є одним із найнижчих показників у Європі [1].

Проте останніми роками відбувається певний прогрес у розвитку жіночого лідерства в Україні. Для прикладу, відбувається зростання кількості жінок на керівних посадах у державних інституціях та в бізнесі. Також жіночі громадські організації стають дедалі активнішими в захисті прав жінок та підтримці жіночої активності [2].

У всіх країнах світу існують гендерні розходження щодо рівності перед законом, рівності можливостей в отриманні винагороди за працю, рівності доступу до інформації, можливості висловити свою думку, заявити про свій інтерес, скористатися результатами людської праці за власним вибором тощо. Проте обсяг їх різний залежно від історичної ситуації минулого та сьогодення, соціально-економічного й культурного становища, ступеня розвитку демократії. Гендерна дискримінація охопила численні сфери суспільного життя.

У сучасних умовах забезпечення гендерної рівності стало політичним пріоритетним напрямом розвитку. Одним із ключових елементів цього є подолання й забезпечення гендерного вирівнювання в суспільному житті. Гендерним вирівнюванням називають вироблення суб'єктами політики системи науково обґрунтованих заходів і здійснення відповідних кроків і дій, спрямованих на усунення специфічних форм гендерної дискримінації та гендерних заборон у суспільстві, трудових колективах, на робочих місцях і в сім'ї для утвердження гендерної рівності щодо рівномірного розподілу

ресурсів. Гендерне вирівнювання розраховано на певні відрізки політичного часу. Воно може орієнтуватися на коротко-, середньо- та довготермінову перспективу залежно від гендерних невідповідностей. Особливо впливова тут роль держави. На основі гендерної експертизи всіх сфер життя держава має виробляти необхідні параметри, за якими можна відстежувати гендерні зміни в суспільстві, вирівнювати гендерні невідповідності, досягати позитивних результатів у здійсненні гендерної політики [3].

Щоб підтримати розвиток жіночого лідерства в Україні, необхідно вдосконалити законодавство, що стосується гендерної рівності та протидії дискримінації. Також важливо забезпечити жінкам доступ до освіти та різних форм навчання, що сприятимуть розвиткові їхніх лідерських навичок та компетентностей. Крім того, необхідно сприяти підвищенню обізнаності суспільства щодо важливості жіночого лідерства та рівноправного представництва в політиці та бізнесі.

Умови воєнного стану створюють відчутний вплив на лідерство та гендерну рівність. За таких умов відбуваються зміни розподілу влади та статусів у суспільстві, а також підвищується напруження між різними групами населення. Може спостерігатись авторитарний підхід в управлінні, що виявляється в наданні більшої влади військовим діячам та політичним лідерам. Це може вносити зміни у характер лідерства та пригнічення громадянського суспільства.

Щодо гендерної рівності, то війна підвищує ризики для жінок, які часто стають жертвами насильства, зокрема сексуального, та експлуатації. Водночас жінки можуть виконувати важливі ролі в різних сферах під час воєнного стану, включаючи медичну допомогу, логістику та виконання робіт в сільському господарстві. Це може сприяти підвищенню ролі жінок у суспільстві. Також воєнний стан може впливати на утвердження стереотипних уявлень про те, які ролі повинні виконувати чоловіки та жінки. Наприклад, чоловіків можуть вважати призначеними для бойових дій, а жінки — для догляду за пораненими. Таке уявлення може призводити до дискримінації жінок та обмежувати їхні можливості брати участь у бойових діях.

Однак водночас воєнний стан може допомогти змінити стереотипні уявлення про роль жінок у суспільстві. Наприклад, коли жінки беруть участь у бойових діях, вони можуть показати свою силу і вміння та зарекомендувати себе як рівноправних учасників у військовій діяльності. Таким чином, воєнний стан може стати важливим періодом у боротьбі за гендерну рівність.

Загалом, воєнний стан може мати складний вплив на лідерство та гендерну рівність. Важливо пам'ятати про потенційні наслідки воєнного стану для різних груп населення та працювати на підтримку демократичних принципів та рівності, незалежно від обставин.

Список використаних джерел

1. Як змінювався гендерний склад Ради останні 30 років. URL: <https://bit.ly/3KpdOSd> (дата звернення: 01.04.2023).
2. Українські жіночі та правозахисні організації громадянського суспільства отримали підтримку у скрутний час. URL: <https://bit.ly/3zpFC2u> (дата звернення: 01.04.2023).
3. Політичне лідерство : навч. посіб. / В. А. Гапоненко, С. С. Бульбенюк, Н. М. Довганик та ін. Київ : КНЕУ, 2021. 324 с.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Тетяна Шевчук

канд. екон. наук, доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка (Україна)

Ганна Кудринська

канд. с.-г. наук, доцент

Львівський національний університет ім. І. Франка (Україна)

Війна – це новий трагічний досвід та водночас нова соціальна реальність для українського суспільства. Ця реальність є екстраординарною. Ситуація винятковості, зумовлена російсько-українською війною, вимагає залучення усіх можливостей для забезпечення належної життєздатності суспільної системи.

Війна – це новий виклик для економіки. За таких умов забезпечення інвестиційної привабливості є пріоритетним завданням національної економіки. Інвестиції як основне джерело розвитку галузі нерозривно пов'язані з інноваційними процесами та є одним із ключових елементів сталого економічного зростання. Уся світова економічна історія доводить, що залучення ресурсів ззовні у формі іноземних інвестицій виступає дієвим засобом піднесення національної економіки.

Україна є країною величезних можливостей, і найбільше переваг отримає той, хто інвестуватиме в Україну вже сьогодні. Передусім інвестиції, а не прямі вливання до бюджету будуть стрижнем відбудови України. Звичайно, рішення про великі інвестиції потребує часу та оцінювання ризиків. Потенційний інвестор має провести due diligence, що триває не менше ніж пів року. Тож процеси, пов'язані з інвестиційною діяльністю, іноземним інвесторам варто розпочинати вже зараз.

Зокрема, для підтримки і розвитку бізнесу реалізується пакет прямих інвестицій в Україну на 250 млн доларів. До цього інвестиційного проекту долучилися Європейський банк реконструкції та розвитку, урядові організації Німеччини і Нідерландів, американський The Rockefeller Foundation завдяки створенню нового фонду Horizon Capital Growth Fund IV. Цей фонд передбачає підтримку технологічних та експортно орієнтованих компаній. «У портфелі інвестицій – Rozetka, AjaxSystems, Genezis, Biopharma, MakeUp

та інші відомі українські бізнес-проекти. Фонд планує вкласти інвестиції в українські компанії у секторах з експортною привабливістю, насамперед це IT-послуги та IT-продуктові компанії, електронна комерція, легка й харчова промисловість. Фінансова корпорація розвитку США (DFC), агентство федерального уряду США, яке зазвичай підтримує тільки американських інвесторів, зараз зробили виняток і долучаються до підтримки окремих бізнес проектів від 1 млн доларів до 1 млрд на кожен із них» [1. С. 151-152].

Україні іноземні інвестиції нині дуже потрібні, оскільки сприятимуть: надходженню фінансових коштів, обладнання, сировини і матеріалів, технологій; виробництву товарів широкого вжитку з орієнтацією на підвищення якості життя, культури споживання; структурній перебудові економіки, створенню сучасної галузевої структури на основі технологічного оновлення виробництва; подоланню залежності України від імпорту.

Щоб відновитися державі та дати старт потужному зростанню у післявоєнний час, обсяг інвестицій має становити 35% ВВП щонайменше впродовж 5 років поспіль. План реконструкції, розроблений Нацрадою з відновлення, потребуватиме \$750 млрд інвестицій протягом наступних 10 років, з них \$60-65 млрд, необхідно залучити вже цього року [2].

В Україні основу для сприятливого інвестиційного клімату заклав закон про підтримку значних іноземних інвестицій [3]. У його початковому варіанті багато пунктів, які викликали запитання в бізнесу. І саме незавершеність і нестійкість українського законодавства, що стосується іноземних інвестицій, на сьогодні є одним із сильних дестабілізуючих чинників, які суттєво звужують перелік потенційних інвесторів, які мали б змогу претендувати на державну підтримку. Після початку активних бойових дій, оцінювання масштабів руйнувань і потреб у відновленні стало зрозуміло, що необхідно коригувати підхід до законотворчого процесу. Реалізація оптимальних засобів правового регулювання інвестиційних відносин має полягати в такому: удосконаленні інвестиційного законодавства та забезпеченні його стабільності; створенні в законодавстві системного підходу до стимулювання інвестиційної діяльності, відпрацюванні його ефективних механізмів та правових засобів; створенні спеціальних (вільних) економічних зон, а також системи пільг, гарантій і державної підтримки та підтримки на місцевому рівні; виокремленні пріоритетних галузей економіки та заохоченні інвестицій до них.

Потенційно Україна є інвестиційно привабливою країною. Передумови формування в Україні сприятливого інвестиційного клімату є [4]:

Вигідне географічне положення. Воно визначається розташуванням країни в центрі Європи, на перехресті торговельних шляхів.

Рекреаційні ресурси (Крим, Карпати), сприятливі для розвитку туризму, санаторно-курортного лікування, відпочинку.

Багаті природні ресурси (значні запаси залізної руди і марганцю).

Розвинене сільське господарство (55% орних земель).

Угода про асоціацію та вільну торгівлю з ЄС, кандидатура у члени ЄС.

Один із найбільших ринків Європи (43,5 мільйона споживачів).

Кваліфікована та недорога робоча сила (Україна є одним із найпопулярніших центрів розвитку ІТ, де гіганти аутсорсингу зібрали значну кількість інженерів програмного забезпечення, бізнес-аналітиків та інших технічних спеціалістів).

Для підвищення рівня інвестиційної діяльності необхідним є створення відповідного інвестиційного клімату для іноземного інвестора. Основними параметрами, які визначають інвестиційний клімат у країні, є політична та соціальна стабільність, фундаментальні основи правової системи, стан економіки, система приймання іноземного капіталу, зокрема режим оподаткування, величина митних зборів і акцизів, порядок реєстрації підприємств з іноземною участю тощо.

Однак обсяги іноземних інвестицій в Україну залишаються на дуже низькому рівні та недостатні для сприяння енергійному економічному розвитку країни. Така ситуація зумовлена низкою чинників, які не лише гальмують інвестиційні процеси в Україні, а й впливають на її загальний економічний розвиток. До слабких місць з погляду інвестиційної привабливості можна віднести такі: високий геополітичний ризик (політична нестабільність, яка значно посилилася через широкомасштабне військове вторгнення Росії в Україну наприкінці лютого 2022 року); нестабільна економіка (високий рівень інфляції та вразливість обмінного курсу); слабка правова база та бізнес-середовище (корупція, монополії, слабкі права власності, неефективні державні послуги); високий рівень державного боргу (збільшення у 2021 році до 58,4%, у 2022 році до 62,8% ВВП); збільшення рівня безробіття та бідності [5].

Тож тільки за умови вдалого використання системи стимулів, обмежень і підльг можна домогтися оптимальної відповідності інтересів експортерів капіталу потребам країни, що приймає. Особливу роль у створенні сприятливого інвестиційного клімату відіграє держава, яка має підпорядкувати єдиній меті поточні завдання, чинники, обмежуючи або стимулюючи в певні періоди розвиток окремих видів діяльності, галузей, регіонів. Адже що більше буде компаній, які зможуть працювати в Україні, то швидше відновиться довоєнний рівень добробуту й почнеться перехід до стабільного зростання.

Наразі пріоритетом політики України є об'єднання всіх її сил для перемоги та відновлення економіки України після війни. У майбутньому

Україна повинна стати більш відкритою для міжнародного бізнесу, оскільки надходження іноземного капіталу та інтелектуальної власності не тільки відродить паралізований промисловий сектор країни і таким чином знизить рівень безробіття, а й сприятиме створенню нових ресурсозбережених виробництв на основі останніх технологічних розробок.

Список використаних джерел

1. Іващенко О. Бізнес у воєнний час: структурування і практики виживання. Українське суспільство в умовах війни. 2022: колект. моногр. / за ред. Є. Головахи, С. Макеєва. Київ : Інститут соціології НАН України, 2022. С. 151-160.
2. Країна можливостей: чому інвестор прийде в Україну. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/29/691997/>
3. Про державну підтримку інвестиційних проєктів із значними інвестиціями в Україні : Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1116-20#Text>
4. Інвестиційний клімат України: основні проблеми та перспективи формування. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/271617>
5. World Bank Group. Doing Business – 2020: Economy Profile of Ukraine. 2021. URL: <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/u/ukraine/UKR.pdf>

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ ВКЛАДЕНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Ольга Шолудько

канд.екон.наук, доцент

Маряна Богач

канд.екон.наук, доцент

*Львівський національний університет
природокористування (Україна)*

Фінансові вкладення – це інвестиції грошових коштів у різноманітні фінансові інструменти з метою отримання прибутку і є важливим інструментом для розвитку економіки України, завдяки чому вони забезпечують додаткові засоби для розвитку нових проектів, покращення якості продукції та збільшення її кількості, допомагають залучити іноземні інвестиції та зміцнити позиції України на міжнародному ринку [1].

Умови глобалізації та євроінтеграції створюють нові можливості для фінансових вкладень, але також збільшують ризики та виклики. Серед можливостей можна виділити:

- збільшення доступу до глобальних ринків, що дозволяє інвесторам диверсифікувати свій портфель та зменшити ризики.
- розширення багатьох інвестиційних інструментів та продуктів, що дозволяє інвесторам знайти оптимальний варіант для своїх потреб.
- поліпшення технологій та інфраструктури, що забезпечує більш швидко та ефективно обробку фінансових операцій.

Вважаємо, що до ризиків можна віднести:

- валютний ризик, пов'язаний з коливанням курсів валют.
- ризик невиплати, пов'язаний з нестабільністю політичної та економічної ситуації в країнах-емітентах.
- ризик зміни правового середовища, що може вплинути на права та інтереси інвесторів.

Основні складові фінансових вкладень в умовах глобалізації та євроінтеграції можуть включати наступні елементи (рис. 1).

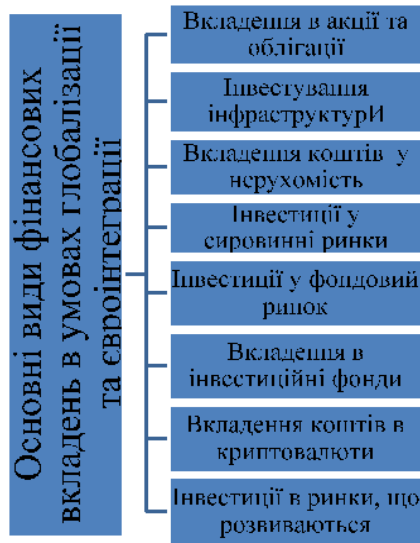


Рис. 1. Основні складові фінансових вкладень в умовах глобалізації та євроінтеграції

Пропонуємо основні підходи до трактування поняття «фінансові вкладення», серед яких можна виділити наступні:

1. фінансовий підхід - відповідно до якого фінансові вкладення - це інвестиції в цінні папери, акції, облігації та інші фінансові інструменти з отриманням прибутку.

2. економічний підхід, що відповідно до якого фінансові вкладення - це інвестиції в розвиток виробництва, науково-технічний прогрес та інші сфери господарювання з підвищення виробничих потужностей та підвищення рівня продуктивності.

3. юридичний підхід - відповідно до якого фінансові вкладення - це правові відносини між інвестором та підприємством, яке залучає витрати в обігу для здійснення своїх фінансових операцій.

4. психологічний підхід, що включає прагнення людей отримати задоволення від ризику та відчуття успіху, пов'язаного з успішним інвестуванням.

В цілому дослідження фінансових вкладень дозволяє аналізувати та оцінювати ризики та можливості, які пов'язані з інвестуванням фінансових ресурсів, а також у формуванні стратегій та планів управління інвестиціями

для різних фінансових установ та інвесторів як на національному, так і міжнародному рівнях.

Список використаних джерел

1. Глобалізаційні процеси у світовій економіці: виклики та можливості для України : колект. моногр. / за заг. ред. О. О. Борзенко ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». Київ, 2022. – 264 с.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ЕНЕРГЕТИЧНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Світлана Щербініна
канд.екон.наук, доцент

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

Рівень конкурентоспроможності, соціальної стабільності, економічного розвитку країни безпосередньо залежить від сталого енергетичного розвитку національної економіки, забезпеченню якого сприяє оптимізація структури постачання первинної енергії і кінцевого споживання енергії, формування джерельної бази фінансування енергоефективних заходів з урахуванням особливостей енергоспоживання в різних галузях національної економіки і на рівні домогосподарств із різним рівнем доходів, що в результаті дасть змогу задовольнити енергетичні потреби споживачів за умов мінімізації загальних енерговитрат (максимізації вигоди всіх учасників енергоринку). Формування нової державної політики в контексті сталого енергетичного розвитку з урахуванням досвіду Європейського Союзу є запорукою забезпечення енергетичної незалежності України.

Співпраця України з ЄС реалізується через узгодження ключових напрямів енергетичної політики, котрі визначають такі завдання: захист прав споживачів, недопущення домінування одного постачальника на ринку, підвищення прозорості енергетичного сектора, лібералізація ринку газу та підвищення рівня енергоефективності. Але водночас важливим для економіки України є безперебійне та надійне постачання первинних енергетичних ресурсів, ефективне їх використання.

Специфіка функціонування національного ринку енергетичних ресурсів характеризується тим, що високий рівень монополізації порушує баланс інтересів його учасників у купівлі-продажу енергоресурсів за територіальних, ринкових обмежень; механізми державного та наднаціонального регулювання цін на енергію, попиту та пропозиції недосконалі, високі тарифи знижують доступність енергоресурсів, стримують економічний розвиток суб'єктів господарювання, що супроводжується збільшенням навантаження на державний бюджет, оскільки майже третина домогосподарств отримують субсидії з державного бюджету.

Таким чином, не дотримуються основні принципи функціонування ринку енергетичних ресурсів: незалежність учасників економічного процесу; комерційний характер їх взаємодії; конкуренція суб'єктів господарювання; формування економічних пропорцій під впливом динаміки цін та конкуренції; формування ціни на основі попиту й пропозиції.

Основними гравцями на ринку енергетичних ресурсів є постачальники, транзитери та споживачі енергоресурсів. На світовому ринку енергетичних ресурсів конфлікт інтересів споживачів, країн транзиту й постачальників енергетичних ресурсів загострює проблеми економічної безпеки між взаємозалежними державами. На ринку енергетичних ресурсів України найбільшими споживачами енергоресурсів є промисловість і житловий сектор.

Усі законодавчі ініціативи України декларують вибір європейської моделі функціонування ринку енергетичних ресурсів, а також її прагнення до якнайшвидшої інтеграції до європейського енергетичного простору.

Для України як імпортера енергоносіїв важливою є проблема надійного та безперебійного постачання паливно-енергетичних ресурсів, диверсифікація країн їх надходження, формування енергоефективної поведінки споживачів, спрямованої на оптимізацію енергоспоживання, зменшення енергоемності ВВП країни в цілому.

Отже, сталий енергетичний розвиток є важливим пріоритетом державної енергетичної політики, де ключовими завданнями є модернізація економіки за допомогою пошуків інноваційної активності підприємств і впровадження енергоефективних технологій; стимулювання енергоефективної поведінки домогосподарств, бо саме в цих секторах національної економіки зосереджено значний потенціал енергоефективності.

Політика ЄС у сфері сталого енергетичного розвитку характеризується наявністю регуляторного, законодавчого та правового забезпечення (стратегічних програмних документів, «Зелених книг», відповідних Дорожніх карт і директив), використанням різних інструментів та ініціатив, функціонуванням ефективною системи моніторингу й контролю за їх застосуванням, інтегрованістю з іншими сферами державного регулювання, збалансованою екологічною та економічною поведінкою споживачів і виробників енергії, що свідчить про її успішність.

Адаптацію українського законодавства до законодавства ЄС трактується як сукупність взаємопов'язаних правових, організаційних, соціально-економічних та науково-технічних процесів і заходів, спрямованих на наближення українського законодавства до сучасної європейської правової системи за допомогою розроблення нового та внесення змін до чинного законодавства України з урахуванням загальноєвропейських стандартів, відображених у чинному законодавстві Європейського Союзу й країн ЄС.

Відзначимо, що впровадження європейського досвіду розвитку енергетичного сектора і впровадження європейських енергетичних стандартів сприяє сталому енергетичному розвитку України; знизить високий рівень політизації міжнаціональних відносин в енергетичному секторі; дасть змогу лібералізувати та демонополізувати внутрішні ринки енергетичних ресурсів, зробити їх більш прозорими й конкурентоспроможними та створить умови для їхньої інтеграції в європейський ринок.

Список використаних джерел

1. Денисюк С. П., Таргонський В. А. Сталий розвиток енергетики України у світових вимірах. Енергетика: економіка, технологія, екологія. 2017. № 3. С. 7-31.
2. Енергетична бідність: проблеми та підходи в ЄС та Україні. URL: <http://dixigroup.org>

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ВПЛИВ НА УКРАЇНУ

Світлана Яців

канд.екон.наук, доцент

*Львівський національний університет
природокористування (Україна)*

Глобалізація як етап світового розвитку, що характеризується посиленням інтернаціоналізації усіх сфер суспільного життя, є об'єктивним процесом, для якого характерна динамічність і масштабність. Головним складником цього процесу слід вважати економічний (глобалізацію економіки). Її Міжнародний валютний фонд свого часу визначив як зростаючу економічну взаємозалежність країн усього світу завдяки зростаючого обсягу й різноманіттю міжнародних угод з товарами, послугами і світових потоків капіталу, а також найширшій дифузії технологій [1, с. 45].

Поглиблення взаємозалежностей національних економік у процесі глобалізації супроводжується формуванням єдиних підходів до організації виробництва, розподілу та споживання економічних благ. Ці процеси активізують зміни в усіх сферах суспільного життя, зокрема супроводжуються відчутними соціальними наслідками, які отримують неоднозначну оцінку.

Неоднозначне оцінювання соціальних наслідків економічної глобалізації пов'язане з тим, що не всі країни однаково мають змогу отримати вигоду від відповідних інтеграційних процесів. Побуває думка, що вигоду від економічної глобалізації отримують насамперед економічно розвинені країни – експортери капіталу, інноваційних технологій, а також міжнародні компанії-лідери, які базуються в цих країнах. Натомість країни з низьким рівнем економічного розвитку, недостатньою диверсифікацією економіки, слабкою інфраструктурою отримують значно менші преференції й дедалі більше відстають за рівнем життя населення від країн – лідерів світової економіки.

Україна, незважаючи на набуття у 2008 році повноцінного членства у Світовій організації торгівлі та укладання у 2014 році угоди про асоціацію з Європейським Союзом, відчутного соціального ефекту від участі в економічній глобалізації досі не отримала. Упродовж останнього десятиліття кардинального зростання обсягів експорту та суттєвого підвищення рівня життя населення нашої країни не спостерігалось. Серед причин може бути названа військова агресія з боку Росії, яка розпочалася у 2014 році. Водночас

не можна оминати той факт, що внутрішнє інституційне середовище в Україні недостатньо сприяло притоку іноземного капіталу, який є одним з основних проявів економічної глобалізації.

Прихід іноземних інвестицій відкриває для країн із низьким рівнем економічного розвитку певні можливості для розв'язання внутрішніх соціальних проблем. Однак використати ці можливості країни зможуть, якщо в них будуть створені, за висловом Д. Аджемоглу і Дж. Робінсона, інклюзивні економічні та політичні інститути. Інклюзивні економічні інститути шанують приватну власність, неупереджену систему права й надання публічних послуг для створення конкурентного середовища. Тим самим вони заохочують великі маси населення до участі в економічній діяльності [2, с. 68]. Інклюзивні політичні інститути накладають обмеження на владу, є плюралістичними [2, с. 75]. Доводиться констатувати, що відповідних високим стандартам економічних і політичних інститутів в Україні досі не створено.

Слід також зазначити, що недосконалість інституційного середовища формує умови для поширення таких негативних наслідків глобалізації, як погіршення екології унаслідок надмірної концентрації виробництва, активізація кримінального бізнесу тощо.

Соціальним наслідком економічної глобалізації є зростання ролі капіталу знань, необхідних для поширення інноваційних технологій. Сформована в Україні система освіти за світовими мірками оцінюється доволі високо, однак використовують її недостатньо ефективно. Водночас капітал знань є чинником міграції робочої сили (внутрішньої та зовнішньої), інтенсивність якої в умовах економічної глобалізації зростає.

В Україні в передвоєнний період спостерігалось збільшення міграції робочої сили під впливом економічних чинників. Внутрішня міграція посилюється унаслідок впливу глобалізації на процес урбанізації, зростання економічної ролі великих міст як центрів концентрації іноземних інвестицій. Зовнішню міграцію варто аналізувати в контексті відтоку з країни робочої сили внаслідок недосконалості в ній економічних і політичних інститутів. Міграція з України значної кількості працездатного населення вже давно створює загрозу деградації людського капіталу.

Важливим соціальним наслідком глобалізації є прихід в Україну з іноземними інвестиціями не тільки новітніх технологій, а й високих етичних стандартів ведення підприємницької діяльності. Наслідуючи зарубіжних конкурентів, українські фірми усвідомлюють важливість упровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу.

Основні соціальні проблеми сучасного періоду в Україні пов'язані з воєнними діями на її території. В умовах глобалізації значні економічні втрати несе не тільки Україна, а й світова економіка. Винятково важливим для

нашої країни є як політичний та економічний тиск з боку світової спільноти на агресора – Росію, так і очікувана підтримка у відновленні економіки в повоєнний період.

Список використаних джерел

1. World Economic Outlook: Globalization: Opportunities and Challenges. International Monetary Fund. Research Dept., May 1997. 344 p.
2. Аджемоглу Д., Робінсон Дж. Чому нації занепадають / пер. з англ. О. Дем'янчука. Київ : Наш Формат, 2016. 440 с.

СЕКЦІЯ 2

**Соціально-економічні засади
розвитку менеджменту та маркетингу
в сучасних умовах**

ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ NPS У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Христина Беспалюк
канд.екон.наук, доцент

Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)

Христина Баранівська
викладач

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Лояльність – це потужна маркетингова стратегія в бізнесі. Кожна компанія має прагнути збільшення цього показника на будь-якому етапі свого розвитку і забезпечення його стійкості. Лояльні клієнти витрачають більше, а витрати компанії на них менші: привернути увагу нового клієнта коштує в п'ять разів дорожче, ніж утримати його [1]. Окрім того, втрата споживачів несе за собою й великі репутаційні збитки: люди схильні ділитися власним негативним досвідом частіше, ніж позитивним. Тож дуже важливо відстежувати показники лояльності клієнтів, серед яких одним із найпоширеніших через простоту свого розрахунку є NPS (Net Promoter Score).

Концепцію Net Promoter Score (NPS) створив Фред Райхельд, Bain & Company і Satmetrix у 2003 році як метрика клієнтської лояльності, яку, за словами Райхельда, має використовувати кожна компанія [2]. Для отримання достовірної картини показник NPS обчислюють періодично: максимум щотижня, мінімум – щоквартально. Усе залежить від профілю та стадії розвитку бізнесу, конкуренції в сегменті. Можна використовувати сервіси на зразок SurveyMonkey.

Методика передбачає проведення опитування серед клієнтів, в якому просять оцінити ймовірність порадити компанію, її продукт або сервіс своєму другу чи колезі за десятибальною шкалою. Звичайний показник відгуку – близько 60%. За результатами оцінювання виокремлюють такі групи споживачів:

1) промоутери (оцінка 9 - 10): вони люблять продукцію компанії і, можливо, порадили б ваш бренд потенційним покупцям. Вони завжди роблять повторні покупки і дуже цінні для компанії;

2) нейтралі (оцінка 7 - 8): вони не поширюють будь-яких негативних відгуків про бренд, але можуть легко перейти до іншої компанії, якщо знайдуть трохи кращу пропозицію. Вони не говорять нічого поганого про вас, але ваша продукція не подобається їм настільки, щоб комусь її радити;

3) критики (оцінка 0 - 6): вони незадоволені вашим сервісом і, ймовірно, підривають репутацію вашого бренду своїми негативними відгуками.

Формула розрахунку NPS передбачає вирахування з відсотка критиків відсотка промоутерів:

$$NPS = (\% \text{ промоутерів}) - (\% \text{ критиків}) [1].$$

Діапазон значень показника: від -100 до +100. Чим вище значення, тим краще, але на практиці все не так однозначно. Проводячи аналіз показників NPS, потрібно враховувати два чинники: конкуренцію у сфері та терпимість клієнта. Для бізнесу, що працює в умовах високої конкуренції, середні показники — це нормальна практика. Якщо ж фірма продає або випускає ексклюзивний продукт, потрібно прагнути до максимально високих оцінок.

Прийнято стандартний рівень показника NPS для різних сфер: банки - 0; страхування - 22; охорона здоров'я - 27; послуги авіаперевезень - 36; турфірми - 38; готельний бізнес - 43; електронна комерція - 45; інтернет-сервіси - 48. Для інтерпретації значення показника NPS доцільно проаналізувати таку інформацію:

- порівняти власні показники з показниками прямих конкурентів і виробниками товарів-замінників;
- зіставити дані кількох останніх опитувань: якщо NPS не зростає, то у вашому бізнесі спостерігається застій;
- уникати зниження показника нижче за нуль, навіть якщо у конкурентів він стабільно гірший — це свідчить про невдоволення клієнтів, вони просто йдуть у пошуках альтернативи.

Ретельно розібравшись у ситуації, NPS рекомендуємо використовувати для організації ефективного зворотного зв'язку, збільшення кількості задоволених клієнтів. Працювати потрібно з кожною групою споживачів.

На перший погляд здається, що недоброзичливці (detractors) - безнадійні, а промоутери (promoters) залишаться з вашим брендом назавжди. Лояльність досягається тяжко, але змінити можна майже будь-яку ситуацію.

Стосовно недоброзичливців потрібно продемонструвати, що вам не байдужа їхня думка. Доцільно спробувати залучити їх знову, якщо це можливо. Згідно зі статистикою, 70% критично налаштованих клієнтів готові знову співпрацювати з компанією за умови, що факт, який викликав невдоволення,

буде знівельовано або питання буде розв'язане на їхню користь. Не можна допускати класичної помилки в роботі над репутацією: намагаючись просто переконати людину, краще дати їй ефективний засіб: продовження безкоштовної підписки, поліпшені умови, подарунки тощо.

Нейтральну аудиторію (passives) складно, але також можна залучити. Як правило, вона настільки ж чисельна, як detractors і promoters, але менше відповідає на зворотний зв'язок. Це клієнти, які не шкодять бренду, але перейдуть до іншого, якщо побачать у ньому переваги для себе. Для цієї групи споживачів ефективними будуть такі методи повторного зацікавлення у товарі компанії: пропозиція індивідуальних знижок та бонусів, повідомлення про оновлення продукту.

Відповідно до принципу Парето, 20% постійних клієнтів дають 80% прибутку, але головна помилка багатьох компаній у тому, що вони сприймають ці 20% промоутерів як даність. Увага до простих емоцій створює хороше підґрунтя для утримання постійних клієнтів. Наприклад, це просто сказати людині «дякую», відправивши персональну подяку або особистий брендований стікер на пошту; додати в подарунок до замовлення приємну дрібницю. Крім того, промоутерів, які вже лояльні до фірми, можна попросити оцінити інші проекти фірми на пільгових умовах.

Робота з усіма категоріями клієнтів дає змогу не тільки збільшувати розмір прибутку, а й створити значний внесок у розвиток бізнесу. Використання показника NPS допомагає вдосконалюватися, прислухаючись до проблем і вимог споживача, створювати кращий продукт і виживати в умовах, коли конкуренти припиняють існування. Окрім збору відгуків клієнтів, NPS також можна використовувати для вимірювання настроїв співробітників. У цьому разі eNPS вимірює, наскільки співробітники компанію рекомендуватимуть як місце для роботи. Такий показник може бути використаний під час експрес-діагностування кадрової стійкості компанії, хоча, звісно, методика обчислення залученості персоналу дасть більш комплексну оцінку.

Отже, можна зробити висновок, що показник NPS – це не просто один із індикаторів у системі. Він вбудовується в культуру з погляду того, як ми взаємодіємо з клієнтами та персоналом задля стійкого функціонування та розвитку компанії.

Список використаних джерел

1. What is Conversion Rate Optimization? URL: <https://www.invespro.com/blog/customer-acquisition-retention/> (date of application: 21.03.2023).
2. Reichheld F. F. «One Number You Need to Grow. Harvard Business Review. 2003. Vol. 81(12). P. 46–54.

УДК 33.08:005.936.3

СУЧАСНІ МЕТОДИ ТА ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Володимир Биба
канд.техн.наук, доцент

Наталія Пінчук
канд.техн.наук, доцент

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

Корінні зміни, що сталися в системі функціонування українських підприємств та національної економіки країни в цілому, створили велику потребу в нових управлінських знаннях, посилили інтерес до системи формування персоналу з якісними професійно-кваліфікаційними характеристиками, орієнтованого на досягнення високих завдань.

Підготовка компетентного персоналу, здатного до продуктивної роботи в ринкових умовах, його раціональне структурне і просторове розміщення, формування культури управління підприємства залежить від ефективності функціонування служби управління персоналом та є запорукою досягнення успіху підприємством. Без мотивованих і кваліфікованих працівників жодній організації неможливо створити системи маркетингу, фінансів та бухгалтерського обліку, які добре працюють. Майстерне управління персоналом особливо важливе в сучасних умовах глобальної конкуренції та стрімкого запровадження інновацій, коли продукти, технології, операційні методи і навіть організаційні структури застарівають з неочікуваною швидкістю, а знання й навички співробітників компанії стають головним джерелом її тривалого розквіту.

Ринкові перетворення в Україні викликали об'єктивну необхідність подальшого розвитку теоретичних і методико-прикладних засад утворення й функціонування дієвих систем управління персоналом з урахуванням особливостей розвитку промислового виробництва, стану й динаміки ринку праці в Україні. Управління персоналом – це систематично організований процес ефективного використання персоналу та відтворення його можливостей [1].

Із надбання системного аналізу управлінської діяльності можна виокремити 4 групи методів відповідно до етапів управлінського процесу: методи

підготовки; методи прийняття до складу підприємства; методи організації роботи; методи контролю за виконанням управлінських рішень (рис.1) [2].



Рис. 1. Система методів управління персоналом виробничого підприємства

Управління персоналом ґрунтується на таких принципах: науковості, планованості, єдності розпоряджень; поєднання централізації та децентралізації; лінійного, функціонального та цільового підходів до управління; контролю за виконанням рішень менеджерів та ін. [3].

Систему методів управління персоналом виробничого підприємства наведено на рис. 1. Для надання стійкості організаційним зв'язкам у системі управління в процесі виконання управлінських завдань застосовують метод розпоряджень. Він виявляється у вигляді наказів, планів, інструкцій, інших документів, що називають актами управління [4].

Одним із видів розпорядничих методів є адміністративні методи, тобто методи владної мотивації. Вони засновані на дотриманні вимог законів,

підпорядкуванні старшим посадовим особам, мають обов'язковий характер. За їх допомогою діють механізми примусу, що формуються для захисту інтересів товариства, держави, особистості, реалізуються права і обов'язки керівників, підтримують службову дисципліну, забезпечують умови виконання співробітниками їхніх обов'язків.

Таким чином, система управління персоналом є фундаментом системи управління будь-якої організації. Тож, дослідивши сучасні методи та принципи управління персоналом на виробничому підприємстві, можна зробити висновки, що методи безпосередньо впливають на успіхи господарської діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Словник економічних термінів. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki>.
2. Балановська Т. І., Михайліченко М. В., Троян А. В. Сучасні технології управління персоналом : навч. посіб. Київ : ФОП Ямчинський О.В., 2020. 466 с.
3. Рульєв В. А, Гуткевич С. О., Мостенська Т. Л. Управління персоналом. Київ : Кондор, 2017. 324 с.
4. Управління персоналом : підручник / О.М. Шубалий, Н.Т. Рудь, А.І. Гордійчук, І.В. Шубала, М.І. Дзямулич, О.В. Потьомкіна, О.В. Серєда ; за заг. ред. О. М. Шубалого. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. 404 с.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Інна Бойчук

канд.екон.наук, доцент

Львівський торговельно-економічний університет (Україна)

Загострення ситуації в Україні через війну спричинило переорієнтацію маркетингу, адже кардинально змінився попит усіх категорій споживачів, їхня купівельна спроможність і вартість продукції через порушення логістичних зв'язків. Підприємства під час війни з РФ змушені враховувати нові потреби клієнтури та шукати способи ухвалення управлінських маркетингових рішень.

Дуже важливим є і той факт, що маркетинг не можна поставити на паузу через воєнний стан, адже від цього залежить розвиток низки підприємств і галузей економіки, які впливають на життя людей. Із цієї причини маркетинг став однією з найважливіших сфер забезпечення українського бізнесу навіть у складних умовах воєнної агресії [1].

Маркетинг покликаний охоплювати всі можливі напрями діяльності у сфері бізнесу, починаючи від створення товару до сервісного обслуговування.

Сучасний маркетинг як філософію бізнесу варто розуміти як управління, що полягає в узгодженні стану попиту і пропозиції до початку всього процесу виробництва шляхом аналізу маркетингової інформації, яка накопичується із ринкового середовища. Водночас управління системою маркетингу фірми має ґрунтуватися на результатах оцінювання ринкової ситуації, яке проводять на систематичній основі [2].

Передумовою досягнення мети фірми за концепцією маркетингу є вчасне визначення потреб цільового ринку, основних мотивацій із боку споживачів і задоволення цих запитів більш ефективними, ніж у конкурентів, методами.

Основним об'єктом управління маркетингу мають виступати потреби клієнтів, тоді як кінцевою метою – одержання прибутку чи певного некомерційного результату (імідж, репутація) через якісне задоволення потреб покупців і споживачів, а засобами досягнення цієї мети стають комплексні маркетингові зусилля з боку фірми, адаптовані до умов військового часу [3].

Управління маркетинговою діяльністю підприємств має забезпечувати:

отримання надійної, достовірної та своєчасної інформації про ринок, структуру та динаміку попиту на товар, потреби і переваги клієнтів, тобто всю інформацію про зовнішні умови функціонування на ринку;

створення такого продукту чи товарного асортименту, який більш вдало може задовольняти вимоги ринку порівняно з конкурентними товарами;

забезпечення бажаного впливу на попит і споживача, на ринок загалом, що дає змогу максимально контролювати сферу збуту власної продукції.

Під час маркетингового управління рекомендовано такі методи діяльності:

- аналіз навколишнього середовища, який охоплює не лише вивчення ринку, а й політичні, соціальні, культурні та інші умови. Такий аналіз допомагає виявити чинники, які сприяють комерційному успіху фірми чи, навпаки, йому перешкоджають. За підсумками такого аналізу формується база даних для оцінювання маркетингового середовища й ринкових можливостей фірми;
- аналіз фактичних і потенційних споживачів (покупців). Такий підхід передбачає вивчення демографічних, економічних, соціальних, географічних і інших характеристик клієнтів, які ухвалюють рішення про покупки, а також їхніх потреб і процесу придбання ними товару фірми чи конкурентного товару;
- дослідження наявних і планування майбутніх товарів, яке передбачає розроблення та створення нових товарів чи модернізацію наявних, включаючи асортимент і модельні ряди, упакування, у разі виведення з ринку застарілих товарів, які не надають підприємству бажаного прибутку;
- планування процесів товароруку і збуту, яке містить створення як залежних збутових мереж із складами і магазинами, так і залучення дилерів і дистриб'юторів до організації системи розподілу продукції;
- забезпечення впливу на попит через стимулювання збуту, рекламу, особистий продаж, «паблік рілейшинз» і різні заходи, які спрямовані на покупців, посередників чи конкретних продавців продукції;
- вибір цінової політики, яка передбачає планування ціноутворення та визначення цінового рівня для своїх товарів продукції, а також технологій використання системи цінових знижок і споживчих кредитів;
- урахування технічних вимог і соціальних норм регіону, у якому відбувається збут продукції, що передбачає гарантування належної безпеки використання товару і захист навколишнього середовища, відповідність морально-етичним правилам, належний рівень споживчої цінності продукції;

- цілісне керування маркетинговою системою, тобто планування, виконання і контроль складників маркетингової програми й індивідуальних обов'язків кожного учасника під час діяльності підприємства, оцінювання ризиків і прибутків, ефективності маркетингових рішень.

Під ефективним управлінням маркетингом необхідно розуміти такий вид ринкової діяльності, за якого фірма використовує системний підхід під час досягнення поставленої мети та програмно-цільовий метод у розв'язанні всіх операційних проблем, а ринок, його вимоги і характер реакції на зусилля фірми стають критеріями для оцінювання результативності дій підприємства в сучасних соціально-економічних умовах.

Список використаних джерел

1. Швець А. Адаптуйся або помри. Як війна змінила український бізнес. URL: <https://cutt.ly/sBdGBEB>.
2. Котлер Ф. Основи маркетингу. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
3. Сідельникова А. Як робити маркетинг під час війни. Що оптимізувати, як комунікувати, до чого готуватись. URL: <https://skvot.io/uk/blog/marketing-during-the-war>.

ВПЛИВ БРЕНДИНГУ НА ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Оксана Булик

канд.екон.наук, доцент

*Львівський національний університет
природокористування (Україна)*

Загострення конкуренції підвищило важливість брендингу в наукових колах. Університети можуть, наприклад, бажати збільшити кількість і якість студентів, підвищити лояльність студентів, поліпшити зв'язки з випускниками, залучити талановитих працівників, отримати підтримку з боку корпоративного сектору, а також ще більше відмежувати себе від інших суб'єктів вищої освіти. Проте стверджується, що вища освіта є чітко багатогранною з огляду на середовище зацікавлених сторін і, таким чином, відрізняється від багатьох інших середовищ.

Брендинг забезпечує ідентичність закладу та відрізняє його від інших конкурентів. Зокрема, сильний бренд збільшує здатність навчального закладу конкурувати за найкращих студентів, отримати членство випускників і фінансову підтримку від меценатів.

Розумне формування та застосування концепції брендингу є одним із важливих стратегічних завдань для керівників закладів вищої освіти (ЗВО). Водночас будь-яка діяльність, спрямована на позиціонування ЗВО, у свідомості споживачів повинна базуватися як на розумінні керівництвом мети і завдань, так і на побудові процесу формування бренду. Для цього необхідно визначити елементи, з яких формується бренд. Як для комерційних підприємств, так і для закладів вищої освіти основними об'єктами брендингу є продукт – освітня послуга, її корпоративні цінності; персонал і керівництво; випускники. Проте необхідність розвитку бренду закладу вищої освіти продиктована не лише потребою вижити в конкурентному середовищі, але також потребою розвиватися в нових організаційних умовах.

Незважаючи на тісний зв'язок із комерційним брендингом, брендинг навчального закладу має кілька особливостей:

1. Результат надання освітніх послуг є нематеріальним, тому абітурієнти обирають заклад вищої освіти виключно за іміджем та репутацією закладу. Це означає, що бренд університету повинен викликати позитивні асоціації та бути відомим і легко впізнаваним об'єктом аудиторією, а також студентами інших університетів. Навчання у закладах вищої освіти з гарною

репутацією підвищує особистий бренд студента не тільки в очах майбутніх роботодавців, а й в очах студентів з інших закладів. Це створює відчуття елітарності та ексклюзивності, яке можуть відчувати майбутні абітурієнти.

2. Оцінюючи заклад, абітурієнти звертають увагу також на непрямі чинники, насамперед, на матеріально-технічну базу, професорсько-викладацький склад, бібліотечний фонд, комп'ютерне програмне забезпечення та інші параметри навчального процесу. Отже, для активного бренд-менеджменту закладам вищої освіти необхідно зосередити увагу на названих чинниках, слідкувати за інноваційними програмами та відповідними спеціальностями.

3. Слід надавати великого значення формуванню позитивного іміджу коледжам та іншим філіям, які є в структурі закладу вищої освіти. Треба пам'ятати, що негативне ставлення споживачів до таких організаційних структур з високою ймовірністю може вплинути на загальний імідж закладу вищої освіти.

В Україні бренд ЗВО формується також за його рейтингом серед інших закладів, зокрема його складають за певними показниками. Які вихідні дані для складання консолідованого рейтингу закладів вищої освіти України використано найбільш авторитетні серед експертів та засобів масової інформації національні рейтинги навчальних закладів України: «Топ-200 Україна», «Scopus» та «Бал ЗНО на контракт», кожен з яких використовує різні критерії оцінювання закладів вищої освіти [1].

Процес формування бренду ЗВО складається з декількох етапів [2]:

1) позиціонування. На цьому етапі відбувається розміщення бренду ЗВО у свідомості споживачів стосовно конкурентів;

2) формування індивідуальних рис бренду. Індивідуальними рисами вважають місію, цінності, ключові компетенції, філософію, імідж, корпоративну культуру;

3) створення атрибутів бренду. До атрибутів бренду ЗВО належать такі: історія, логотип, єдиний фірмовий стиль, сайт;

4) управління брендом. Розвиток бренду вимагає постійної уваги з боку різних фахівців. Бренд-менеджмент дає змогу управляти активами бренду, удосконалювати і збільшувати його капітал;

5) просування бренду. Просування бренду здійснюється за допомогою вибору каналів комунікації і способів просування, що відбувається відповідно до специфіки позиціонування й цільової аудиторії. Головною відмінною рисою просування закладу вищої освіти є одночасна діяльність на двох ринках: освітніх послуг і праці.

Список використаних джерел

1. Консолідований рейтинг вишів України 2022 року. URL: <https://osvita.ua/vnz/rating/51741/> (дата звернення: 27.03.2023).
2. Сорока О. В., Кривцова М. С. Бренд закладу вищої освіти – основа конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Вип. 19, ч. 3. 2018. С. 65-70. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/19_3_2018ua/15.pdf (дата звернення: 30.03.2023).

САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Іван Гуль

канд.екон.наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Лешек Харатик

директор

*Готельно-відпочинковий комплекс «Health Resort
& Medical Spa Panorama Morska»(Польща)*

Важливим чинником, який впливає на здійснення ефективної підприємницької діяльності в сучасних економічних умовах є людський капітал, а саме рівень його розвитку загалом і окремої особистості зокрема. Для підприємця чи організації показник рівня розвитку трудових ресурсів, а також рівень розвитку кожного працівника надає можливість всебічно та ефективно використовувати їх вміння й навички та в кінцевому результаті досягти більш ефективного результату у своїй економічній діяльності. Для кожної окремої людини саморозвиток дає можливість підвищити рівень доходів, поліпшити свій добробут та рівень життя загалом.

На теперішній час кожен із керівників зацікавлений у розвитку своїх підлеглих, оскільки висококваліфікований персонал дасть змогу організації функціонувати краще, ефективніше, стабільніше. Проте розвиток людини залежить не лише від бажання підприємців поліпшити свій персонал, а й від самого працівника. Одним із важливих чинників саморозвитку є те, як людина організовує свій час та наявні в неї ресурси [1].

Поступове самовдосконалення стає одним з основних чинників виживання в сучасних ринкових умовах. Негативні тенденції сьогодення спонукають сучасних менеджерів до безперервного саморозвитку, удосконалення умінь управляти собою, а також ефективного використання власного творчого потенціалу [2]. Задля ефективного розвитку та вдосконалення персоналу сучасні керівники та менеджери звертаються до доволі нового, проте ефективного наукового напрямку, як самоменеджмент.

Сучасний керівник змушений переходити від технологій, орієнтованих на нівелювання характеристик підлеглих, до максимального використання їх індивідуальності, делегування виконавцям повноважень і відповідальності.

Ефективний самоменеджмент дає безліч переваг як керівникам, так і людям, задіяним у будь-якій іншій сфері діяльності. Можна виокремити такі позитивні моменти:

- значне зменшення часових затрат;
- організація ефективного механізму трудової діяльності;
- відсутність стресових ситуацій;
- моральне задоволення керівників і підлеглих, якщо роботу виконано якісно;
- мотивація до подальших активних дій;
- підвищення кваліфікації та професіоналізму тощо.

Базовим рівнем системи самоменеджменту є особиста ефективність, на основі якої здійснюється ефективне управління власними ресурсами: час, простір, комунікації, фінанси. Особиста ефективність, або ефективна діяльність, людини неможлива без досягнення певного рівня розвитку шляхом саморозвитку. У цьому процесі виокремлюють такі складники саморозвитку [1]:

- розвиток особистості;
- інтелектуальний розвиток;
- професійно-кваліфікаційний розвиток;
- фізично-оздоровчий розвиток тощо;

Наступний складник, який необхідно виокремити під час формування розвитку особистості, – це професійний саморозвиток. Ефективність професійного саморозвитку людини залежить від таких чинників:

- організаційних і соціально-психологічних умов професійної діяльності;
- доступності до сучасних інформаційних систем;
- методичного забезпечення умов професійного розвитку.

Розвиток особистості відбувається завдяки різноманітності видів його діяльності і взаємодії з іншими людьми. Але найактивніше він проходить тоді, коли різносторонній професіоналізм доповнюють цілеспрямованим саморозвитком.

Людина може самостійно досягти високого рівня та якості життя, але для цього потрібно багато працювати. Кожна особа повинна індивідуально досягати певного рівня життя, адже конкурентоздатна й економічно-незалежна держава складається з громадян, які постійно розвиваються, працюють й прагнуть жити краще. Для підвищення індивідуального рівня людського розвитку доцільно застосовувати інструменти самоменеджменту.

Список використаних джерел

1. Завидівська Н. Н., Завидівська О. І. Роль особистості у покращенні індивідуального рівня та якості життя. Формування ефективних механізмів державного управління та менеджменту в умовах сучасної економіки: теорія і практика : матеріали V Міжнар. заоч. наук.-практ. конф., 24 лист. 2017 р., Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2017. С. 429–432.
2. Колпаков В. М. Самоменеджмент : навч. посіб. Київ : Персонал, 2008. 528 с.

УДК 338.24:355.01

ФОРМУВАННЯ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Вікторія Гуцуляк

канд.екон.наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Сьогодні в умовах глобальної нестабільності та ризикування, формування принципів управління малого бізнесу в умовах війни стає ще важливішим. Воєнні конфлікти та політична нестабільність дуже впливає на економіку країни, змінює попит і пропозицію на ринку, тим самим змінюючи ціни на товари та послуги, а також створюючи інші чинники ризику.

У цих умовах малий бізнес стикається з багатьма викликами, як - от зменшення продажів, втрата клієнтів, зменшення прибутку, труднощі з фінансуванням та доступом до ресурсів. Формування принципів управління малим бізнесом в умовах війни допоможе керівникам забезпечити стійкість та ефективність діяльності підприємства, зменшити ризики та забезпечити успіх у непевних умовах.

На сучасному етапі маємо низку наукових праць, присвячених проблемам управління малим бізнесом в умовах кризи та воєнного стану. Багато вчених досліджували цю тему та запропонували різноманітні принципи управління, які можуть бути корисними для керівників малого бізнесу. Так, науковці А. Стойчич, П. Бартлетт [1] та М. Аль-Мамун, Х. Алам, М. Тарік [2] у своїх працях пропонують низку принципів управління малим бізнесом в умовах кризи та воєнного стану, які допоможуть підприємствам вести успішну бізнес-діяльність, незважаючи на виклики та труднощі, які виникають у цей період.

Основними пропонованими принципами, які можуть допомогти керівникам малого бізнесу в таких умовах є гнучкість та адаптивність керівники малого бізнесу повинні бути готові до швидких змін та пристосування до нових умов, що виникають в умовах воєнного стану. Вони повинні бути гнучкими та швидко реагувати на зміни в попиті, умовах виробництва, політичному та економічному середовищі); орієнтованість на клієнта (керівники малого бізнесу повинні забезпечити задоволення потреб своїх клієнтів. В умовах воєнного стану клієнти можуть бути менш активними, але зберігається їхня потреба в товарах та послугах. Керівники малого бізнесу повинні бути уважні до потреб своїх клієнтів та забезпечувати якість своїх

товарів і послуг); ефективне фінансове планування та контроль в умовах воєнного стану можуть бути непередбачувані, тому керівники малого бізнесу повинні мати ефективну фінансову стратегію та контроль за фінансовою діяльністю своєї компанії. Вони повинні розробити бюджет та стратегію фінансових інвестицій, які допоможуть їм вижити в умовах воєнного стану); керівництво та мотивація команди умови війни можуть бути важкими для співробітників малого бізнесу. Керівники повинні забезпечити належний рівень мотивації своєї команди та співробітників, щоб вони продовжували працювати в умовах війни. Для цього можна використовувати різноманітні мотиваційні методи, такі як бонусні системи, навчальні програми, збори з командою тощо збереження довіри та відкритості (умови воєнного стану можуть бути сприятливими для шахрайства та обману. Керівники малого бізнесу повинні забезпечити довіру своїх клієнтів, співробітників та інших партнерів. Для цього вони повинні дотримуватися відкритості та прозорості у своїй діяльності, не приховувати важливу інформацію та дотримуватися етичних стандартів); використання технологій та інновацій (в умовах воєнного стану технології та інновації можуть стати важливими засобами збільшення продуктивності та зменшення витрат. Керівники малого бізнесу повинні бути відкритими до використання нових технологій та інновацій, які можуть поліпшити їхню діяльність); співпраця та партнерство в умовах воєнного стану, співпраця та партнерство можуть стати важливими засобами збільшення шансів на успіх. Керівники малого бізнесу повинні співпрацювати з іншими підприємствами, громадськими організаціями та державними установами, щоб забезпечити взаємну підтримку та розвиток своєї діяльності.

Ці принципи можуть допомогти керівникам малого бізнесу в умовах воєнного стану забезпечити успішну діяльність та виживання свого підприємства. Проте важливо зазначити, що кожна війна є унікальною, тому керівники малого бізнесу повинні бути готові до того, що можуть знадобитися додаткові пристосувальні та адаптаційні механізми відповідно до конкретної ситуації.

Окрім того, важливо не забувати про гуманітарні аспекти й відповідальність перед співробітниками, клієнтами та суспільством загалом. Керівники малого бізнесу повинні зберігати людяність та етичність у своїй діяльності, особливо в умовах воєнного стану. Необхідно пам'ятати про соціальну відповідальність бізнесу та розуміти важливість взаємодії зі співробітниками, гарантування їхньої безпеки та дотримання прав праці. Важливо наголосити, малі бізнеси можуть відігравати важливу роль у підтримці місцевих громад, наприклад шляхом забезпечення робочих місць та надання допомоги у відновленні соціальної та економічної інфраструктури.

Отже, формування принципів управління малого бізнесу в умовах війни є дуже важливим завданням, яке допоможе зберегти бізнес, зменшити вплив негативних чинників та зберегти його стабільність і розвиток. Відповідні принципи управління можуть забезпечити ефективне функціонування малого бізнесу в умовах війни, забезпечити стабільність і конкурентоспроможність підприємства, забезпечити безпеку працівників та зменшити втрати

Список використаних джерел

1. Stojčić A., Bartlett P. Surviving and thriving in times of crisis: Strategies for small and medium-sized enterprises. *Journal of Business Research*. 2021. Vol. 129. P. 1-10.
2. M. Al-Mamun, H. Alam, M. Tarique. (2019). «Entrepreneurial orientation and small business performance during crisis.» *Journal of Business Research*, 99, 248-261.

ЕТИЧНІ ЦІННОСТІ ТА КУЛЬТУРА ДІЛОВИХ ВІДНОСИН СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА

Вікторія Гуцуляк

канд. екон. наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

У нашому часі, коли світова економіка й технології змінюються швидко і вимагають нових підходів в управлінні, етичні цінності та культура ділових відносин сучасного керівника стають ще важливішими, оскільки вони мають велику відповідальність перед своїми працівниками, клієнтами та суспільством загалом.

Зв'язок етичних цінностей і культури ділових відносин може допомогти розв'язати проблеми, пов'язані з корупцією, недостатнім рівнем етики в бізнесі, порушеннями прав людини в робочому оточенні та іншими етичними питаннями.

Етичні цінності та культура ділових відносин керівника досліджено в працях багатьох українських та зарубіжних дослідників, такі як Л.К. Тревіньо, К.А. Нельсон, [1], Б. Нартех, [2], Б. Гройсберг, Л.Е. Лі та Дж.Е. Вілліс [3], Ю. Чен, Х. Жан, і Х. Чен [4] та інші. Загалом вивчення етичних цінностей і культури ділових відносин є важливим напрямом досліджень, що дає змогу розуміти і поліпшувати етичний рівень управління і зміцнювати довіру споживачів і суспільства до бізнесу.

Дослідники звертають увагу на те, що культура ділових відносин може різнитися залежно від країни, регіону та культури, тому важливо знати й розуміти культурні особливості країн, з якими працює бізнес. Крім того, етика й мораль можуть змінюватися із часом, тому керівники повинні бути готові адаптувати свої підходи до змін у соціальних і культурних нормах.

Етичні цінності керівника, такі як цілісність, чесність, відповідальність та довіра, мають безпосередній вплив на культуру ділових відносин. Керівник, який приділяє увагу цим етичним цінностям, створює сприятливе середовище для розвитку ефективної та взаємовигідної ділової взаємодії зі співробітниками, клієнтами та партнерами. Зв'язок між етичними цінностями та культурою ділових відносин представлено на рисунку, де етичні цінності виступають як основа культури ділових відносин.

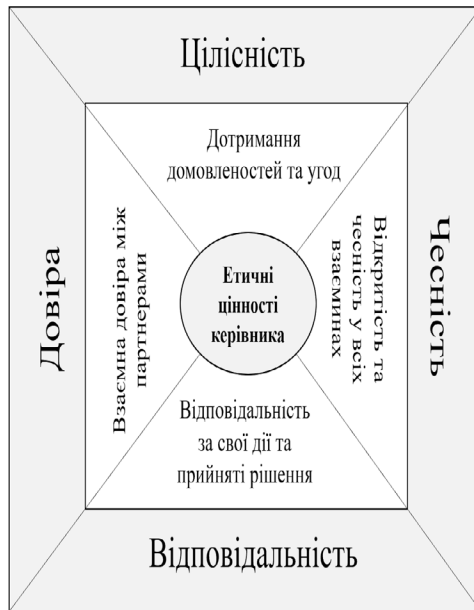


Рис. 1 Зв'язок впливу етичних цінностей керівника на культуру ділових відносин

Кожна з етичних цінностей, таких як цілісність, чесність, відповідальність і довіра, має свій вплив на культуру ділових відносин і на підприємство загалом.

Цілісність керівника створює основу для довіри та поваги до нього як до особи, яка дотримується своїх цінностей і принципів. Чесність керівника сприяє створенню відкритих і чесних взаємин зі співробітниками та партнерами, що підвищує рівень довіри в компанії. Відповідальність керівника сприяє формуванню культури відповідальності та професіоналізму серед співробітників та партнерів. А довіра керівника є ключовою етичною якістю, яка сприяє розвитку ефективної та взаємовигідної ділової взаємодії в компанії.

Усі ці етичні цінності керівника взаємодіють між собою та мають безпосередній вплив на культуру ділових відносин у компанії. Якщо керівник дотримується цілісності, чесності, відповідальності й довіри, це сприяє

створенню позитивної атмосфери в компанії та формуванню етичної культури серед співробітників та партнерів. Якщо керівник не дотримується цих етичних цінностей, це може призвести до негативного впливу на культуру ділових відносин, включаючи втрату довіри та поваги до керівника, низький рівень професіоналізму серед співробітників та некоректну поведінку у відносинах із партнерами.

Список використаних джерел

1. Trevino L. K., Nelson K. A Managing business ethics: Straight talk about how to do it right. John Wiley & Sons, 2020.
2. Narteh B. Ethical leadership, trust, and employee voice: Examining the impact of leader-member exchange (LMX) in the Ghanaian mining industry. *Journal of Business Ethics*. 2019. Vol, 156(1). P. 59-75.
3. Groysberg B., Lee L. E., Willis J. E. The Power of the Pledges: How Commitments and Micro-Actions Can Make a Big Difference in Diverse Hiring. Harvard Business School Working Paper. 2020. P. 20-146.
4. Chen Y., Zhan X., Chen H. Does corporate social responsibility affect executive compensation? Evidence from China. *Sustainability*. 2020. Vol, 12(17). P. 7009.

КОНКУРЕНЦІЯ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Інна Дибач

д.екон.наук, доцент

Владислава Черненко

студентка

*Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця(Україна)*

Сучасні трансформації світового ринку, такі як пандемія коронавірусу, повномасштабна війна в центрі Європи тощо, обумовлюють високу нестабільність та появу дедалі нових і нових викликів для суб'єктів, які господарюють, в усіх сферах економіки. За таких умов ведення конкурентної боротьби для українських товаровиробників набуває ще більшої вагомості. Традиційно українські підприємства, що мають важку спадщину від командно-адміністративного економічного устрою радянщини, «пасли задніх» порівняно із суб'єктами господарювання країн із традиційно ринковою економікою, а з початком повномасштабного військового вторгнення Росії на територію України забезпечення ефективності бізнесу в сучасній ринковій конкуренції виглядає майже нездійсненим завданням.

Важливо зазначити, що конкуренція є поняттям багатограним і залежить від того, з якого ракурсу її аналізуватиме дослідник. Так, А. Сміт [1, с. 4 -12], з ім'ям якого безпосередньо знаменується початок обговорення питань конкуренції, трактував її як суперництво, що підвищує ціни (за скорочення пропозиції) і знижує ціни (за надлишку пропозиції).

Мінливість і невизначеність ринкового середовища посилили інтерес до такого економічного явища, як конкуренція, та зумовила активний розвиток ресурсного підходу до визначення джерел конкурентних переваг [2, с. 411 - 412]. За цим наявні ендогенні ресурси підприємства в їх комбінуванні та взаємодоповненні стають основним джерелом формування конкурентних переваг у стратегічній перспективі.

Термін «конкуренція» є багатограним, тож проявляється перед дослідниками по-різному, у тлумаченні зазначеної дефініції спостерігаються суттєві, а іноді й суперечливі відмінності. Узагальнення відомих визначень дає змогу виокремити такі прояви конкуренції в ринковій економіці:

1) конкуренція як суперництво суб'єктів ринку. Таку позицію поділяють і українські парламентарії, визначаючи ринкову конкуренцію як змагання між суб'єктами господарювання для здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, унаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначити умови обороту товарів на ринку [3];

2) конкуренція як ринковий регулятор;

3) конкуренція як важіль розвитку інноваційний.

Отже, конкуренція як економічна категорія є обов'язковим елементом і властивістю ринку, зумовлює ефективність ринкової економічної системи та її інноваційний розвиток. До того ж в умовах сьогодення конкуренція проявляється через низку взаємопов'язаних функцій, які вона виконує в ринковому просторі: регулювальну, алокаційну інформаційну, мотиваційну, контрольну, інноваційну, розподільчу. Варто зазначити, що всі наведені функції покликані до реалізації основної глобальної функції конкуренції в ринковій економіці – винаходження та використання таких інструментів протистояння конкурентам, що б забезпечила лояльне ставлення до підприємства з боку платоспроможного споживача.

Поглиблення інтеграційних процесів в економіці, розвиток інформаційних технологій зумовив глобалізацію товарних ринків, що значно посилило конкуренцію – відбувається зміщення вектора конкурентної боротьби з національного до міжнародного ринку. Тобто в пошуку платоспроможного споживача ринкові оператори дедалі частіше виходять за межі національного ринку та стикаються з міжнародною конкуренцією.

У разі виходу на закордонні, часто невідомі та ризикові для суб'єкта господарювання, ринки однією із ключових перепон стає технологічна відсталість українських товаровиробників, необізнаність щодо адекватних стратегій ведення конкурентної боротьби та дієвих інструментів міжнародного маркетингу.

Підсумовуючи наведене, можна зазначити, що особливістю міжнародної конкуренції є те, що вона є ключовим чинником технічного прогресу, сприяє міжнародному трансферу технологій. Крім того, завдяки саме міжнародній конкуренції змінюються стратегії та методи ціноутворення, відбувається перехід до уніфікованої та стандартизованої продукції. Формування попиту на продукцію відбувається не лише на підставі національних чинників, а на основі міжнародних відносин як окремих товаровиробників та і країн у цілому.

Список використаних джерел

1. Grimes W. Adam Smith, the Competitive Process, and the Flawed Consumer Welfare Standard. GRUR International. 2020. Vol. 69, is 1. P. 3–13.
2. Прокопенко О. В. Теорія конкуренції: еволюція поглядів і змістовне наповнення. Український журнал прикладної економіки. 2019. Т. 4, № 3. С. 407–414.
3. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 № 2210-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>

УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГІЧНИМИ ПРОЄКТАМИ

Володимир Дудюк
канд.екон.наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Андрій Головка
канд.екон.наук, доцент

Університет сталого розвитку Еберсвальде (Німеччина)

Обґрунтовані наміри та прагнення українського суспільства досягти збалансованого розвитку та інтеграції до європейського співтовариства вже близько десяти років стримується військовою агресією російської федерації, а особливо це відчувається в умовах повномасштабної війни. Під час масованих обстрілів та атак гинуть та зазнають каліцтва люди, руйнується цивільна та військова інфраструктура, згубному негативному впливу піддається природне життєве середовище. За попередніми оцінками фахівців Державної екологічної інспекції України, від початку повномасштабної війни, шкода завдана довкіллі сягає понад 1,9 трлн. грн [1].

Інформація про найважливіші екологічні проблеми, на думку респондентів представлена в табл 1.

Вивченню, аналізуванню потрясінь, які переживає суспільство в умовах економічної нестабільності, військових конфліктів, а також природних катаклізм з метою пошуку шляхів уникнення, або запобігання окремим із них присвячено досить багато наукових праць [2-5].

Для прийняття дієвих рішень, які зможуть захистити нас, в першу чергу, від екологічної катастрофи на локальному рівні, слід напрацювати комплексну програму управління екологічними проєктами.

Серед найважливіших екологічних проблем, респонденти найчастіше згадували про забруднення прісноводних об'єктів 48,8 % у 2022 р. та 55,0 % у 2020 р., зменшення видів та середовищ існування природних екосистем відповідно 36,8% та 43,1%, забруднення повітря 38,0 % та 42,2%. Опитувані відзначають значне зростання нестачі питної води 4,5% за аналітичний період та зниження загроз від посух та повеней на 4,7 %.

В умовах ведення військових дій потрібно додатково запобігти, оцінити та ліквідувати наслідки наступних впливів: прямих руйнувань, створення

техногенних ризиків та погіршення стану довкілля, пошкодження об'єктів ядерної безпеки [2].

Таблиця 1

Перелік найважливіших екологічних проблем [2]

Екологічні проблеми	Рівень показника, %	
	серпень 2020 р.	жовтень 2022 р.
1. Забруднення озер, річок та підземних вод	55,0	48,8
2. Зменшення видів та середовищ існування природних екосистем	36,8	43,1
3. Забруднення повітря	38,0	42,2
4. Зростання кількості відходів	47,6	37,1
5. Сільськогосподарське забруднення та деградація ґрунтів	32,2	32,4
6. Нестача питної води	26,3	30,8
7. Зміна клімату	28,9	24,9
8. забудова особливо цінних територій	22,7	20,9
9. Захист тварин від жорстокого поводження	11,9	16,4
10. Часті посухи або повені	20,6	15,9
11. Забруднення морів	18,3	13,4
12. Шумове забруднення	4,6	7,5
13. Інше	3,2	3,3

Важливим напрямком зміцнення екологічної безпеки є підвищення ефективності управління проектами екологічного спрямування. На рис. 1 відображені ключові цілі екологічного проекту.



Рис. 1. Основні екологічні цілі [6]

Проектом екологічного спрямування є інноваційна діяльність спрямована на покращення, відновлення, або збереження якості навколишнього природного середовища [4, 7].

Список використаних джерел

1. Офіційний ресурс Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://ecozagroza.gov.ua/>
2. Сек А. Журналістські екологічні розслідування. Львів : Манускрипт, 2022. 32 с.
3. Кляйн Н. Змінюється все. Капіталізм проти клімату. Київ : Наш формат, 2016. 480 с.
4. Хрутьба В. О. Основи управління проектами і програмами поведження з відходами в транспортно-дорожньому комплексі : монографія. Київ : НТУ, 2013. 192 с.
5. Філдінг П. Д. Як керувати проектами. Київ : Фабула, 2020. 240 с.
6. Regulation (EU) 2020/852 of the European Parliament and of the Council of 18 June 2020 on the establishment of a framework to facilitate sustainable investment). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content>.
7. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки: Закон України від 03.01.2023 р. № 15563480-IV. Дата оновлення: 13.12.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15> (дата звернення: 30.03.2023).

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

Ван Дунчен
аспірант

Олена Красноносова
канд.екон.наук, доцент

*Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця (Україна)*

Управління бізнесом є процесом, який містить функції контролю й нагляду за діловими операціями та пов'язаними з ними сферами. Окрім контролювальних функцій, управління передбачає прийняття рішень, ефективну організацію персоналу та всіх видів ресурсів на виконання необхідних бізнес-операцій. Деякі науковці вважають процес управління бізнес-адмініструванням.

Необхідно зазначити, що процес управління бізнесом має більший спектр, а його складовою частиною є бізнес-адміністрування. Воно спрямоване на досягнення якомога більшої оптимізації процесів та контроль.

Аналізуючи досвід Китаю, світовий досвід, зокрема досвід провідних країн Європи, постає питання про забезпечення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу як частини ринку послуг, де вагоме місце займає якість. Це зумовлює необхідність розуміння та задоволення вимог і потреб споживачів, сегментацію окремих їх груп, запровадження систем управління якістю, а також розвиток інтернет-обслуговування.

Ураховуючи збільшувану конкуренцію, виникає необхідність запровадження заходів з інтернет-обслуговування, які мають забезпечувати та постійно вдосконалювати якість послуг. Означені заходи мають відповідати ринковому попиту, формувати ресторанний бренд, збільшувати привабливість для різноманітних груп споживачів та створювати умови для зацікавленості інвесторів і збільшення капіталовкладень на користь розвитку ресторанного бізнесу.

Сучасні умови ведення ресторанного бізнесу вимагають від підприємств переходити на якісно нові рівні здійснення діяльності й обслуговування клієнтів.

Забезпечення високого рівня якості послуг, створення бренду та іміджу підприємств ресторанної сфери, формування ресторанних мереж і супутніх

бізнес-кластерів, побудова ефективних систем управління якістю, розроблення та реалізація дієвої політики, стратегії й тактики управління якістю в межах ланцюга створення вартості ресторанних послуг через консолідацію діяльності та інтегрування бізнес-процесів суб'єктів харчового й туристичного бізнесу ставить питання про необхідність формування професійних навичок, знань і професійних компетентностей персоналу для ефективного управління якістю інтернет-обслуговування в ресторанній галузі.

Традиційні методи ведення бізнесу більше не можуть гарантувати зростання обсягів прибутковості, а іноді не спроможні навіть забезпечити збереження обсягів діяльності підприємств на вже досягнутому рівні. Такі обставини стимулюють представників ресторанного бізнесу аналізувати сучасні світові тенденції та запроваджувати у власну діяльність новітні методи й підходи у веденні господарської діяльності.

Автори [1] визначають, що XXI століття стало для світу інформаційним століттям (також відоме як «комп'ютерне століття», або «цифрове століття»), воно характеризується переходом людства від традиційної промисловості, що стала результатом індустріальної революції, до економіки, заснованої на інформаційних технологіях. Також початок інформаційної епохи є результатом цифрової революції [1].

Інформаційні технології можна розподілити на цифрові та аналогові. Сучасний розвиток спрямовано на цифрові технології. Їх також називають диджитал-технологіями (від англ. digital technology) та нерозривно пов'язують із процесами так званої диджиталізації (від англ. digitalization).

Розвиток інноваційних технологій і засобів комунікації створив потужний поштовх для формування нового напрямку в сучасному світі ресторанного бізнесу – інтернет-обслуговування клієнтів.

Відповідно до підходів С. Пиріг та О. Нужної, диджиталізація становить собою способи приведення будь-якого різновиду інформації в цифрову форму [2]. Дещо іншу позицію займають дослідники, аналізуючи диджиталізацію не як спосіб, а як пов'язаний із тенденцією приведення в електронний вигляд найрізноманітніших видів використовуваної людиною інформації, умовно названий дослідниками «оцифруванням буття» [3].

Наразі на практиці диджиталізації ресторанного бізнесу досягають за рахунок застосування закладами такого комплексу цифрових технологій та процесів: використання QR-кодування в обслуговуванні клієнтів; надання клієнтам цифрової інформації через електронні пристрої; здійснення дистанційної комунікації з клієнтами поза межами закладу, зокрема через спеціалізовані вебсайти та спеціалізовані мобільні застосунки; автоматизація внутрішніх комунікацій бізнес-процесів між працівниками закладу шляхом застосування спеціальних інформаційних програм управління

закладом; надання можливості здійснення електронної оплати послуг закладу клієнтам.

Список використаних джерел

1. Макаренко Є. Л. Глобалізація комунікацій. Київ: Знання України, 2004. Т. 1. 760 с.
2. Пиріг С. О., Нужна О. А. Інформаційні технології та їх використання на підприємствах України. Економічний форум. 2014. С. 190-195.
3. Digital strategy in a time of crisis. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/digital-strategy-in-a-time-of-crisis>

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СТРЕСОМ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Уляна Іванюк
канд.екон.наук, доцент

Львівський університет «Львівська політехніка» (Україна)

Сьогодні стрес - невід'ємна частина сучасного життя та діяльності людей. За оцінюванням експертів National Institute for Occupational Safety & Health, американські бізнесмени втрачають як мінімум 190 млрд дол США на рік через лікарняні листи своїх співробітників [4]. Крім того, у 75 % всіх сучасних захворювань стрес є супутнім чинником, а в 75 - 90% звернень до лікарів загального профілю пов'язані із нездужанням на основі стресу (Американська медична асоціація) [3].

Стресом називають різні реакції людини, що виникають у відповідь на екстремальні негативні дії. Поняття «стрес» увів 1936 році біохімік Ганс Селле, який визначив цим терміном стан напруження організму, який повинен мобілізувати всі свої захисні сили, щоб зустріти загрози ситуацію [2].

Чинниками стресу виступають: тривалість і сила впливу стрес-фактора та звичайно поріг чутливості до стресу. Крім того, каталізатором розвитку стресу є такі сучасні розлади, як стрес втрачених можливостей (FOMO, Fear of Missing Out) – страх пропустити важливі події, які відбуваються в інших людей, виникнення цього відчуття пов'язують із розвитком соціальних мереж, вони найчастіше провокують негативні емоції. Відповідно, цей страх має схожі ознаки з комплексом неповноцінності: у людини з'являється відчуття, що вона живе нецікаво порівняно з іншими і підготовлює «фундамент» для стресу.

Управління стресом – це інструмент ефективної дії, спрямованої на послаблення стресової реакції і на швидке досягнення рівноваги.

Профілактика та управління стресом на робочому місці передбачає втручання організаційного рівня, оскільки стрес створює саме організація. Оскільки стрес в організації може бути спричинений не лише професійною діяльністю, а й особистими проблемами працівників, то це може лише посилювати деструктивні наслідки у професійній діяльності. Регулювання особистісних стресів працівника можливе за умови ефективного стрес-менеджменту в організації. Симптоми стресу досить помітні для керівника, їх можна ідентифікувати:

- часті прогули та запізнення на роботу, втеча від робочих зобов'язань;

- погіршення продуктивності праці;
- суперечки, дратівливість, тривога;
- погіршення здоров'я, збільшується кількість нещасних випадків;
- надмірне куріння, безсоння тощо.

Тож дуже важливо мати ефективні стратегії управління стресом для того, щоб зменшити та контролювати ефективність працівників. Ключові елементи ефективного управління стресом в організації: правильно організувати роботу, скласти план ходу операцій на виробництві, визначити необхідний обсяг роботи для кожного працівника; необхідно делегувати свої повноваження так, щоб він сам міг виконати те, що повинен, і щоб обсяг повноважень, які він делегував іншим, також відповідав можливостям працівників [1, с. 31]; поліпшити відносини зі співробітниками, ефективне спілкування, організаційна культура; заохочення працівників до ухвалення рішень; збільшення незалежності, значущості, відповідальності працівника; справедливий і зрозумілий розподіл стимулів і заробітної плати; створення та розвиток конкурентоспроможного й розвивального робочого середовища; використання працівниками індивідуальних стратегій управління стресом (співвідношення завдань працівника та організації, пріоритетність справ, заохочування здорового способу життя).

Стрес не завжди є негативним, іноді він має позитивний характер (еустрес – мотиваційний тип стресу), може спонукати працівника до відкриття інноваційного та розумного способу виконання роботи.

Отже, ефективний стрес-менеджмент необхідний для регулювання та запобігання стресу особистого чи групового; підвищення продуктивності працівників організації; формування та розвитку компетентності, які б допомагали в ухваленні рішень у екстремальних негативних умовах під істотним впливом стрес-факторів та забезпечення особистої «подушки» безпеки від стресу.

Список використаних джерел

1. Гончар М. Ф. Кабан Х.В. Стрес-менеджмент на підприємстві: характеристика та способи вирішення із застосуванням коучингу: [поняття стресу, стресостійкості. Класифікація стресу. Шляхи управління стресом]. Вісник НУ «Львівська політехніка». 2012. № 227. С. 28-32.
2. Сельє Н. Стрес і загальний адаптаційний синдром. URL: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2038162/?tool=pmcentrez>.
3. American Medical Association. URL: <https://www.ama-assn.org/>
4. National institute for occupational safety & health. URL: <https://www.cdc.gov/niosh/index.htm4>

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ
КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Володимир Колодійчук
д.екон.наук, професор

*Львівський національний університет ветеринарної
медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького (Україна)*

Особливістю сучасного розвитку світової економіки є персоналізація платоспроможного попиту та поява якісно нових критеріїв щодо визначення потреб. В умовах постійно зростаючої конкуренції актуальним стає комплексне оновлення не тільки виробничого, а й комунікаційного процесу. Динаміка ринкової кон'юнктури спричинює намагання підприємств позбутися обмежених торгових зв'язків і шукати нові способи ділових контактів. Відповідно змінилося колишнє байдуже ставлення менеджменту підприємств до виставок і ярмарків, які нині вважають однією з вирішальних складових системи «клієнт — конкурент — оновлення» і забезпечують як поширення, так і отримання широкого спектра економічних, технічних і комерційних повідомлень за доступної їхньої вартості.

Перша промислова виставка відбулася в Лондоні в 1761 році і називалася Agricultural Machinery Exhibition. Надалі виставки поступово стають комерційними, оскільки крім показу новин техніки і технологій заключаються торговельні контракти. Основні відмінності між виставками і ярмарками полягають у тому, що виставкам притаманні великі масштаби пропонування та необмежене коло відвідувачів, чого немає на ярмарках.

Політика участі підприємства у виставках та ярмарках не може обмежуватися лише продажем товарів та послуг, а має бути органічно пов'язана з усіма інструментами маркетингу, особливо з рекламою і паблік рилейшнз.

Виконуючи одну з функцій маркетингу, виставки та ярмарки сприяють вирішенню наступних завдань:

- одержання інформації шляхом дослідження ринку та конкурентів;
- встановлення прямих контактів з новими партнерами;
- постійна адаптація пропозиції (технічних характеристик, дизайну тощо) до диференційованих вимог ринку, дослідження його тенденцій, своєчасне вдосконалення або раціональне оновлення продукції залежно від зміни вимог споживачів;
- набуття глобальної європейської свідомості з паралельною розробкою специфічної стратегії маркетингу для кожної країни, розвиток різних типів ділового співробітництва;

– активний розвиток маркетингу, особливо в галузі просування товару на ринок (реклама, особистий продаж на виставках та ярмарках, паблік рилейшнз тощо), сегментація ринків;

– систематичний аналіз умов конкуренції, якісне поліпшення комерційних пропозицій, зміна виробничої орієнтації.

З геополітичних, історичних, економічних та інших причин Європа продовжує вести лідерство щодо торгових виставок та ярмарків. Але наприкінці ХХ ст. значного розвитку досягли виставки та ярмарки на Північно-Американському континенті та в Північно-Східній Азії. Так, у Сінгапурі діє близько 50 виставок, у Південній Кореї – близько 60, Таїланді – близько 50, у В'єтнамі та Малайзії – понад 30 у кожній. Ще у 80-ті роки ХХ ст. середньорічне збільшення попиту на виставкову площу досягло 8%, що втричі перевищувало відповідне збільшення валового національного продукту у світовому масштабі [1]. У промислово розвинутих країнах спостерігається попит на продукцію високих споживчих стандартів, а у країнах, що розвиваються, – попит на дешеві товари [2]. Усе це визначає сферу організації виставок та ярмарків і визначає політику підприємств щодо вибору експонатів залежно від місця проведення виставок.

У зв'язку зі змінами світової економічної, політичної та демографічної ситуації характерними у сфері організації та проведення виставок і ярмарків є наступні тенденції:

– посилення транснаціонального характеру вже відомих торгових виставок та ярмарків і значне гальмування виникненню нових;

– активізація діяльності великомасштабних міжнародних виставок та ярмарків за межами традиційних місць їхнього проведення;

– збільшення участі малопотужних підприємств у виставках та ярмарках національного масштабу та у регіональних виставках;

– збільшення кількості послуг та їх аутсорсинг [3] як об'єктів експонування.

Ці зміни потребують адаптації вітчизняних підприємств до нового бізнесового середовища, що передбачатиме опрацювання відповідної програми маркетингу, концентрації зусиль на створенні відповідного фірмового іміджу, на формуванні необхідної фірмової індивідуальності тощо.

Таким чином, торгові виставки та ярмарки стали дзеркалом технічного прогресу, індикатором цін, а також особливим соціальним явищем з економічним, політичним і культурним змістом. На відміну від інших інструментів маркетингу торгові виставки та ярмарки користуються перевагами безпосередньої комунікації з товарами й послугами. Участь у виставках і ярмарках є важливим аспектом діяльності підприємств, оскільки такі заходи дозволяють встановити регіональні, національні та міжнародні контакти.

Правильне визначення обсягу і структури платоспроможних потреб споживачів і розробка ефективних заходів щодо їх задоволення стає гарантією успіху товаровиробників на ринку.

Список використаних джерел

1. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2000. 380 с.
2. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2001. 488 с.
3. Kolodiichuk V., Stanko V., Averchev O., Stanko S. LPI-assessment of outsourcing of logistics services in the Agro-industrial complex of Ukraine. Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development. 2021. Vol. 21, is. 3. P. 505-517.

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ПИТАНЬ ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ

Ірина Колодійчук

д.екон.наук, старший науковий співробітник

*ДУ «Інститут регіональних досліджень імені
М. І. Долишнього НАН України (Україна)*

Українська система поводження з відходами зорієнтована лише на розв'язання питань природоохоронного характеру, що обмежує її можливості в напрямі мінімізації потоків відходів. У концепції комплексного управління відходами запропоновано переглянути традиційний підхід у розв'язанні проблеми відходонакопичення, ураховуючи, що відходи складаються з різних компонентів, які потребують відповідної утилізації найбільш економічно доступними, екологічно ефективними та соціально прийнятними способами [1]. Необхідність комплексного підходу до питань поводження з відходами викликана вимогами міжнародного співтовариства, підтверджена ратифікованими Україною важливими міжнародними документами, зокрема Базельською конвенцією про контроль за транскордонним перевезенням небезпечних відходів та їх видаленням [2], декларацією Ріо-де-Жанейро щодо навколишнього середовища та розвитку [3], протоколом про реєстри викидів і перенесення забруднювачів [4] тощо.

Примітивна схема збору і вивезення відходів за межі населеного пункту на полігон не відповідає сучасному баченню розв'язання наявних проблем. Водночас наявний низький рівень фінансового та інформаційного забезпечення у сфері поводження з відходами. Відсутність об'єктивного обліку та моніторингу утворюваних / накопичених відходів не сприяла розробленню ефективних заходів природоохоронного характеру. Тож зазначене зумовило припущення, що дії (заходи) у цій сфері не були науково обґрунтованими, а більшою мірою мали випадковий характер. Попри те, що випадковість не відкидає «правильного», у цьому контексті це швидше є неправильним, що вказує на «сліпе» регулювання суспільних відносин у сфері поводження з відходами [5].

Критичний стан із нагромадженням відходів у Україні вимагає реалізації радикальних рішень системного характеру, а саме:

1. Послідовна реалізація стратегії управління відходами, що базується на узгодженості дій на різних рівнях ієрархії управління. Науково обґрунтовані заходи повинні бути безальтернативним дороговказом на шляху

досягнення стратегічних завдань, незалежно від політичної ситуації та змін у кадровому забезпеченні владних інституцій. Практика «зміни курсу» в контексті політичної доцільності є неприпустимою щодо поводження з відходами, оскільки масштабність наявних проблем вимагає послідовності та значного періоду для їхнього розв'язання.

2. Формування інституту відповідальності за наслідки неефективної діяльності або бездіяльності органів управління. Лише безкомпромісне дотримання національного й міжнародного законодавства та реальна відповідальність за його порушення із компенсацією спричинених збитків можуть забезпечити реалізацію стратегії ефективного управління відходами.

3. Створення організаційно-правових умов для інвестиційної привабливості індустрії перероблення відходів. Законодавче поле з реальними механізмами захисту інвесторів, прозорі конкурсні процедури та чіткий інвестиційний план – усе це може кардинально поліпшити ситуацію з будівництвом та експлуатацією утилізаційних потужностей у регіонах України.

4. Міжгалузеве узгодження планів управління відходами, що передбачає координацію дій між міністерствами і відомствами на шляху реалізації національної стратегії у цій сфері.

5. Формування екологічного світогляду населення, яке повинно бути невід'ємним складником національної системи освіти і виховання. Становлення екологічної культури є одним із превентивних заходів уникнення екологічних катастроф, а також запорукою створення ефективної системи управління відходами.

Отже, формування ефективної системи управління відходами є важливим компонентом якісних змін (сталого розвитку) у регіонах України в контексті її євроінтеграційних прагнень. Перехід від наявної практики поводження з відходами до системи управління ними вимагає ухвалення й реалізації радикальних рішень на законодавчому та виконавчому рівнях ієрархії управління (керування), запровадження європейських принципів управління, що на практиці підтвердили свою дієвість та ефективність. Упровадження прогресивної моделі рециркуляції відходів у регіонах України вимагає комплексного використання сучасних інноваційних технологій, що в поєднанні з європейськими стандартами та запропонованими радикальними рішеннями спроможні створити ефективну національну систему управління відходами.

Список використаних джерел

1. Marshall R. E., Farahbakhsh K. Systems approaches to integrated solid waste management in developing countries. *Waste Management*. 2013. Vol. 33, is. 4. P. 988–1003.

2. Базельська конвенція про контроль за транскордонним перевезенням небезпечних відходів та їх видаленням. Офіційний вісник України. 2018. № 93. С. 106.
3. Декларація Ріо-де-Жанейро щодо навколишнього середовища та розвитку: Міжнародний документ від 14.06.1992 р. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_455
4. Про ратифікацію Протоколу про реєстри викидів та перенесення забруднювачів: Закон України № 980-VIII від 03.02.2016 р. Відомості Верховної Ради України. 2016. № 11. С. 7.
5. Колодійчук І. А. Формування територіально збалансованих систем управління відходами: регіональний вимір : монографія. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», 2020. 524 с.

ПІДТРИМКА ЛІДЕРСТВА В УМОВАХ КРИЗ

Ольга Комеліна

д. екон. наук, професор

Анна Ісіченко

студентка

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

Останнім часом теорії лідерства набули значної уваги серед науковців та практиків. Здебільшого вчені аналізують лідерство за умов стабільності, коли головним завданням лідера є налагодження робочого процесу, підвищення продуктивності та мотивація працівників, збільшення прибутку тощо. Більшість відомих на сьогодні теорій лідерства вивчають цей феномен за «нормальних» умов. Однак саме в умовах кризи, коли від швидкого ухвалення оптимальних рішень залежить не лише прибуток, але й існування компанії у цілому, лідерство стає найбільш важливим.

Кризи досліджують з погляду управління, коли управлінці заздалегідь передбачають різні сценарії криз й мають чіткий план дій у разі їх виникнення. Проте кризу неможливо передбачити зі стовідсотковою точністю, адже на її виникнення впливає багато чинників, таких як економічна ситуація, стихійні лиха, війни тощо. Наприклад, пандемія COVID-19 спричинила одну з найбільших криз у світовій історії. Кризи вимагають швидких та рішучих дій, гнучкості у разі ухвалення рішень, мотивації та контролю працівників, тому роль лідера є найбільш важливою в таких ситуаціях [1].

Головним завданням лідера є мотивація підлеглих до роботи, особистий розвиток членів колективу, створення команди людей, які працюють не через зобов'язання, а для досягнення спільної мети організації. Лідер є не просто наставником, а людиною, на яку прагнуть бути схожими підлегли. Тож лідери повинні мати певні здібності та навички, такі як дисциплінованість, відповідальність за ухвалення рішень, стресостійкість, уміння швидко передбачувати різні варіанти розвитку подій та інші. Існують теорії лідерства, які стверджують, що лідерами народжуються (наприклад, great man theory), проте більшість учених стверджують, що ці навички можна набути. Саме тому дослідження підтримки лідерства є важливими та актуальними.

Підтримка лідерства – це процес надання підтримки лідерові в процесі ухвалення рішень, управління відносинами з підлеглими, а також підтримка в

умовах стресу та невпевненості. Підтримка лідерства є важливим процесом, адже її відсутність може привести до зниження мотивації як колективу, так і самого лідера. Перші дослідження щодо підтримки лідерства були опубліковані 1975 року House & Mitchell. Ця концепція ґрунтувалася на розвитку всіх без винятку членів колективу, поліпшення їх мотивації. Дослідження Lin & Ling (2021) розглядають підтримку лідерства не тільки, як розвиток особистих лідерських якостей, налагодження взаємодії в колективі, але й через покращення умов праці, забезпечення належного навколишнього середовища.

Упродовж останніх десятиліть розвиток лідерства є одним з головних завдань світових організацій. Дослідження свідчать, що правильний розвиток лідерства сприяє не тільки збільшенню продуктивності, але й значному підвищенню прибутків. Компанії, які залучали талановитих менеджерів та допомагали їм розвиватися, збільшили свій прибуток у середньому на 20%. Наприклад, програма підготовки лідерів компанії Boehringer Ingelheim's призвела до того, що менеджери висували власні ініціативи, які в результаті принесли компанії 5 мільйонів доларів. Розвиток навичок не тільки в безпосереднього лідера, але і в підлеглих сприяє створенню штабу працівників, які в разі виникнення кризових ситуацій будуть здатні формувати власні ініціативи та шляхи до розв'язання проблем, що виникли, а також достатньо стресостійкими та вмотивованими.

Одними з найбільш поширених інструментів підтримки лідерства є курси та тренінги, менторство, використання мотиваційних методів. Сьогодні є багато бізнес-шкіл, спрямованих на розвиток лідерських якостей. Однією з найбільш відомих є Гарвардська школа бізнесу. Також розвиненою є практика розвитку лідерства в університетах, таких як коледж Вільямса в Бостоні, студенти якого очолюють провідні світові компанії.

Ефективними інструментами для підтримки лідерства в організації є інформаційно-комунікаційні технології. Системи підтримки лідерства зазвичай складаються з тренінгів, курсів, семінарів, форумів, відеоконференції, чатів підтримки, відеороликів, опитувань, експертних оцінок тощ. Для забезпечення ефективних комунікації між учасниками дедалі частіше використовують інформаційно-комунікаційні технології.

Отже, підтримка лідерства є одним із найбільш важливих завдань організації, особливо в кризових ситуаціях. Адже криза є найбільш складним етапом у житті компанії, але за правильних дій лідера вона може сприяти до розвитку компанії з використанням нових можливостей.

Список використаних джерел

1. Ronald E. Riggio and Toby Newstead. Crisis Leadership. Annual Review.2023. Vol. 10. P. 201-224.
2. Martin L. 3. Ways Leadership Development Will Boost Your Bottom Line. URL: <https://www.lisamartininternational.com/post/3-ways-leadership-development-will-boost-your-bottom-line>.
3. Meizhen L., Qian L. The role of top-level supportive leadership: A multilevel, trickle-down, moderating effects test in Chinese hospitality and tourism firms. Journal of Hospitality and Tourism Management. 2021. Vol. 46. P. 104-113.

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ ЕКСТРЕМАЛЬНИХ ЕКЗОГЕННИХ ВИКЛИКІВ: НОВІ ЗАВДАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Ольга Комеліна

д.екон.наук, професор

*Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка» (Україна)*

Сучасний етап суспільного розвитку супроводжується значними трансформаційними процесами, що викликає необхідність перегляду традиційних підходів у менеджменті щодо розвитку організацій в умовах невідомості, що пов'язані із впливом екстремальних екзогенних викликів. Вивчення реакції організацій на системні за своїм змістом та проявом виклики є важливим з позицій подальшого розвитку теоретичних концепцій менеджменту. Нові концепції мають урахувувати широкий спектр організацій із різноманітними цілями (економічними, соціальними, екологічними, технологічними тощо) та конфігураціями, бути релевантними, підтверджуватися емпірично, пояснювати складність та системність змін, що впливають як внутрішні, так і зовнішні середовище організацій, пропонувати нові підходи щодо управління розвитком організацій та забезпечення їх стійкості. Дослідження реакції організацій на нові умови функціонування створює підстави для переосмислення механізмів та інструментів забезпечення їх стійкого розвитку.

Не викликає сумнівів припущення, що організаційні структури виникають як відображення раціоналізованих інституційних правил [1]. Сучасна організація має реагувати на зміну системи вимог, що визначаються загальноцивілізаційними та глобальними змінами, сформованим інституційним середовищем країни та його змінами, яке також відповідним чином реагує на екстремальні екзогенні виклики. Зарубіжні дослідження переконують, що за таких умов на рівні організацій мова йде про запровадження нових практик, припущень, цінностей, вірувань і правил, за якими індивіди виробляють і відтворюють своє матеріальне існування, організують час і простір і надають значення їх соціальній реальності [2].

Потребує доповнення інституційна теорія організацій у частині розуміння соціології організаційної поведінки в умовах зміни інституційного середовища під впливом екстремальних викликів та глобальних криз, які викликають організаційні зміни, а також зміну умов, методів, способів,

інструментів прийняття рішень і загальної організаційної поведінки відповідно до нових норм і правил макросередовища [3].

Сучасна організація має забезпечувати власну економічну стійкість у відповідь на універсальний заклик щодо відповідності Цілям сталого розвитку (ООН, 2015). У нових трансформаційних умовах ефективність та успішність цих організацій визначається вже не стільки системою економічних показників їх функціонування, скільки результатами оцінювання їх діяльності стейкхолдерами і суспільством. Це можливо продемонструвати на прикладі втілення цілей сталого розвитку, що стає платформою для об'єднання інтересів та цінностей різних стейкхолдерів (підприємств, територіальних громад, громадських організацій, регіональних та державних органів влади тощо), вироблення таких норм, правил і переконань, які, в свою чергу, стають більш важливими імперативами, ніж економічні, технічні тощо. Отже, набувають все більшої актуальності теоретичні концепції розвитку стейкхолдер-менеджменту та особливості їх застосування у практичній діяльності організацій [4].

Водночас європейська спільнота рухається у напрямку розроблення та втілення європейських стандартів щодо забезпечення сталого розвитку організацій. Ігнорування таких зовнішніх критеріїв може стати бар'єром для інноваційної адаптації національних виробників до європейського економічного простору у перспективі. Мова йде про процеси євроінтеграції України та завдань щодо реалізації основної мети – набуття членства в складі Європейського Союзу. Відтак теоретично важливо імплементувати зовнішні критерії оцінювання діяльності організації щодо досягнення їхніх цілей.

Умови невизначеності, що посилюються екстремальними екзогенними викликами, зміною вектору розвитку, впровадженням нових цінностей водночас актуалізують доповнення теорій управління ризиками [4], що гостро проявляються на індивідуальному, організаційному, галузевому, інституційному рівнях.

Україна в умовах війни стає своєрідною площадкою для перевірки існуючих та формування нових концепцій менеджменту, пошуку нових теорій, методів та інструментів подолання протиріч, суперечностей та конфліктів, що виникають в таких умовах, оскільки у межах країни трансформаційні процеси відбуваються одночасно на суспільному, галузевому, організаційному та індивідуальному рівнях. Високий рівень невизначеності цих трансформацій в умовах прискорення процесів євроінтеграції України вимагає перегляду ціннісних підходів, переоцінювання національного інституційного середовища та визначення вектору та доцільності змін інституційного порядку, зміни професійних практик з урахуванням європейського досвіду.

Для формування інноваційного механізму протистояння екстремальним викликам важливим є розвиток теорії міжорганізаційного співробітництва у сфері створення нових знань (відповідальна наука), впровадженні нових технологій та технологічних інновацій (відповідальні інновації), що спрямовані на створення суспільно значимих благ та цінностей, а також розвиток теоретичних концепцій відповідального та чутливого до змін менеджменту і підтримки відповідального лідерства.

Подальший розвиток теорій та концепцій менеджменту в умовах екстремальних екзогенних викликів дає змогу актуалізувати прикладні завдання та перспективи наукових досліджень у галузі менеджменту:

-організаційний кризовий менеджмент у поєднанні з дослідженнями організаційно-економічного потенціалу інноваційного підприємства;

-управління кризою та відносинами між фірмою та зацікавленими сторонами;

-стратегічне лідерство в контексті непостійних технологічних змін, зокрема цифрової трансформації;

-стратегічне управління інноваційним розвитком організації, запровадження організаційних та технологічних інновацій;

-застосування поведінкового підходу до стратегічного управління з урахуванням соціальних і когнітивних підходів, що впливають на організаційні результати та організаційну поведінку;

-розроблення стратегій сталого розвитку регіонів, територіальних громад, стратегій збереження та сталого використання біорізноманіття та природних ресурсів;

-стратегічного планування розвитку об'єктів просторового середовища, відновлення природного каркасу територій.

Список використаних джерел

1. Meyer J. W. Richard W. S. Organizational environments: Ritual and rationality. CA: Sage, 1983. 302 p.
2. Thornton P. Lounsbury M. The Institutional Logics Perspective: A New Approach to Culture, Structure and Process. URL: 10.1093/acprof:oso/9780199601936.001.0001.
3. Zucker L. G. Institutional Theories of Organization. Annual Review of Sociology. 1987. Vol. 13. P. 443–464. URL: <http://www.jstor.org/stable/2083256>
4. Embrechts P., Sidney I. R. Samorodnitsky G. Extreme Value Theory as a Risk Management Tool. North American Actuarial Journal. 1999. Vol. 3(2). P. 30–41. DOI: 10.1080/10920277.1999.10595797.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ТА ВИТРАТАМИ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ

Галина Левків
д.екон.наук, професор

Назар Мельник
аспірант

*Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій імені С.З. Гжицького (Україна)*

Існує два основні шляхи оптимізації фінансового стану – оптимізація результатів діяльності (підприємство повинне більше заробляти) і раціональне розпорядження результатами діяльності. Проте два вказані шляхи – «заробляти» і «розпоряджатися напрацьованим» – не рівнозначні [1].

Можливості поліпшення стану підприємства завдяки раціональнішому розпорядженню результатами діяльності ефективні, але з часом вичерпані. Тож необхідно пам'ятати, що базою стабільного фінансового становища організації впродовж тривалого часу є здобутий прибуток. У зв'язку з цим за оптимізації фінансового стану організації потрібно прагнути насамперед до забезпечення прибутковості діяльності.

Щоб оптимізувати фінансові результати та сприяти реалізації виявлених резервів можливо застосувати як у короткостроковому і середньостроковому, так і в довгостроковому періоді такі заходи [2]:

- проаналізувати й усунути підстави для виникнення перевитрат фінансових ресурсів на матеріальні та інші операційні витрати;
- запровадити на підприємстві системи управлінського обліку витрат у розрізі центрів відповідальності та витрат по окремим групам товарної продукції;
- підвищити у складі реалізації питому вагу дрібногуртової товарної продукції;
- здійснити ефективну цінову політику, диференційовану щодо окремих категорій покупців;
- удосконалити рекламну діяльність, підвищувати ефективність окремих рекламних заходів;
- надавати достатню увагу навчанню і підготовці кадрів, підвищенню їх кваліфікації;

- розробити і ввести ефективну систему матеріального стимулювання персоналу, тісно пов'язану з основними результатами господарської діяльності підприємства й економією ресурсів;

- використовувати системи депреміювання працівників за порушення трудової або технологічної дисципліни;

- здійснювати постійний контроль за умовами зберігання і транспортування товарної продукції.

Упровадження зазначених заходів дасть змогу реалізувати виявлені резерви та поліпшити загальну якість функціонування підприємства, що також призведе до оптимізації фінансового результату діяльності організації.

Отже, важливе значення в боротьбі за зниження собівартості та підвищення прибутку має дотримання найсуворішого режиму економії на всіх ділянках виробничо-господарської діяльності підприємства. Послідовне здійснення в організації режиму економії виявляється насамперед у зменшенні витрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції, скороченні витрат з обслуговування виробництва, керування й інших непродуктивних витрат.

Список використаних джерел

1. Білик М. Удосконалення методичних підходів до аналізу фінансового стану підприємства. Економіст. 2001. № 11. С. 40-42.
2. Бутинець Ф. Ф. Витрати виробництва та їх класифікація для потреб управління. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2012. № 1. С. 11-18.

ТИМБІЛДІНГ ЯК КОМАНДНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Христина Лешко

викладач

Львівський державний університет фізичної культури

імені Івана Боберського (Україна)

У сучасних нестабільних умовах функціонування компаній надзвичайно актуальним стає питання формування конкурентоспроможного підприємства, а це напряду залежить від його персоналу. Управління командою є ключовим чинником досягнення організаційного успіху. На зміну авторитарній системі управління настала партисипативна, яка передбачає командний менеджмент.

Концепція партисипативного (спільного) управління в бізнесі базується на розумінні того, що працівник організації, який бере активну участь у її діяльності, працює більш продуктивно та якісно. Доступ до ухвалення рішень та участь в управлінні підприємством у вигляді різноманітних форм самоврядування мотивує людину до кращого виконання роботи, що в підсумку позначається на ефективності та якості діяльності організацій [1].

Командний менеджмент передбачає командування (team building) на рівні з чітким розподілом завдань, прозорим контролем тощо. Тимбілдинг – спеціально розроблені заходи, які мають спрямування на згуртування єдиної, сильної та ефективної команди, члени якої налаштовані на досягнення єдиної мети, взаємодоповнення один одного, підтримку, поважне ставлення й гармонійну взаємодію [2, с. 6].

Створення індивідуальних команд почалося в британській армії під час Другої світової війни. Для реалізації якісної взаємодії команди бійців влаштовували спеціальні групові ігри, від них повністю залежала згуртованість команди на полі бою. У післявоєнний час цю ідею підхопили керівники американських компаній, організовуючи веселі командні ігри, щоб працівники краще пізнавали один одного та створили якісну команду, зацікавлену в загальних результатах. Тільки згодом цю практику запозичили українські компанії.

Тимбілдинг дає можливості розв'язати базові проблеми командування та сучасного трудового та особистісного існування персоналу, а саме:

- краще пізнати співробітників у неформальній обстановці;
- підвищити ефективність командної роботи;
- створити дружні відносини;

- підвищити взаємодії та згуртованість команди;
- виявити сильні та слабкі сторони усіх членів команди;
- розв'язати конфліктні ситуації;
- сформувати сучасну корпоративну культуру;
- розширити навички для залагодження нестандартних ситуацій;
- підвищити мотивацію для досягнення колективної мети;
- адаптації нових працівників;
- психологічно розвантажити співробітників;
- зменшити плинність кадрів.

Існує багато варіантів підняття командного духу: спортивні, активні, інтелектуальні, творчі, психологічні, історичні, концептуальні, комунікативні ігри, екотімблдинг, квести, кулінарні, настільні ігри, майстер-класи та інші. Керівництво компанії вибирає найбільш відповідний формат і варіант для згуртованості свого колективу. Адже спільно проведений час в неробочій атмосфері дає можливість кожному працівнику розкрити свої сильні і слабкі сторони командного гравця. Для позитивного результату тимблдингу потребує системності й регулярності. Цей метод підходить як для малих підприємств, так і для гігантів із всесвітньо відомою репутацією.



Рис.1 Необхідність тимблдингу

Останнім часом існує достатня кількість непрофесійних експертів, які позиціонують себе як організатори тимблдингу «заманюючи» потенційних клієнтів ціною, нижчою від середньої, особливими умовами, додатковими послугами. Вибираючи подієве-агентство, необхідно серйозно проаналізувати відгуки попередніх компаній. Адже неправильно організований тимблдинг може мати загрози для компанії, загострити болючі питання

та конфліктні ситуації, і замість очікуваного результату керівник отримує розхитаний колектив, нерозв'язані конфлікти та непродуктивність команди в подальшій діяльності.

Отже, командний менеджмент — це форма колективного управління за допомогою делегування повноважень. Щоб делегувати важливі завдання, керівництво має проявляти довіру до своїх підлеглих. А працівники єдиною командою мають досягати поставлених завдань. Для корекції міжособистісних стосунків у колективі застосовують метод тимблдингу, який є одним із важливих аспектів управління персоналом. Систематичне застосування тимблдингу на всіх етапах формування та розвитку підприємства дає змогу згуртувати робочий колектив.

Список використаних джерел

1. Семяновський В. М. Партисипативне управління як модель управління територіальними громадами. Статистика та суміжні галузі досліджень. 2018. № 1. С. 47–50.
2. Психологія тимблдингу / О. Г. Романовський, В. В. Шаполова, О. В. Квасник, Т.В . Гура. Харків : Мадрид, 2017. 92 с.
3. Тімблдінг: ефективний інструмент для згуртування ваших співробітників. ТОП-5 ідей для ігор. URL: <https://biznescat.com/biznes/127-timbilding.html> (дата звернення: 13.03.2023).

УДК 005.936.3:005.21

ФОРМУВАННЯ АДАПТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ БЕЗПЕКОВОГО ПІДХОДУ

Сергій Матюх

канд.екон.наук, доцент

Хмельницький національний університет (Україна)

На більшості промислових підприємств відбувається формування стратегії розвитку, яку періодично переглядають з позиції реальності досягнення поставлених завдань та відповідно до актуального стану середовища функціонування підприємства. Для багатьох компаній стратегія є сталим документом з часовим горизонтом 3 - 5 років, як це зафіксовано в більшості документів стратегічного характеру. Такий підхід використовує значна кількість різноманітних бізнес-шкіл і тренінгових центрів, які займаються консультуванням бізнесу та навчанням практиків, однак сучасні реалії свідчать про необхідність більш гнучкого підходу навіть у сфері стратегічного планування. На сьогодні дедалі більшої актуальності набуває концепція адаптивного стратегічного планування, яка передбачає оперативну реакцію на зміни зовнішнього середовища та коригування завдань не один раз у рік, а з настанням кардинальних змін, які безпосередньо впливають на певну галузь та на конкретне підприємство.

Як зазначено у [1], компанії обирають стратегію адаптації, коли бізнес-середовище неможливо ні передбачити, ні змінити. Якщо прогнози робити складно, а перевага може бути короткочасною, єдиний спосіб захисту від постійного дестабілізуючого впливу – готовність і здатність змінюватися знову і знову. У непередбачуваному середовищі успіх залежить від уміння адаптуватися до змін шляхом безперервного експериментування та виявлення нових можливостей швидше та з меншими витратами, ніж інші. На зміну стійкій конкурентній перевазі приходить послідовність тимчасових переваг [1].

Якщо характеризувати українське бізнес-середовище, то навіть без повномасштабних військових дій у 2022 році, визначити його як стаке і прогнозоване неможливо. Пандемія COVID-19 та дестабілізація соціально-економічних процесів в країні, починаючи від 2013 року призвели до формування нових викликів і загроз, динаміку яких прогнозувати доволі складно, а остаточний їх вплив на конкретну галузь взагалі непередбачуваний навіть у середньостроковій перспективі.

Період від 2013 до 2023 року українське бізнес-середовище взагалі характеризує, як період потрясінь і суттєвих викликів для менеджменту. Водночас стратегії, які розробляли на період до п'яти років, виявилися взагалі не придатними до практичного використання, хоча необхідно підкреслити і той факт, що доволі незначна кількість суб'єктів господарювання систематично оцінює результати виконання стратегії. Така позиція менеджменту зумовлена розумінням глобальності відомих змін і фактичною наявністю часових розривів у цьому аналізі середовища функціонування підприємства та фактичному часовому діапазоні ухвалення управлінських рішень. Реалії сьогодення свідчать, що для бізнесу, який функціонує в умовах жорсткої конкуренції, класичні довгострокові стратегії вже не працюють. Такі стратегії характерні для відносно монополізованих і великих ринків (наприклад, енергетики та інших), а для більшості промислових підприємств доречними є адаптивні стратегії з високим рівнем гнучкості.

Цю тезу підтверджують і всесвітньо-відомі фахівці зі стратегічного управління Мартін Рівз, Кнут Хаанес, Джанменжая Сінха, які підкреслюють, що для успішної реалізації стратегії, що ґрунтується на експериментуванні, адаптивним компаніям необхідно виконати три ключові кроки. Вони повинні постійно змінювати свою стратегію, розробляючи та тестуючи різні стратегічні альтернативи. Їм слід ретельно вибирати найуспішніші варіанти, потім нарощувати масштаб їх використання та реалізовувати. Щоб підтримувати свою перевагу, у міру зміни середовища компанії мають уміти швидко повторювати цей еволюційний цикл. Стратегія адаптації не така раціональна, як класична: перевага забезпечується не за рахунок аналізу, прогнозування та оптимізації, а завдяки тому, що компанія постійно пробує нові варіанти [1].

Навіть без ознайомлення зі світовими досягненнями стратегічного управління, більшість українських компаній змушені експериментувати й адаптуватися до наявних реалій, оскільки від цього залежить їх «виживання» у сучасному бізнес-середовищі.

Чи означає це повну відмову від стратегічного планування і перехід до ситуативного управління? Зрозуміло, що ні, оскільки використання наявних ресурсів та залучення інвестицій потребує розуміння, куди рухається бізнес, як забезпечується його економічна безпека і наскільки ефективними є управлінські рішення, ухвалені в попередніх періодах.

Економічна безпека промислових підприємств залежить від ефективності реалізації загальної стратегії їх розвитку, оскільки адекватне реагування на виклики та загрози передбачає використання достатнього обсягу ресурсів, що розподіляються і використовуються для досягнення визначених стратегічних завдань у конкретному часовому проміжку.

Реалізація стратегії передбачає ефективне управління функціональними складниками діяльності підприємства, водночас якщо говорити про стратегію забезпечення економічної безпеки, то вона, безперечно, підпорядковується глобальним стратегічним завданням функціонування та розвитку підприємства, однак має свою специфіку, яка проявляється у використанні відповідного інструментарію, окремих методик оцінювання рівня небезпек та загроз та оцінювання стану економічної безпеки підприємства.

Список використаних джерел

1. Reeves M., Knut H., Sinha J. Your Strategy Needs a Strategy: How to Choose and Execute the Right Approach. Boston : Harvard Business Review Press, 2015.

ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ФОРМУВАННЯ ПЛАТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ МИСЛИВСЬКИХ ТВАРИН

Юрій Муравйов

канд.екон.наук, доцент

Національний лісотехнічний університет України (Україна)

Людина є частиною живої природи, що пройшла довгий, складний і неоднозначний шлях свого розвитку. Використання тваринного світу у становленні сучасного людства має дуже важливе значення. Людина навчилася колективно полювати, працювати, винайшла нові знаряддя для побуту, житла, готування їжі, її зберігання, збагатила мову тощо.

Мисливське господарство України має добрий потенціал для розвитку, адже кліматичні умови, географічне розміщення достатньо цьому сприяють. Разом з тим спостерігаються найгірші показники його ведення порівняно з рівноцінними умовами мисливського господарювання в Європі. Серйозною проблемою господарювання мисливської галузі в Україні є притаманна вже багато десятиліть його збитковість (окупність ведення становить приблизно 42 %) [1].

Сучасне полювання має абсолютні відмінності від тих засад, що формувалися далекими нашими предками, адже сьогодні – це активний відпочинок, пізнання себе й оточення, вивчення історії, духовне збагачення тощо. Мисливець отримує для себе низку позитивних послуг, за які беззаперечно потрібно платити.

У своєму дослідженні ми хочемо звернути увагу на методичні засади формування розміру плати за спеціальне використання ресурсів мисливських тварин (вартість ліцензії, відстрільної картки). Це, на нашу думку, має суттєвий вплив на дохідність сучасного мисливського господарства України. Одним із джерел доходів мисливських господарств є продаж ліцензій (відстрільних карток).

У Законі України «Про мисливське господарство та полювання» [2] дозволами на право полювати є ліцензія та відстрільна картка. Ліцензії видає мисливцям користувач мисливських угідь, який отримує їх у центральному органі виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері лісового та мисливського господарства. Відстрільні картки видає мисливцям користувач мисливських угідь [2].

У статті 18 Закону України «Про мисливське господарство та полювання» [2] «Вартість ліцензій на добування мисливських тварин визначається центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері лісового та мисливського господарства, за погодженням із центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної фінансової політики». Вартість відстрільних карток на добування мисливських тварин встановлює користувач мисливських угідь [2]. Отже, не зрозумілими на законодавчому рівні є підходи, за якими власне встановлюється та диференціюється саме розмір такої плати (хоча би мінімальний її рівень).

Доцільним є чітке розмежування між вартістю права на полювання [дозвіл на добування - документ (ліцензія, відстрільна картка, дозвіл на селекційний, діагностичний та науковий відстріл), який дає право на добування (зокрема відлов) дикої тварини (тварин)] [2] та вартістю продукції полювання - добуті шляхом полювання або придбані (набуті) будь-яким іншим шляхом туші мисливських тварин, їх частини (м'ясо, субпродукти, шкури, роги, черепи, ікла тощо), а також відловлені живі мисливські тварини [2].

Мова про право на полювання. Скільки мисливець повинен заплатити за те, що хоче і може в дозволені строки мати полювати?

Вартість ліцензій на добування мисливських тварин у мисливських угіддях України затверджено наказом Міністерства аграрної політики та продовольства України від 16.05.2011р. за № 179 [3]: лось - 2000 грн, олень європейський - 1000 грн, олень плямистий - 800 грн, кабан - 600 грн, лань - 800 грн, муфлон - 800 грн, козуля - 200 грн, бобер - 150 грн, бабак - 150 грн, борсук - 200 грн, куниця лісова - 50 грн, ондатра - 25 грн, білка - 15 грн.

Пропонуємо запровадження прозорої методики розрахунку плати за право на полювання на основних видів мисливських тварин. За основу мінімального рівня плати беремо рівень мінімальної заробітної плати поточного року. Так, за право полювати на лося варто заплатити 6700 грн. Для інших основних видів вартість плати доцільно встановлювати у відсотках до загальної ваги тварини, що за мисливськими мірками може бути впольована.

Такий підхід є простий у використанні, зрозумілий як для користувачів мисливських угідь, так і для мисливців. Крім того, дасть змогу підвищити окупність мисливських господарств України.

Список використаних джерел

1. Державне агентство лісових ресурсів України. URL: <https://forest.gov.ua/napryamki-diyalnosti/mislivske-gospodarstvo-main/mislivske-gospodarstvo> (дата звернення: 06.03.2023).

2. Про мисливське господарство та полювання : Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2000. № 18. Ст. 132.
3. Про затвердження вартості ліцензій на добування мисливських тварин в мисливських угіддях України : наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 16.05.2011р. № 179.

УДК 658.336:331.446.4

КРЕАТИВНІСТЬ – ОБ’ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Наталія Павленчик
д. екон. наук, професор

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Інноваційні процеси є основою соціально-економічного розвитку країни. Якщо економічна система 80 - 90 рр. ХХ ст. характеризувалася екстенсивністю, розвивалася на основі збільшення кількості використовуваних ресурсів, то економічне зростання сучасного суспільства має інтенсивне спрямування, воно пов’язане з підвищенням якості використовуваних ресурсів і досягнень науково-технічного прогресу. Отже, перспективи розвитку сучасного суспільства прийнято пов’язувати з розвитком та запровадженням нових технологій у різних сферах та напрямках діяльності, зокрема соціальної, гуманітарній, індустріальній, інформаційній, управлінській тощо. Ефективний сучасний бізнес вимагає динамічності та гнучкості, тому керівникам підприємницьких структур доводиться проявляти креативність не лише для модернізації виробничої та маркетингової стратегії, а й для вдосконалення кадрової політики.

Необхідність упровадження креативного менеджменту на сучасних підприємствах як елемента системи управління сучасним підприємством обговорювалося[2]. Автор у своїх дослідженнях акцентував увагу, що управління творчістю персоналу передбачає створення основи для розвитку та використання творчих здібностей співробітників, формування додаткових мотиваторів творчої енергії, генерування інноваційних ідей, ухвалення креативних управлінських інженерних рішень та розроблення інноваційних продуктів для подальшої комерціалізації та ін.

Креативний менеджмент – це те, що потрібно у ХХІ ст. задля того, щоб бізнес залишався на плаву та зберігав свою конкурентну перевагу. Головна навичка, яку нині керівники шукають у кваліфікованих працівниках, – креативність. Причиною цього є те, що творчі люди є незалежними мислителями та інноваційними у розв’язанні проблем. В основу креативного мислення покладено логіку, яка сприяє отриманню бажаних результатів. Управління креативністю забезпечує розвиток креативних умінь індивіда, його здатності генерувати принципово нові ідеї та доводити їх до конкретного результату [1]. Наявність креативності в менеджерів та загалом у працівників зумовлює

виникнення в колективі нових і корисних ідей, продуктів або послуг, виробництв яких забезпечується індивідуумом або групою людей, які працюють разом. Це зумовлює кращі результати роботи підприємства та можливість його динамічності й адаптації до ринкового середовища.

Результатом успішного формування та розвитку креативного менеджменту на підприємстві стає формування нової організаційної моделі, яка називається креативна організація, тобто організації, яка постійно модернізується, самонавчається та продукує інновації на основі управління креативною діяльністю і тим самим забезпечує собі успіх у жорсткій конкурентній боротьбі за несподіваних змінах зовнішнього середовища [2].

Як зазначали дослідники [3], управлінська креативність – це соціально-професійна компетенція суб'єктів діяльності, що передбачає здатність до продуктивної активності, результатом якої є формування нових нестандартних підходів, технологій і методів здійснення функцій з управління соціальними групами й організаціями. Слід зауважити, що управлінська креативність забезпечується особистісними рисами та властивостями не лише одного менеджера або керівника підприємства, а в поєднанні з аналогічними рисами членів команди або колективу.

Мотивація передбачає використання сукупності взаємозв'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив загалом щодо досягнення індивідуальної і спільної мети діяльності підприємства. Чим більше працівник усвідомлює свою значимість, чим більше він зацікавлений у власній результативності – тим більше знань, сил і натхнення він готовий віддати роботі [4].

Вибір методу мотивації залежить від багатьох чинників, зокрема етапу становлення та розвитку підприємства, його виробничої спрямованості та фінансового становища, матеріально-технічного забезпечення, структури та чисельності працівників, умов праці та її безпеки, форми організації виробництва та праці тощо [5]. Водночас надзвичайно важливим є розуміння того, що найбільше вмотивує того чи іншого працівника. Уся система мотивації спрямована на підвищення результативності та ефективності підприємства загалом і окремого працівника зокрема. Працівник повинен бути вмотивований відповідно до мети, яка зумовлена його потребами та бажаннями їх задовольнити. Мотивація – це найкращий спосіб дати можливість розкритися замкненому в людині потенціалу, досягти його ініціативності та максимальної віддачі.

Список використаних джерел

1. Бортнікова М. Г., Крохмальна Я. О. Роль креативного менеджменту у формуванні творчого потенціалу підприємства. Менеджмент та

-
- підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2022. № 2(8). С. 37-44.
2. Христенко О. В. Особливості впровадження креативного менеджменту на сучасних підприємствах. Держава та регіони. Економіка та підприємництво. 2022. № 2(125). С. 104-109. DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2022-2-17>
 3. Швець Г. О. Osnovni Kharakterystyky Kreatyvnoho Menedzhmentu. International Journal of Innovative Technologies in Economy. 2020. Vol. 2(29). doi: [10.31435/rsglobal_ijite/31052020/7064](https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/31052020/7064)
 4. Павленчик Н. Мотиваційні критерії як елемент ефективного управління персоналом. Сучасні тенденції розвитку гостинності. Львів, 2020. С. 346-348.
 5. Pavlenchuk N., Horbonos F., Pavlenchuk A., Skrynkovsky R., Pawlowski G.. Increasing the competitiveness of enterprises based on the use of marketing management tools. Agricultural and Resource Economics. 2021. Vol. 7(3). P. 77-89. <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.03.05>

РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Любов Перетятко

канд.екон.наук, доцент

*Львівський державний університет безпеки
життєдіяльності (Україна)*

Пандемія коронавірусу стала першою глобальною кризою, що спонукала бізнес до змін та переосмислення ролі лідера. Ця нова реальність вимагала від керівників нового підходу. Раніше керівник мав справу лише з «робочим» аспектом особистості свого працівника, але під час пандемії, керівникам довелося працювати з «людиною загалом». Керівникам довелося навчитися бути більш гнучкими, ураховувати особливості своїх співробітників поза межами їхніх прямих робочих обов'язків [1;27].

Завдання, яке постало перед менеджерами щодо забезпечення добробуту співробітників, виявилось надто важливим та складним, коли вони працюють віддалено або за гібридним графіком. Багатьом керівникам довелося звернутися до системного мислення, щоб створити справді комплексні підходи до взаємодії з персоналом [2;32].

Повномасштабна війна Росії проти України докорінно змінила наше життя від побуту до економіки. Бізнесу довелося евакуювати працівників та переміщувати виробництво в безпечні регіони, намагаючись зберегти команду й вибудувати з нуля виробництво.

Роль менеджера вимагає від нього аналізувати ситуацію, ухвалювати рішення і займати позицію. Позиція дає змогу діяти. Вчинки говорять більше, ніж слова. Менеджер стає прикладом для своєї команди. Працівники можуть працювати лише тоді, коли перебувають у відповідному емоційному та психічному стані. Завдання менеджера — діагностувати самого себе і команду, а також робити все можливе, щоб забезпечувати стабільне робоче середовище. Менеджер має намагатися знижувати негативний вплив зовнішнього середовища, наскільки це можливо – проговорювати й осмислювати ситуацію, вести конструктивну комунікацію, ділитися позитивними новинами, проговорювати сценарії розвитку подій. Менеджер дасть можливість кожному членові команди визначитися, де він або вона можуть бути найбільш корисними в умовах війни. Поставиться з розумінням і цінуватиме вибір кожного. Згідно з дослідженням Global Leadership Forecast 2021, одне з головних завдань керівника – чітко визначити, до якої саме мети прямує компанія, щоб співробітники відчували впевненість у

майбутньому компанії та в собі. В умовах війни розуміння, куди та навіщо йде компанія, є основою всієї роботи [3;45].

Менеджер у сучасному світі має володіти такими навичками:

1. Критично мислити. Ця навичка допомагає вчасно та ефективно проаналізувати ситуацію. Ви завжди маєте бути готовим до ухвалення швидкого рішення, яке визначить існування вашої компанії.

2. Спершу допомогти собі. Під час війни, як і у будь-які складні часи лідер має бути послідовним, зваженим та готовим ухвалювати складні рішення. Головне завдання – втримати команду та за змоги допомогти кожному.

3. Брати відповідальність на себе та заручитися підтримкою команди. Топменеджери є ключовою ланкою в компанії. Вони визначають загальний напрям діяльності компанії, розробляють плани і стратегію та розподіляють ресурси для досягнення завдань компанії.

4. Не дати вигоріти співробітникам. Компанії, в яких існує ефективна інтеграція роботи та особистого життя й можливості для зростання, мають більше шансів утримати талановитих співробітників. Іноді важливо сказати співробітникам: «Візьми вихідний, піди у відпустку», вчасно зрозуміти, коли їхній ресурс вичерпався.

5. Бути гнучким. Зараз менеджерів дуже допоможе гнучкість і впевненість у собі. Гнучкість допоможе підлаштуватися під ситуацію, оперативно адаптувати плани до поточних умов та змінювати пріоритети, впевненість допоможе втілювати заплановане в життя і дати вашій команді віру в завтрашній день.

6. Розвивати та прокачувати емоційний інтелект. Проводити зустрічі для співробітників (knowledge sharing), де охочі можуть поділитися з усіма своїми знаннями. Це легкий формат дискусій, де, наприклад, тестувальник може дізнатися нове про бізнес-аналіз, а девелопер – про те, як проводити технічне інтерв'ю з кандидатами. На перетині різних компетенцій постають дуже цікаві питання та відповіді, які підштовхують компанію вперед.

7. Змінювати швидко, планувати короткостроково. Потрібно вміти реагувати на події блискавично, а також змиритися з тим, що довгострокове планування тимчасово відійшло в небуття, бо надто різко змінюються обставини і для країн, і для бізнесу. Від емоційної стабільності та здатності швидко пристосуватися до змін залежить не тільки майбутнє компанії, а й економічна стабільність України [3;44].

Сьогодні в українських бізнес-лідерів є унікальний шанс побудувати ефективну, сучасну, гнучку культуру управління, яка витримає війну і буде успішною в мирний час, а також дасть змогу зберегти та зміцнити команду,

що зробить вашу компанію сильною та конкурентоспроможною як всередині країни, так і на міжнародному рівні.

Список використаних джерел

1. Дикань Н. В., Борисенко І. І. Менеджмент: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 389 с.
2. Bakulich, O. O., Kis I. R. Green environmental risk management in the projects of transport enterprises using foresight methods. Science and Education a New Dimension. Natural and Technical Sciences. 2020. Vol. 8(29), is. 238. P. 43–45.

НОВІ ТРЕНДИ В МЕНЕДЖМЕНТІ: РОЗВИТОК ЕДЖАЛЬНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ

Дмитро Петришин
викладач

Наталія Павленчик
д. екон. наук, професор

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

У світі менеджменту постійно відбуваються зміни, тому нові тренди можуть з'являтися досить швидко. Ось кілька з останніх трендів у менеджменті:

Розвиток еджальних методів управління. Це означає, що компанії стають більш гнучкими та адаптивними до змін, а менеджери працюють у командах, які швидко реагують на нові виклики. Це підхід до управління проектами та роботи, що заснований на принципах гнучкості та адаптивності. У цьому підході менеджер працює з командою, яка може швидко реагувати на зміни та виконувати завдання відповідно до потреб клієнта. Для забезпечення ефективності еджайльного менеджменту використовують такі методи, як скрам (Scrum), канбан (Kanban) та лін (Lean).

Використання штучного інтелекту та автоматизації. Завдяки розширеній аналітиці даних, компанії можуть збирати та аналізувати великі обсяги інформації для ухвалення кращих рішень. Штучний інтелект використовують для розв'язання складних завдань, поліпшення якості продукту та послуг, а також для автоматизації рутинних процесів. Розвиток екологічної свідомості. Розвиток соціальної відповідальності та екологічної свідомості дає змогу компаніям зменшувати вплив на навколишнє середовище та зберігати ресурси. До цього можна віднести зменшення використання пластику, зниження викидів в атмосферу та використання відновлюваних джерел енергії.

Розвиток віртуальної комунікації та роботи з віддаленими командами.

Завдяки розвиткові технологій, робота з віддаленими командами стала набагато простішою, а менеджери повинні вміти ефективно спілкуватися з колегами з усього світу.

Розвиток роботів та автоматизації робочих процесів. Компанії дедалі більше використовують роботів та автоматизацію для збільшення продуктивності та зниження витрат на оплату праці.

Це лише деякі з останніх трендів у менеджменті, але вони вже

змінюють спосіб, яким компанії працюють та як вони керують своїми бізнес-процесами.

Звичайно, залежно від конкретної галузі та компанії можуть бути інші актуальні тренди в менеджменті. Однак, зараз детальніше розглянемо саме розвиток еджальних методів управління.

Еджальний менеджмент — це підхід до управління проектами, який заснований на принципах гнучкості, співпраці та змін. Цей підхід дає змогу ефективно використовувати ресурси, працювати змінною середовищем, реагувати на зміни у вимогах та впроваджувати інновації.

Принципи еджального менеджменту базуються на Agile Manifesto, який розробила в група експертів у сфері програмування. Цей документ містить 12 принципів, які стали основою для розвитку еджального менеджменту:

- Задоволення потреб клієнта через раннє та постійне випускання корисного програмного забезпечення.
- Зміна вимог протягом процесу розроблення вітається.
- Часті випуски програмного забезпечення з короткими циклами розроблення.
- Співпраця між розробниками та замовниками.
- Мотивація людей, що розробляють програмне забезпечення.
- Використання простих та ефективних засобів комунікації.
- Робота з проектом на основі чинного програмного забезпечення.
- Звернення уваги на сталу технічну якість та дизайн програмного забезпечення.
- Здатність адаптуватися до змін, навіть на пізніх етапах проекту.
- Співпраця між розробниками та клієнтами від імені бізнесу.
- Самоорганізація команди.
- Регулярне оцінювання прогресу розроблення та пошук шляхів для поліпшення процесу.

Основні практики еджального менеджменту включають Scrum, Kanban, Lean і XP (Extreme Programming). Кожна з цих практик має свої особливості, але спільним для них є фокус на взаємодії та співпраці між членами команди, а також на швидкому та ефективному випуску продукту на ринок. Кожна з цих практик має свої особливості, застосовують їх залежно від особливостей проекту та потреб клієнта.

Scrum є однією з найпопулярніших практик еджального менеджменту. Ця практика зосереджена на регулярних зустрічах команди, плануванні спринтів, роботі з беклогом (списком завдань) та оцінюванні виконаної роботи.

Kanban — це метод управління процесами, який зосереджений на візуалізації процесів та керуванні потоком роботи. Команда виконує завдання з беклогу та переміщує їх по дошці залежно від стану виконання.

Lean є практикою, яка зосереджена на мінімізації втрат і забезпеченні високої якості продукту. Ця практика базується на понятті «вартості для клієнта», що означає розуміння того, що саме важливо для клієнта та зосередження зусиль на тому, щоб ці потреби задовольнялися.

XP (Extreme Programming) є практикою, яка зосереджена на вдосконаленні технічної якості продукту та швидкому впровадженні змін. Ця практика містить практики, такі як тестування на початкових етапах розроблення, парне програмування та неперервну інтеграцію.

Список використаних джерел

1. Pichler R. Agile product management with Scrum: creating products that customers love. URL: <http://www.romanpichler.com/romans-books/agile-product-management-withscrum/> Redshaw M. В
2. Schwalbe K. Information Technology Project Management. URL: <http://www.twirpx.com/file/1283991>

ІННОВАЦІЙНИЙ НАУКОВО-ПРИКЛАДНИЙ ПІДХІД ФОРМУВАННЯ АЛЬТЕРНАТИВ ЦИКЛУ МЕНЕДЖМЕНТУ ДЕВЕЛОПЕРСЬКИХ ПРОЄКТІВ

Дмитро Приходько
канд.техн.наук, доцент

*Київський національний університет
будівництва і архітектури (Україна)*

На ґрунті численних досліджень фахівців кафедри менеджменту в будівництві КНУБА запропоновано інноваційний науково-прикладний підхід формування, оцінювання та вибору альтернатив циклу менеджменту будівельних проєктів, які впроваджуються на ґрунті девелопменту [1], [2]. Перехід українського підрядного будівництва на засади девелопменту потребує оновлення критеріїв та програмних продуктів для забезпечення успішного вибору варіантів циклу менеджменту будівельних девелоперських проєктів (БДП). В основу вибору зазначених варіантів БДП покладено формалізований «інтегрований індекс функціонально-операційної надійності системи менеджменту будівельного проєкту» [1].

Зазначений індекс автори розуміють як комплексну категорію, спроможну відобразити інтегровані вимоги замовника та девелопера будівельного проєкту як щодо ритмічності та якості виконуваних робіт, так і щодо додержання вартісно-бюджетних умов під час їх виконання. Оцінювання підприємств-виконавців проєктів здійснюють за 23 чинниками, що об'єднанні в 5 груп [1]. Зокерма, до чинників першої групи «Оцінювання функціонально-виконавчих компонентів надійності підприємства-виконавця» віднесено: «організаційний ідентифікатор надійності виконавця, оцінений за відношенням своєчасно введених об'єктів (виконаних комплексів робіт) у вартісному виразі до загального обсягу, розрахованого за три роки до моменту проведення тендеру» (перший чинник першої групи) та «приріст виробничого потенціалу» – розраховують як відношення звітного та базового значень фондівіддачі активної частини основних фондів, індекс приросту / скорочення» (п'ятий чинник першої групи). Забезпечено трансформацію оцінок за чинникам в універсальні оцінки в балах за наступною «ковзною» шкалою наближення стану підприємства до еталонного (зразкового) стану.

За виявленою мірою наближення стану підприємства за фактором $FV(g,m,r)$ до зразкового стану надійності $Fet(g,m)$ ідентифікують такі стани підприємства:

за мірою надійності $FV(g,m,r) < 0,25$ ідентифікують «руйнівний стан»;
у разі вияву $0,25 \leq FV(g,m,r) < 0,45$ ідентифікують стан «близький до критичного»;

за умови одержання оцінок у діапазоні $0,45 \leq FV(g,m,r) < 0,68$ ідентифікують стан «хитка рівновага»;

у діапазоні $0,68 \leq FV(g,m,r) < 0,82$ очікують стан «задовільна надійність підприємства-виконавця»;

у разі вияву $0,82 \leq FV(g,m,r) < 0,94$ стан виконавця проєкта за досліджуваним чинником слід оцінити як «належні умови дотримання вимог девелопера щодо цього чинника»;

у діапазоні $0,94 \leq FV(g,m,r) \leq 1,0$ ідентифікують стан «абсолютної надійності підприємства-виконавця».

Із використанням питомого внеску чинника у своїй групі ідентифікують стан надійності підприємстві в групі за наведеною шкалою. Далі встановлюють вагу кожної з п'яти груп у підсумковому індикаторі. З використанням коефіцієнтів питомої ваги груп виявляють один із 5 станів підприємства-виконавця за підсумковим індикатором. Одержана оцінка формалізовано відображає за окремим комплексом виконуваних підприємством робіт рівень збереження (відхилення) організаційно-технологічних та інших параметрів роботи від запланованого рівня. Це дає девелоперів обґрунтовані підстави залишити (або вилучити) цю організацію в складі виконавців. Достовірність вибору альтернатив реалізації будівельного проєкту забезпечується формуванням його довірчо-ресурсного профілю та значенням підсумкового рейтингу, який визначає порівняльні переваги кожної з альтернатив щодо іншої. Це системно знижує для девелопера як керівника проєкту рівень ризику щодо підготовки та будівництва об'єктів та водночас якісно поліпшує рівень маневрування ресурсами замовника.

Список використаних джерел

1. Поколенко В. О., Рижаківа Г. М., Приходько Д. О. Запровадження інструментарію вибору альтернатив реалізації будівельних проєктів за функціонально-технічною надійністю організацій-виконавців. *Управління розвитком складних систем*. 2014. № 19. С. 108-114.
2. Ryzhakova G., Malykhina O., Pokolenko V., Rubtsova O., Homenko O., Nesterenko I., Honcharenko T. Construction Project Management with Digital Twin Information System International. *Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering*. 2022. Vol. 12, is. 10.
3. Chupryna I., Pokolenko V., Horbach M., Bolebrukh O., Hrabchak D. Model of strategic analysis of formation and administration of investment activity of stockholder construction company *Scientific Journal of*

-
- Astana IT University. 2020. Vol, 3(3). P. 51–62. <https://doi.org/10.37943/AITU.2020.19.30.005>.
4. Prykhodko D., Tormosov R., Chupryna I., Ryzhakova G., Pokolenko V. Establishment of the rational economic and analytical basis for projects in different sectors for their integration into the targeted diversified program for sustainable energy development. 2021 IEEE International Conference on Smart Information Systems and Technologies. 2021. P. 1–9, doi: 10.1109/SIST50301.2021.9465993.
 5. Chupryna K., Biloshchytskyi A., Prykhodko D., Maksym H., Mironovand O., Malykhin M. Substantiation and Development of Comprehensive Measures to Improve the Activities of Construction Companies. International Conference on Smart Information Systems and Technologies. 2022. P. 1–10, doi: 10.1109/SIST54437.2022.9945762.

ОПОРТУНІСТИЧНА ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГЕНТА РИНКУ

Володимир Семцов
д.екон.наук, професор

Львівський університет бізнесу та права (Україна)

Ефективне забезпечення конкурентоспроможності агентів ринку – одне з найактуальніших питань для нашої держави в сучасних умовах. Слід відзначити, що конкурентоспроможність агентів ринку, по суті, становить собою специфічну систему протистояння одного суб'єкта економіки іншому та/або іншим для захоплення ринку, зокрема за допомогою використання соціально-економічних ресурсів, таких як матеріально-виробничі потужності, інноваційні технології виробництва та/або управління, інформація, інституційне середовище та багато чого іншого.

Варто відзначити, що особливу роль у розв'язанні проблем забезпечення конкурентоспроможності агентів ринку відведено опортуністичній поведінці. З цього приводу слід підкреслити, що використання економічного опортунізму в управлінні можна цілком справедливо вважати одним із найбільш кардинальних та/або радикальних інструментів формування ефективної системи конкурентоспроможності агентів ринку в умовах сьогодення.

Опортуністична економічна поведінка впродовж тривалого періоду є питанням, яке цікавить не лише вчених-економістів, а й управлінців-практиків. Адже в умовах глобалізації та євроінтеграції ортодоксальні детермінанти бізнесу, такі як використання нових технологій, створення складних технологічних ланцюгів, диверсифікація виробництва та інше, значною мірою втрачають своє базальне значення інструментів підвищення конкурентоспроможності. Саме тому ідентифікація диференційних підходів щодо ролі та значення економічного опортунізму чинника підвищення конкурентоспроможності набуває дедалі більшої актуальності.

Виступаючи специфічною формою нематеріальних активів, опортуністичні моделі економічної поведінки суттєво розширюють економічні горизонти щодо максимізації вартості бізнесу. Унікальність опортунізму полягає в тому, що, на відміну від інших соціально-економічних ресурсів, цей чинник досить часто є стійким до мінливого ринкового середовища, а

отже, може бути використаний як дієвий інструмент фінансово-економічного домінування в конкурентному протистоянні агентів ринку.

Опортуністична економічна поведінка в умовах постіндустріального розвитку ринку стає фактично однією із ключових детермінант формування додаткової вартості в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємницьких структур. Тож ідентифікація та/або конкордація відповідних соціально-економічних інститутів має відбуватися залежно від обраного вектора розвитку агента ринку. Іншими словами, для спільноти надзвичайно важливо, який характер опортунізму обирає той чи інший агент ринку – дисфункційний, тобто нищівний щодо інтересів соціуму, чи можливо прибутково орієнтований на основі інновацій, але який здатний «сприяти» удосконаленню наявного інституційного середовища.

Отож така дуалістична природа економічного опортунізму вимагає обачності та делікатності в процесах регулювання соціально-економічних відносин. Багато що тут залежить і від органів влади, оскільки критичне переосмислення значення принципів опортунізму сприяє формуванню економічного потенціалу.

Опортуністичні моделі економічної поведінки передбачають, що в умовах конкурентного протистояння агенти ринку максимізують свою вартість насамперед за рахунок використання соціально-економічних, політичних та культурних детермінант [1, 2].

Очевидно, що основними обов'язковими умовами виникнення економічного опортунізму є відсутність достатньої повноти та/або асиметрія інформації в контексті максимізації вартості, а також неналежний рівень відповідальності за порушення інституційних угод. Безперечно, що є і інші умови, наприклад наявність особистісних психологічних характеристик економічних суб'єктів, рівень культури та інше, але вони, на нашу думку, більшою мірою виступають додаткові чинники інтенсифікації опортунізму.

Зважаючи на викладене вище, слід зазначити, що використання опортуністичних моделей поведінки сприяє нарощенню конкурентного потенціалу підприємницьких структур і, як наслідок, відбувається перебудова та/або удосконалення інституційного середовища. Опортуністичні дії забезпечують специфічну сигналізацію соціуму щодо сучасних тенденцій розвитку економічних відносин: такі сигнали створюють умови для внесення коригувальних змін в процеси інститутогенезу. Водночас, на нашу думку, агенти ринку повинні чітко усвідомлювати і те, що хоча здебільшого опортунізм дійсно створює умови для швидкої економічної вигоди, але в довгостроковій перспективі він, як правило, виявляється збитковим.

Список використаних джерел

1. Карачина Н. П. Економічна поведінка машинобудівних підприємств: теорія, методологія, практика управління : монографія. Вінниця : Книга-Вега, 2010. 416 с.
2. Семцов В. М. Інституціоналізація організаційно-поведінкових змін у діяльності підприємств аграрної сфери України: концепт неспостережуваних економічних процесів : монографія. Вінниця : ФОР Рогальська І. О., 2018. 480 с.

ЕМПІРИЧНІ ЗАСАДИ ДІАГНОСТИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНИХ ВПЛИВІВ

Наталія Степаненко
канд.екон.наук, доцент

Інна Волкова
канд.екон.наук, доцент

Поліський національний університет (Україна)

За сучасних умов постіндустріального (інформаційного) суспільства, глобальної диджиталізації й розвитку інститутів економіки знань розв'язання проблематики забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності значною мірою перебуває у площині формування ефективної системи маркетингових комунікацій як ключового чинника успіху на цільових ринках. Системоутворювальним елементом маркетингових комунікацій є реклама як поліфункціональний та універсальний інструмент управління ринком. Компліментарність викликів зовнішнього макросередовища, що детермінують актуальні вимоги до дієвої реклами, та економічні, соціальні, політичні, психологічні, освітні, естетичні впливи, які має реклама на цільову аудиторію зокрема та суспільство в цілому становить актуальний теоретичний і прикладний інтерес напряму дослідження. Крім того, турбулентність ринкової економіки, квантовий характер трансформаційних процесів, що відбуваються в національній економіці, зумовлюють оформлення реклами як окремої сфери діяльності, що передбачає високий ступінь технологічності, адаптивності та інтегральності економічних, правових, культурних і соціальних зв'язків. Водночас технології рекламного впливу зазнають постійних трансформацій, а отже, потребують відповідного науково-методичного оцінювання, що і зумовлює доцільність проведення окремого дослідження. Однак процес рекламного впливу постійно змінюється і потребує відповідної наукової оцінки. Відсутність дієвої методики оцінювання ефективності реклами спонукає досліджувати нові різнопланові підходи щодо оптимізації процесу рекламного впливу, аналізувати його як у динамічних, так і умовно статичних умовах.

Вивчення ефективності рекламних кампаній і різних підходів до просування товарів на споживчий ринок – основний напрям діяльності фахівців, що досліджують ефективність інструментального впливу на психологію споживчого попиту, зокрема реактивна поведінка цільової аудиторії щодо

реклами. Ключовими питаннями для дослідження є вивчення залежності рішення про купівлю від перегляду реклами, довіра рекламним меседжам, який з елементів визначення реклами вбачається тригером рішення про купівлю тощо.

Найбільш популярним способом виявлення ефективності реклами вбачається методика полегшення згадування, яка використовується для того, щоб визначити, якою мірою споживач здатен згадати її зміст. Після перегляду реклами фокус-групу має згадати зміст та/або форму контенту, при цьому інтерв'юер може нагадувати за допомогою релевантних запитань. Водночас варто підкреслити, що навіть повне запам'ятовування реклами лінійно впливає на рішення про купівлю. Оцінювання ефективності реклами доцільно здійснювати за допомогою методики впізнавання, що передбачає визначення впливу рекламного контенту на основі його пригадування. Порівняння двох методів (полегшення згадування та впізнавання) дає змогу говорити про те, що впізнавання є більш чутливим інструментом вимірювання ступеня запам'ятовування різних видів реклами. Формалізацію фідбеку щодо впливу реклами на цільову аудиторію дає змогу здійснити метод фізіологічних вимірів. Методику побудовано на тому, що сила емоційної реакції, що вимірюють за методом методом електроміографії, відображає ступінь запам'ятовування реклами, й, відповідно, детермінує ефективність телевізійної реклами.

Методика тестування ефективності рекламної кампанії з-поміж іншого передбачає збільшення продажів, що сприймається як відносно достовірний критерій. За умов врахування впливу та контролю змінних, здатних спотворити результати, методика тестування продажів дає змогу експериментаторам виявляти досить точно вплив реклами на продаж.

Цей спосіб полягає в тому, що рекламна кампанія проводиться на певному споживчому ринку, у межах певного географічного регіону, наприклад в одному місті або в низці суміжних населених пунктів. Одночасно як контрольний вибираю споживчий ринок, максимально схожий на тестований, і нова реклама у ньому не подають. Якщо тестований і контрольний споживчі ринки можна порівняти, будь-яку зміну продажів у регіоні, що тестується, можна вважати як результатом рекламної компанії. Можливість контролювати змінні, потенційно здатні спотворити результати дослідження, – основна перевага методу тестування продажів. Дослідники не оцінюють ні інтерес до реклами, ні те, що випробувані, за їх власним визнанням, запам'ятовують про неї, а лише те, наскільки активно купують товар, що рекламується.

Отже, за сучасних умов розвиток управлінської практики у сфері рекламної діяльності виявляє нові проблеми, рішення яких висуває відповідні вимоги до інструментів управління, методів дослідження, оцінювання їх

діяльності. Саме тому склалися об'єктивні передумови для застосування в організаційно-економічному механізмі управління рекламною діяльністю інструменту, який дозволив проводити дослідження і одержувати інформацію, яка була б базою для розробки і прийняття ефективних управлінських рішень. Таким інструментом управління рекламною діяльністю є діагностика, що сприяє підвищенню ефективності рекламної діяльності, яка є одним із інструментів просування товарів та послуг на споживчий ринок.

Список використаних джерел

1. Davis J. J. Advertising Research: Theory & Practice Pearson. 2nd ed. Pearson, 2019, 704 p.
2. Огілві Д. Про рекламу. Київ : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 288 с.

МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Володимир Холявка
канд.екон.наук, доцент

Христина Лешко
аспірант

*Львівський університет фізичної культури
імені Івана Боберського (Україна)*

У сучасних умовах зростає популярність запровадження принципів корпоративної соціальної діяльності. В Україні ці процеси відносно нові і немає загальноприйнятої моделі соціальної відповідальності бізнесу. Для того щоб визначити, до якої моделі розвитку соціальної відповідальності належить Україна потрібно дослідити певні аспекти: соціально-історичний розвиток, культурні особливості країни, географічне розміщення, екологічний розвиток, економічний розвиток, державну політику, пріоритети щодо напрямків колективної соціальної відповідальності (КСВ).

За результатами аналізу сучасної наукової літератури виокремлено низку моделей корпоративної соціальної відповідальності бізнесу:

- американська модель реактивного втручання держави, що характеризується мінімальною участю владних інститутів у розв'язанні соціальних питань;
- європейська модель активного втручання держави, характерною ознакою якої є надання соціальних благ на загальній основі та врахування інтересів усіх сторін;
- японська, або азіатська, модель обмеженого втручання держави в розв'язання соціальних проблем, яка характеризується другорядним впливом уряду, водночас основну роль відіграють виробничі та торгові компанії.

Довгий час існувала думка, що корпоративна соціальна відповідальність є суто американським явищем. На нашу думку, причиною цього є те, що це поняття зародилося саме в США. Завдяки природі американського бізнесу, КСВ визначали більше через філантропічну модель, що передбачає розподіл частини прибутків компанії на благо місцевої громади. Колективна соціальна відповідальність, як правило, реалізується через численні благодійні фонди, які займаються меценатством, спонсорством, розв'язуванням соціальних

проблем коштом бізнесу. Також КСВ часто пов'язують із волонтерськими проектами, у яких беруть участь працівники компаній у робочий та неробочий час.

У європейській моделі ведення КСВ в бізнесі передбачено досить помітний вплив держави, з якою існують партнерські відносини. Колективна соціальна відповідальність в європейських країнах регулюється нормами, стандартами та законами, встановлено обов'язковість медичного страхування, пенсійного регулювання, природоохоронної діяльності підприємств. У багатьох європейських країнах широко використовують системи стимулювання через фіскальні та фінансові стимули.

Японській моделі КСВ властива передусім максимальна підтримка культурних традицій країни. Саме поняття бізнесу передбачає складник КСВ, а саме бізнес надає житло, здійснює навчання спеціалістів, надає фінансову підтримку при народженні дитини, її навчанні, виплачує вихідну допомогу й корпоративні пенсії тощо.

Трапляються й інші моделі: британська, англо-саксонська, континентальна, які, на нашу думку, є похідними від зазначених трьох основних моделей та своїми принципами ґрунтуються на них.

Україна повинна розробити свою модель КСВ, оскільки має спільні та відмінні риси з описаними моделями. Українські компанії використовують терміни «соціальна відповідальність», «корпоративна соціальна відповідальність», але їхня соціальна політика здебільшого є одноразовою благодійністю, яку компанія висвітлює у ЗМІ та інтернеті. Однак урахувуючи, що наша країна є членом ЄС, можна зазначити, що європейська модель є для нашої країни найбільш прийнятною, позаяк умови впровадження та розвитку КСВ прописані та мають наявний приклад Європейської спільноти. З досвіду країн ЄС ефективність поширення КСВ у підприємствах значною мірою залежать від державного регулювання, одним із найважливіших інструментів є такі стимули: податкові пільги, компенсації за екологізацію, соціальний захист персоналу, підвищення якості продукції та послуг тощо. Ці стимули повинні бути чітко прописані та впроваджені на законодавчому рівні, а їх дієвість залежить від прозорості та ефективності механізму впровадження.

Практика японської моделі КСВ нам не підходить через те, що український працівник часто змінює місце праці, що пов'язано з економічним і політичним станом у країні, тому ми не можемо стверджувати що підприємство для нас є «виробнича сім'я».

Із кожним роком в Україні впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності зростає. Звичайно, передусім це компанії, які стикаються з міжнародними інвесторами, працюють на міжнародних біржах, співпрацюють з ІТ-компаніями, компаніями штаб-квартири яких

розташовані в різних країнах. Великі українські компанії наслідують їх досвід і розвивають уже свої практики запровадження принципів КСВ.

На нашу думку, в Україні потрібно вводити реформи на більш масштабному рівні, з урахуванням що ми лише на початку побудови системи КСВ бізнесу та умов сьогодення. Головною рисою української моделі КСВ має бути те, що на регіональному й державному рівнях соціальний внесок має бути на добровільних засадах, але корпорації, які це ігнорують, ризикують втратити прихильних клієнтів і залишитися без співпрацівників. Національний Банк України має отримувати звіти від великих та середніх підприємств з даними зовнішньої та внутрішньої КСВ, це все має бути у вільному доступі, щоб будь-який громадянин міг переглянути звіт компанії, яка його цікавить. Необхідно застосовувати стратегічні підходи для документального забезпечення формування КСВ на рівні українських суб'єктів господарювання. Зокрема, на сучасному етапі звіти КСВ відображають у міжнародних стандартах якості ISO.

Формування КСВ є складним процесом, який займатиме тривалий період часу. Підприємства у своїй діяльності повинні врегулювати економічні, екологічні та соціальні питання зі стейкхолдерами — незалежними зацікавленими особами та організаціями.

Список використаних джерел

1. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / кол. автор. : О. Лазоренко, Р. Колишко та ін. Київ : Енергія, 2008. 96 с.
2. Гігіс Т. П., Собчук А. Г. Дослідження зарубіжного досвіду соціальної відповідальності бізнесу і можливості його адаптації до вітчизняних умов. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 3 (49). С. 70-74.
3. Градюк Н. М. Сучасні моделі соціальної відповідальності підприємств. URL: http://www.rusnauka.com/22_PNR_2011/Economics/10_90610.doc.htm

СЕКЦІЯ 3

**Трансформація сфери обслуговування
сучасні виклики тенденції та
домінанти інноваційного розвитку**

УДК 004.358:338.48-32:355.01

ВІРТУАЛЬНІ ЕКСКУРСІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ВИД ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Оксана Крупа

канд.екон.наук, доцент

Юлія Боруцька

канд.геол.наук, доцент

*Львівський національний університет
природокористування (Україна)*

Віртуальний туризм розпочав зароджуватися задовго до карантинних і воєнних обмежень як наслідок розвитку інформаційно-комп'ютерних технологій, інновацій, цифровізації, електронних засобів комунікацій та завдяки можливостям інтернету. У сучасних умовах диджиталізації відбулося зростання частки самостійних подорожей і персоналізація туристичного досвіду. Віртуальний туризм передбачає віртуальні екскурсії, віртуальні тури, віртуальні знайомства, де звичайна реальність заміщується віртуальною.

Основною метою створення віртуальних екскурсій є надання можливості усім без будь-яких істотних додаткових витрат «подорожувати» цікавими регіонами й об'єктами. Мандрівник стає пасивним глядачем. Віртуальні подорожі до визначних історичних, культурних, архітектурних пам'яток та об'єктів природно-заповідного фонду можна переглянути на багатьох веб - сторінках інтернету, вони подані у вигляді описаних екскурсій із численними фото - та відеоматеріалами.

У віртуальних екскурсій є переваги й недоліки. Основними перевагами є інтерактивність (створення ефекту присутності, що дає змогу не просто пасивно спостерігати, а й активно брати участь); реалізація потреб у подорожах для людей з обмеженими фізичними й фінансовими можливостями; інформативність (отримання інформації про об'єкт туристичної дестинації); універсальність і простота в користуванні (розміщення на будь-якому електронному носії чи завантаження на веб - сторінці; споживачеві достатньо базових навичок користування комп'ютером); економія часу та коштів (сучасна людина відчуває брак часу на відпочинок, а віртуальний тур допомагає його зекономити; традиційні подорожі потребують фінансових витрат, а віртуальні повністю безкоштовні); безпека (екскурсії за монітором комп'ютера дають змогу уникати фізичних труднощів і небезпеки);

достовірність та переконливість (можна заглянути в усі куточки простору та побачити більше, ніж на фото) [1, с. 67].

Однак віртуальні екскурсії мають низку недоліків: обмеженість вражень та брак емоцій; неможливість поставити запитання; залежність від творців (видно лиш те, що входить в екскурсію); низький рівень запам'ятовуваності; висока вартість послуг зі створення 3D-, 4-D панорам для замовників.

В умовах сьогодення завдяки сервісам гугл кожен може не тільки здійснювати віртуальні подорожі, але й створювати їх. Для цього компанія «Гугл» пропонує безкоштовні онлайн-сервіси, зокрема:

- онлайн-сервіс Tour Builder, створений на основі гугл-мапи та інструменту Google Earth (Google Планета Земля), за допомогою якого можна швидко і просто створити унікальний 2D або 3D-тур;
- сервіс StoryMapJS, який дає змогу створити необмежену кількість віртуальних подорожей у вигляді інтерактивних мап;
- інструмент для викладачів і учнів Tour Creator, який допомагає створювати віртуальні тури, використовуючи зображення з Google Street View або власні 360-градусні фотографії;
- сервіс 360Cities – це галерея 3D-панорам з усього світу; Google Arts & Culture, який дає змогу досліджувати колекції творів мистецтва по всьому світу в найдрібніших деталях [2].

Останнім часом можна зустріти в мережах такі пропозиції: 10 віртуальних екскурсій, Україна у 3D: 7 віртуальних турів відомими місцями країни, 10 найкращих віртуальних екскурсій в Україні тощо.

До рейтингу 10 найкращих віртуальних екскурсій в Україні входить: онлайн-екскурсія по запорізькому Музею техніки «Фаетон», де зібрано колекції автомобілів, військову і побутову техніку початку XIX століття; екскурсії етнографічними комплексами України -проект «Музеї України просто неба»; 3D-тур Музей Ханенків особняком українських колекціонерів і благодійних діячів столиці; 3D-тур Софійським собором, заснованим 1037 року; екскурсія Краєзнавчим музеєм Острога, який розміщується в старовинному замку князів Острозьких; VR 3D-тур Дубенським замком, на території фортеці є два замки, один належав родині князів Острозьких, інший - родині князів Любомирських; віртуальна прогулянка Харківським історичним музеєм розповідає про цікаві артефакти, представлені в музеї, їх історію; екскурсія з технологією AR і VR-політ над фортецею Тустань; екскурсія Державним музеєм авіації України імені Антонова, тут представлено понад 80 літаків і вертольотів; 3D-тур львівським Музеєм скла [3].

Віртуальний туризм в умовах війни, що панує на теренах України в результаті загарбницького нападу РФ – це єдиний телепорт, що дає змогу, не

виходячи з дому, бомбосховища або укриття, потрапити до музею, відвідати видатні історичні місця або подивитися виставу [4, с. 145].

Незважаючи на збільшувану популярність віртуальних екскурсій, сподіваємося, що вони залишаться лише додатком до справжніх туристичних подорожей і забезпечать добре поєднання інформаційних технологій і традиційних способів пізнання навколишнього світу.

Список використаних джерел

1. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.
2. Марусей Т. В. Віртуальна екскурсія як напрямок розвитку сучасного туризму. Економіка та суспільство. 2021. № 26.
3. Віртуальний туризм в Україні. URL: <https://doba.ua/ukr/blog/virtualniy-turizm-v-ukraini.html> (дата звернення: 20.03.2023).
4. Багрій К. Віртуальний туризм як новий напрямок туризму в умовах війни. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.). Чернівці : Технодрук, 2022. С. 144-149.

ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ В УКРАЇНІ

Сергій Ліщук

канд. наук із держ. упр.

*ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний
університет імені академіка С. Дем'янчука» (Україна)*

Дослідження законів і нормативних актів, які вперше були ухвалені в сфері державного регулювання фізичної культури і спорту, свідчить про те, що в більшості країн Європи і Азії спорт до середини ХХ століття не визнаний як важливий складник формування дозвілля та здоров'я нації.

Перші кроки введення обов'язкових занять фізичними вправами в навчальний процес шкіл України царський уряд здійснив наприкінці ХІХ ст. Свідченням тому є протоколи засідань Ради інспекції народних училищ Південно-Західного краю від 15-16 грудня 1889 р. «Про запровадження викладання військової гімнастики у міських училищах Південно-Західного краю» [1]. Слід зазначити, що на початку ХХ століття участь у змаганнях державного та міжнародного рівнів брали лише представники військового міністерства. Вони змагалися з гімнастики, стрільби, легкої атлетики, кінного спорту, фехтування.

Першим повноцінним органом державного регулювання сфери фізичної культури й спорту в Україні стала Вища рада фізичної культури, заснована 1923 року Постановою Української Соціалістичної Радянської Республіки «Про вищу й місцеві ради фізичної культури працюючих УСРР» [2]. За постановою ВУЦВК і РНК України від 19 листопада 1924 р. «Про державну організацію охорони здоров'я дітей і про права й обов'язки лікаря охорони здоров'я дітей» держава вживала заходи щодо налагодження справи з охорони здоров'я дітей, які полягали в організації санітарно-профілактичного, лікувально-профілактичного, лікарсько-педагогічного контролю в навчальних закладах. Упродовж 1928-1929 рр. уряд УСРР здійснював заходи щодо зміцнення матеріально-технічної бази фізкультурно-спортивного руху, які були втілені у двох постановах ВУЦВК і РНК УСРР [1].

У 30-х роках ХХ ст. основними напрямками державного регулювання фізичної культури та спорту були такі: залучення широких верств населення до занять спортом; обов'язкове введення дисципліни «Фізична культура» у навчальні плани всіх навчальних закладів.

Удосконаленню нормативних основ спортивного руху сприяла ухвалена 1937 р. «Єдина всесоюзна спортивна класифікація», у якій було реалізовано уніфіковані вимоги до рівня підготовленості спортсменів із десяти видів спорту, уведено спортивні масові розряди й спортивні звання. Єдиною всесоюзною спортивною класифікацією зразка 1941 р. було передбачено присвоєння спортивних розрядів і звань уже з 34 видів спорту [11]. Станом на 1940 р. в Україні нараховували 23 обласних комітети «по справах фізичної культури і спорту», 69 міських, 712 районних інспекторів із фізичної культури і спорту [3].

Загалом, аналізуючи систему управління фізичною культурою і спортом в Україні, можна відзначити, що в період 1917–1948 рр. основну увагу приділяли розвитку масового робочого руху рекреаційно-оздоровчої спрямованості, критикували так званий «рекордсменський ухил». У 50-х роках державне регулювання сфери фізичної культури і спорту було спрямоване передусім на популяризацію фізичної культури серед сільського населення. На початку 50-х років в Україні нараховували 43 185 колективів фізичної культури, у яких перебувало 3 880 766 фізкультурників, що було втричі більше ніж на початку 1941 р. [1].

Подальший розвиток масового спорту, спорту вищих досягнень у країні вимагав створення відповідних умов для підготовки спортсменів вищої кваліфікації до участі в змаганнях республіканського, союзного, світового рівнів. Станом на 1958 р. в Україні було підготовлено 326 майстрів спорту та 263 428 спортсменів масових розрядів [3].

1966 рік є початком нового етапу впровадження спорту в маси — за постановою ЦККПУ і РМ України «Про заходи по дальшому розвитку фізичної культури і спорту в Українській РСР» відбулася перебудова структури державного управління фізичною культурою й спортом. Важливою зміною в структурі державного регулювання фізичної культури і спорту було те, що вперше в історії на комітет були покладені завдання розвитку і галузі фізичної культури й спорту, і молодіжного руху.

На сьогодні більшість українських і західних фахівців вважають спорт вищих досягнень, що розвивався в Радянському Союзі, однією з найкращих систем у світі. Державне регулювання спорту було спрямоване на отримання результатів на національних, міжнародних, олімпійських змаганнях, а не на підтримку здоров'я спортсменів. Слід зауважити, що до 80-х років спорт не підлягав правовому регулюванню в більшості навіть розвинутих країн. Переважна більшість законів, що регулювали спорт і спортивну діяльність організацій була ухвалена на початку 90-х років ХХ ст. на підставі семінарів, проведених у Римі та Кельні тощо.

Список використаних джерел

1. Гасюк І. Л. Еволюція організаційно-правових основ державного управління фізичною культурою і спортом на українських землях наприкінці ХІХ та в радянський період. Університетські наукові записки. 2009. № 4(32). С. 261-272.
2. Кононович В. Г. Формування організаційно-правових засад державного управління фізичною культурою. Теорія та практика державного управління. 2013. Вип. 4(39). С. 301-305.
3. Репкіна Ю. М., Волков В. Д. Правове регулювання господарської діяльності спортивних організацій. Правничий часопис Донецького університету. 2002. № 1(7). С. 15-20.

УДК 338.486.2:338.482:311

СТАТИСТИСТИЧНИЙ І СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ

Анатолій Павленчик
канд. екон. наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Сучасний етап розвитку галузі гостинності неможливий без розв'язання низки проблем, яке потребує ґрунтовного аналізу внутрішнього й зовнішнього середовища підприємств цієї сфери. Методологічно це можливо здійснити із застосуванням статистичного та стратегічного аналізу.

Найпоширенішим методом дослідження внутрішнього середовища підприємства є статистичний, зокрема аналіз різних показників рядів динаміки, індексний аналіз, кореляційний аналіз та інші. Динаміку вартості номерного фонду готелю «Австрійський роял апарт» м. Львів наведено в табл. 1.

Таблиця 1

**Динаміка вартості номерного фонду готелю
«Австрійський роял апарт»**

Категорія номерів	Вартість, грн/доба			2019 до 2021, %
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	
Економ	700	800	900	128,5
Стандарт	1000	1200	1300	130,0
Апартаменти стандарт плюс	1400	1500	1700	121,4
Делюкс	1900	2000	2200	115,7
Комфорт	2000	2200	2400	120,0
Середня вартість	1357	1485	1574	116,0

Дані табл. 1 свідчать, що вартість номерів у готелі за 2019-2021 роки у середньому зросла на 16%. У структурі вартості номерного фонду готелю

«Австрійський роял апарт» спостерігається загальний тренд подорожчання номерів усіх категорій.

Одним з елементів дослідження внутрішнього середовища є ефективність діяльності підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

**Ефективність використання номерного фонду
готелю «Австрійський роял апарт»**

	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2019 до 2021, %
Виторг від реалізації послуг, млн грн	7,7	15,1	12,2	158,4
Повна собівартість наданих послуг, млн грн	3,4	6,7	5,4	158,8
Прибуток (збиток), млн грн	4,2	8,3	6,7	159,5
Рівень рентабельності, %	123,5	123,8	124,0	+0,5 п.
Рентабельність одного ліжка-місця, %	151,2	158,2	137,4	-13,8 п.

З даних таблиці можемо побачити, що за період 2019–2020 р. виторг від реалізації послуг збільшився на 96,1%, тоді як за 2020–2021 р. зменшився на 20,3 %. У 2020 році готель отримав 8,3 млн грн прибутку, що більше на 4,1 млн грн ніж у 2019 році. Проте у 2021 році він зменшився на 1,6 млн грн проти 2020 року.

Аналогічним способом можна проводити аналіз зовнішнього середовища. Дослідження свідчать, що частка кількості місць розміщення в готелі «Австрійський роял апарт» у загальній кількості місць розміщення Львівщини становить 0,6%. Проте, незважаючи на зниження кількості розміщених осіб загалом по Львівщині за 2019–2021 роки на 54,5%, кількість мешканців у готелі «Австрійський роял апарт» за цей період збільшилася на 6,8 тис. осіб.

У результаті усвідомлення стану внутрішнього й зовнішнього середовища готельного підприємства доцільним є застосування SWOT-дослідження як складника стратегічного аналізу. За результатами проведеного SWOT-аналізу готелю «Австрійський роял апарт», який виявив можливості й загрози та сильні й слабкі сторони цього підприємства, запропоновано можливі

стратегічні рішення, які дадуть змогу поліпшити стратегічне становище підприємства (табл. 3).

Таблиця 3

**Матриця SWOT-аналізу діяльності готелю
«Австрійський роял апарт»**

Можливості	Загрози
Інтеграція готелю у світове співтовариство. Розширення компанії, відкриття готелів під цим самим брендом. Створення нових стандартів якості. Розширення додаткових послуг цього готелю	Розвиток конкурентного середовища. Нестабільний політичний та економічний стан в Україні. Недосконала податкова політика. Зниження попиту на послуги готелів
Сильні сторони	Слабкі сторони
Зручне місце розташування. Налагоджені партнерські програми лояльності. Наявність висококваліфікованого персоналу. Високий рівень організаційної культури	Високі ціни за проживання. Невелика кількість реклами готелю. Недостатньо велика кількість додаткових послуг. Відсутність інвестицій

Пропозиції щодо ухвалення стратегічних рішень:

- створення стандартів якості закладу для поліпшення іміджу компанії;
- упровадження спеціальних тренінгів для підвищення кваліфікації персоналу;
- збільшення асортименту додаткових послуг;
- укладання договору з рекламним агентством, розширення реклами, щоб таким чином підвищити попит на послуги.

Список використаних джерел

1. Skrynkovsky R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevsky I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values. Agricultural and

Resource Economics. 2022. Vol. 8(4). P. 188-214. <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>

2. Яців І. Б., Липчук В. В., Райтер Н. І. Аналіз господарської діяльності : навч. посіб. Львів : Ліга-прес, 2015. 240 с.

CURRENT CHALLENGES AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE HEALTHCARE SECTOR IN UKRAINE

Yuliia Prus
PhD

V. N. Karazin Kharkiv National University (Ukraine)
Mendel University in Brno (Czech Republic)

Preserving, protecting and promoting the health of citizens is one of the key state's priorities, which the healthcare system is designed to implement. The full-scale transformation of the system began with the adoption of the Law of Ukraine "On State Financial Guarantees of Medical Care for the Population" in 2017. In April 2018, a single national customer for healthcare services, the National Health Service of Ukraine, was established. At the same time, the process of autonomization of healthcare institutions began with a change in the principles of their management by transforming municipal budgetary institutions into municipal non-profit enterprises.

The reform of specialized medical care began on April 1, 2020: most of the public healthcare expenditures were centralized and merged into the Medical Guarantee Program, which is a package of services that defines medical services and medicines to be paid for by the National Health Service of Ukraine. Healthcare institutions have switched from financing itemized estimates to paying for the result (i.e., actually treated cases or the prescribed population). Money began to "follow the patient" rather than the infrastructure of healthcare facilities.

The COVID-19 pandemic has exposed weaknesses in the public health and emergency response systems, and in some cases, the lack of national, regional, and local emergency preparedness plans and procedures. A Center for Public Health was established at the Ministry of Health of Ukraine, marking the beginning of the transformation of the public health system in the country. Over the past four years, Ukraine has implemented a number of large-scale measures to digitalize the healthcare sector.

The key indicators of the healthcare system in Ukraine before the war are [1]:

- life expectancy (as of 2020) was 76 years for women and 66 for men, which is one of the lowest in Europe;
- healthcare spending in Ukraine has been growing every year, but has not come close to global indicators as a share of GDP. Thus, total expenditures on the medical guarantee program in 2021 amounted to 2.4% of GDP;

- Ukraine had overcapacity in the hospital sector with almost twice as many hospitals as countries in the WHO European Region (42 hospitals per 1 million people);
- the main causes of premature death in Ukraine are non-communicable diseases, accounting for six out of ten leading causes of death, nine out of ten leading causes of premature death, and 84% of all annual deaths.

The healthcare sector is one of the most affected by the war. As of June 21, 2022, 118 healthcare facilities were completely destroyed, and 633 healthcare facilities were partially destroyed (from 2% to 90% damage). The estimated cost of damages is preliminary estimated at almost UAH 35 billion [1].

The healthcare system is also under particular strain due to population migration (about 7 million Ukrainians have become internally displaced) and the loss and displacement of healthcare workers. During the war, 12 medical workers were killed and 47 were injured. 2372 employees of emergency medical centers are in the occupied territories. 2273 healthcare workers went abroad (0.5% of the total number of healthcare workers in the country), 1714 doctors and 1095 nurses changed their place of work because of the war. The lack of human and organizational capacity of the health care system to provide rehabilitation and mental health services exacerbates the situation with meeting the needs of citizens for quality and affordable services.

The main goal of the healthcare sector recovery is to develop a healthcare system with new quality and accessibility of services to meet the needs of citizens. This goal can be achieved through the implementation of the following measures:

- ensuring the financial stability of the healthcare system by introducing flexible financing methods, expanding medical guarantee programs, and developing a voluntary health insurance market;
- restoration and transformation of the health care network by expanding primary health care services, introducing multi-year contracts between the National Health Service of Ukraine and health care institutions;
- strengthening of medical services to meet the special needs of people caused by the war, which includes the development of rehabilitation care, mental health services, trauma, orthopedic and intensive care services [2];
- strengthening and enhancing the human resources of the healthcare system by integrating healthcare education and research into the modern international context, creating conditions for ensuring the professional well-being of healthcare workers;
- development of e-health and strengthening of cybersecurity by forming a unified medical information space, ensuring infrastructure and technical conditions for the provision of quality medical services, creating convenient

-
- and transparent mechanisms for users to access complete data on their health and manage this information;
- restoring the pharmaceutical sector, improving access and proper use of medicines.

References

1. Проект Плану відновлення України : матеріали робочої групи «Охорона здоров'я»; Національна рада з відновлення України від наслідків війни 2022. URL : <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>.
2. The Future of Healthcare ; McKinsey&Company. 2023. URL : <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare/our-insights/the-future-of-healthcare>.

THE MAIN ASPECTS OF THE RECREATIONAL CLUSTER DEVELOPMENT IN THE KHMELNYTSKYI REGION

Tetiana Tomalia
phd of Economics, as. prof.

Maksym Piniar
student

Khmelnyskyi National University (Ukraine)

A recreational cluster is a comparison of various recreational points and zones that jointly offer various services for recreation and entertainment.

The development of recreational clusters is an important aspect of the development of the service sector in the region, as they allow for the creation of a complex infrastructure for the satisfaction of consumers, which provides their needs for recreation and entertainment. These processes can be caused by changes in economic, social or environmental conditions.

The main steps in the development of a recreational cluster may include the following:

1. Analysis of strengths and weaknesses of the cluster. In order to achieve better results, it is important to assess what really attracts tourists to this region, as well as to find weaknesses that prevent the cluster from developing.

2. Establishing new goals and strategies. New goals and strategies should be focused on solving the problems identified during the analysis and on ensuring the sustainable development of the cluster.

3. Investment attraction. To transform a cluster, it may be necessary to attract new investments to expand and improve existing infrastructure, attract new tourists, and increase the cluster's competitiveness.

4. Development of new products and services. To attract new tourists, new products and services can be developed that meet their needs and desires.

5. Development of marketing strategy. It is important to develop a marketing strategy that will allow you to effectively promote the cluster among tourists and increase its popularity.

In order to develop recreational clusters, the government can provide financial and other support for the creation of infrastructure and promotion of the region in the service market. In addition, it is important to help create comfortable conditions for consumers, ensure safety and environmental protection.

Historical and cultural assets, geographical and climatic conditions provide excellent conditions for the development of a recreational cluster in the Khmelnytskyi region. In particular, 12 powerful deposits of various mineral and table waters operate in the Khmelnytskyi region, the most popular and unique of which is “Zbruchanska” – an analogue of the Truskavets “Naftusa”. There are two National Nature Parks “Podilskyi Tovtry” (the largest park in Europe) and “Male Polissya” in the region. In addition, there are many botanical monuments of nature in Khmelnytskyi, in particular, the Holy Lake in the territory of Izyaslav district, geological monuments – the cave “Atlantida” in the village Zavallia of the Kamianets-Podilskyi district, the Bakotskyi rock monastery. 2,442 monuments of history, 105 archeology and 205 architecture, 1,104 recommended for acceptance under the protection of the Law on the Protection of Cultural Heritage, 463 monuments of art are combined with landscape and hydrological reserves. About 160 hotel-type establishments with about 6,000 beds/places, about 700 public catering establishments and 137 tourist companies operate in the region. The tourist capacity is about 7,000 people per day. All this creates favorable conditions for the development of a recreational cluster in the territory of Khmelnytskyi region.

Today, it is important to raise questions not only about development, but also about the transformation of the recreational cluster of Khmelnytskyi, which can happen faster thanks to the following measures:

- Infrastructure development: construction of hotels, restaurants, cafes and other service facilities that will provide tourists with comfortable conditions for stay and rest.
- Reconstruction and development of beaches: construction of new beach areas and reconstruction of existing ones, provision of conditions for recreation and entertainment on the beach.
- Productive use of natural resources: development of ecotourism and organization of tourist routes to natural attractions located in the region.
- Organization of various events: festivals, concerts, sports competitions and other events that can attract tourists to the city.
- Cooperation with local manufacturers: involving local manufacturers in the development of tourism, offering tourists excursions to local enterprises and organizing.

The development of a recreational cluster can have many positive consequences in the future: increasing the number of tourists visiting the region, increasing the profits of local enterprises, creating new jobs, creating opportunities for the development of the cultural heritage of the region.

References

1. Havran V. Y. Management of investment activities in the recreation and tourism sphere. Lviv. Lviv. 2017. 203 с.
2. Havrylko H. P. Regional sanatorium-resort clusters: main features and principles of formation // Scientific Bulletin of Uzhgorod University. 2016. Is. 1 (47). Vol. 2. P. 73-77
3. Website of the Khmelnytskyi Regional Military Administration. URL: https://www.adm-km.gov.ua/?page_id=1562 (Date of application: 15.03.2023)

ЩОДО ПРОБЛЕМАТИКИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА АВТОРСЬКОГО ПРАВА

Софія Холявка
викладач

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

У контексті стрімкого розвитку інноваційних технологій, пов'язаних із штучним інтелектом (анг. artificial intelligence, далі також - ШІ), дедалі частіше постає питання щодо його правосуб'єктності та можливості його охорони авторським правом. Тим більше, що 18 лютого 2023 року в Україні відбувся реліз чат-боту із штучним інтелектом ChatGPT, розробленого лабораторією OpenAI, який, по суті, поставив під загрозу будь-яку інтелектуальну діяльність людини. Ніхто б не міг подумати, що написання творів, книг, формування даних може здійснюватися без участі людини, а за допомогою робота. Це ще раз підтверджує важливість забезпечення належного правового регулювання цієї сфери відносин для убезпечення будь-якого нівелювання інтелектуальної діяльності людини як автора твору, а також збільшення інвестицій у світову економіку шляхом чіткого встановлення правосуб'єктності ШІ.

Станом на сьогодні у Законі України «Про авторське право та суміжні права» від 01.12.2022 року № 2811-IX (далі - Закон № 2811-IX) закріплено правовий режим неоригінальних об'єктів, згенерованих ШІ, що є істотним кроком уперед у регулюванні цієї сфери відносин. На основі аналізу норм вказаного закону можна виокремити такі ознаки, притаманні неоригінальному твору, створеному ШІ: а) утворений у результаті функціонування комп'ютерної програми без безпосередньої участі фізичної особи у створенні цього об'єкта; б) особисті немайнові права не виникають; в) обсяг майнових прав визначають згідно зі статтею 12 цього Закону; г) поширюється на нього право особливого роду (*sui generis*), яке виникає внаслідок факту генерування цього об'єкта і починає діяти з моменту його генерування. Водночас твори, які створили фізичні особи з використанням ШІ, не вважають неоригінальними об'єктами, згенерованими комп'ютерною програмою [1].

У Європейському Союзі діє Регламент від 21 квітня 2021 року (Proposal for a Regulation laying down harmonised rules on artificial intelligence), обсягом на 108 сторінок, який регулює використання ШІ. Передусім у ньому закріплено чотири сфери дії ШІ, які визначатимуть його правовий режим

використання (неприйнятний ризик, високий ризик, обмежений ризик, мінімальний ризик) [2]. Ці положення покликані обмежити використання ШІ в окремих сферах діяльності.

У правовій доктрині щодо самого авторства ШІ немає однозначного підходу. Найбільш загальними вважають такі позиції: 1. ШІ є суб'єктом авторського права (маючи особливий правовий статус). 2. Суб'єктом авторського права на твори ШІ є автор (володілець) майнових авторських прав на ШІ (як на програмне забезпечення). 3. Твори, створені ШІ, не охороняються авторським правом через недоцільність або через відсутність оригінальності. 4. Надання спеціального режиму правової охорони об'єктам, створених ШІ. 5. Охорона об'єктів, створених ШІ за допомогою права *sui generis* [3]. Проте, жоден із підходів не є домінантним. Проблема залишається нерозв'язаною і з огляду на те, що держави трактують ШІ у правовій площині як об'єкт, а не суб'єкт інтелектуального права. На думку Л. Тарасенка, найбільш доцільним вбачають надання спеціального режиму правової охорони об'єктам, створених ШІ, або ж їх охорону за правом *sui generis* [4, с. 68 - 69].

Через недостатність досвіду регулювання цієї сфери відносин питання ШІ та авторського права залишається відкритим. Оригінальність твору та факт, що його створила людина (згідно з чинним законодавством України такий об'єкт повинен бути результатом творчої діяльності автора) свідчать про те, що він підпадає під охорону авторського права. Однак довести оригінальність у творі, створеному за допомогою ШІ, досить складно. Це зумовлено тим, що генерування текстів за допомогою ШІ здійснюється з використанням типових стилів і патернів відповідно до введених у нього даних. Тобто така діяльність має шаблонний, але аж ніяк не творчий характер. Цю колізію частково розв'язав Закон № 2811-IX, у якому розмежовано оригінальні та неоригінальні об'єкти, а також твори, створені виключно ШІ, та які створила фізична особа із допомогою ШІ.

У Великій Британії традиційно у разі розв'язання питань охороноздатності об'єктів авторських прав береться до уваги критерій «уміння, судження і праці» [5, с. 61]. Тобто правову охорону надають оригінальному твору, автором якого є людина. Новелою їхнього Закону 1988 року (у редакції 2017 року) «Про авторське право, промислові зразки і патенти» є спеціальні положення щодо охорони творів, створених комп'ютером (англ. *computer generated works*). Так, «у разі літературного, драматичного, музичного чи художнього твору, створеного комп'ютером, автором вважають особу, яка вживає заходи, необхідні для створення твору» [6]. Такий підхід здається найбільш ефективним, оскільки розмежовує правову охорону творів, створених творчою діяльністю людини, та творів, створених ШІ.

У Сполучених Штатах Америки (США) у разі застосування критерію «оригінальності» враховують витрачені вміння та працю на створення твору. Мінімальна вимога в США є традиційно вищою, ніж у Великій Британії, і там, де створення твору вимагає невеликих зусиль, умінь і праці, твір не вважатимуть «оригінальним» [7].

Отже, твори, згенеровані ШІ, не можуть отримати правову охорону авторським правом, оскільки моделюють конкретний патерн поведінки на основі заданого вузького діапазону даних, що виключає їх оригінальність. Крім того, їх не створює конкретна людина, а машина, яка не володіє жодними когнітивними здібностями, які властиві людині. Штучний інтелект виступає не суб'єктом створення твору, а інструментом, за допомогою якого його створюють. Однак у разі, якщо ці твори створює людина із використанням ШІ, їх не вважатимуть неоригінальними об'єктами. Перші види творів охоронятимуться правом особливого роду *sui generis*, останні — авторським правом.

Список використаних джерел

1. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 01.12.2022р. №2811-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#n855> (дата звернення: 06.03.2023).
2. Proposal for a Regulation laying down harmonised rules on artificial intelligence, published 21 April 2021. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/proposal-regulation-laying-down-harmonised-rules-artificial-intelligence> (дата звернення: 06.03.2023).
3. Зеров К. О. Огляд теоретичних підходів щодо правової охорони об'єктів, згенерованих системами штучного інтелекту у сфері авторського права і суміжних прав. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2021. № 6. С. 25–37.
4. Тарасенко Л. Авторське право у цифрову епоху: основні тенденції і зміни. Вісник Львівського університету. Серія юридична. 2022. Вип. 75. С. 61–72.
5. Павлюк О. Критерії охороноздатності об'єктів авторського права, створених із використанням технологій штучного інтелекту: міжнародно-правовий досвід. Підприємництво, господарство і право. 2021. № 6. С. 59–64.
6. Copyright, Designs and Patents Act 1988 (Chapter 48, incorporating amendments up to the Digital Economy Act 2017). URL: <https://wipo.lexdocs.int/edocs/lexdocs/laws/en/gb/gb396en.html> (дата звернення: 06.03.2023).

7. Rahmatian A. Originality in UK Copyright Law: The Old «Skill and Labour» Doctrine under Pressure. *International Review of Intellectual Property and Competition Law*. 2013. Vol. 44. № 1. P. 4–34.

СЕКЦІЯ 4

**Актуальні проблеми розвитку сфер
фізичної культури та спорту, рекреації
та реабілітації в ринкових умовах**

SOCIO-PEDAGOGICAL TECHNOLOGY FOR THE FORMATION OF A HEALTHY LIFESTYLE IN STUDENTS

Bektayeva Nurila

senior lecturer, master

Raimkulova Ayakoz

teacher, master

Almaty Humanitarian-Economic University, Almaty, Kazakhstan

Beraliyeva Elmira

senior lecturer, Candidate of technical sciences

Shymkent University, Shymkent, Republic of Kazakhstan

Today, preserving students' health, and education and forming a healthy lifestyle are one of the most pressing issues on the agenda.

A healthy child is actively involved in the educational process, is always cheerful and has a high mood. That is why the school's main task is to instill in each student a desire to learn, strengthening, without prejudice to the health, to develop the qualities of each child, taking into account his/her personal characteristics.

If we pay attention to who a school-age child will be with the most time in his life, of course, it is a revelation for everyone that he will be with his parents and teacher. Therefore, the correct organization of classes will certainly require a lot of responsibility from the teacher.

The disease is a medical category. Health is a measure of the realization of genetic potential. In the process of education, the following potentials develop: mental, physical and spiritual ones. In the family, in the course of school education, a person's health develops, strengthens or wears out. In this case, the student's creative abilities may be limited. [1]

The main basis of a child's health is his spiritual and physical fitness. Those who form social sources are social connections and personal relationships and are an integral part of spiritual well-being. The health of the soul is the health of our mind, body, and soul. Mental health provides a system of thinking, awareness of the environment and adaptation to it.

The formation of a healthy lifestyle in schools creates the following opportunities:

- 1) strengthening the health of children and youth;

- 2) improving hygiene literacy;
- 3) formation of methods and principles of health protection;
- 4) knowledge of the basics and types of a healthy lifestyle;
- 5) application of methods of psycho-prophylaxis and psycho hygiene;
- 6) increasing responsibility for protecting your health;
- 7) strengthening the activity of students ' body movements;
- 8) insurance against the occurrence of various infectious and chronic diseases;
- 9) teach to stop harmful habits — smoking, alcohol, and drugs.

The formation of a healthy lifestyle for schoolchildren is:

- First of all, the formation of the ability of the individual to fully combine himself with the lifeless and lively natural environment around him and spend his life with the maximum benefit for his homeland, country, family, and himself;
- Secondly, a healthy lifestyle is the implementation of measures aimed at promoting health in order to ensure the harmonious development, preservation, and establishment of health. [2]

The main goal of preserving and forming the health of a student at school is to explain the concepts of hygiene, motivation for a healthy lifestyle, and personal hygiene, taking into account the psychological, physical, and motor capabilities and age characteristics of an individual.

It is the formation of the possibilities of the individual aimed at survival. In my opinion, the basis for the formation of a healthy lifestyle of a person from the socio-psychological and biological side can be the following conditions:

- exercise of the body as a result of physical education or sports;
- implementation of hygienic requirements for physical labor;
- implementation of personal and social hygiene requirements;
- communication and achieving an ecological culture;
- getting proper sex education;
- - avoid bad habits.

The content and forms of organization of the formation of a healthy lifestyle provide for:

- Responsibility, responsible attitude to one's own health;
- Natural sensitivity, taking into account the age characteristics of students;
- Scientific, relying only on verified scientifically proven data;
- Ecologization, knowledge of the impact of environmental factors on the human body;
- Take into account national regional characteristics, get acquainted with the national traditions of a healthy lifestyle, and be able to adhere to them;
- Continuous training, continuous formation, and continuous use of healthy lifestyle skills;

– Socialization, preparation of a member of society for a healthy lifestyle. [3]

Based on these principles, the teacher should take a special place in the process of educating teenagers about a healthy life. The teacher is the main person in the school. The productive and fruitful work of any school ultimately depends on the tasks and attitude of each teacher working in this school. The students sitting in front of the teacher in each class are also applicants on the way to the same future.

References

1. Butyrskaya E.V., Zaitseva L.M. Pedagogical aspects of the formation of a value attitude to a healthy lifestyle in older preschool children // *Teacher and time*. No.8. 2013. pp. 9-14.
2. Doroshenko A.L., Sokolov E.E. Fundamentals of a healthy lifestyle. Factors determining a healthy lifestyle // *Bulletin of the Ivanovo State University. Series: Natural, Social Sciences*. No. 2. 2011. pp. 36-41.
3. Kasimov I.R. Healthy lifestyle as a socio-cultural problem: culturological and activity-oriented approaches // *Bulletin of the Kazan State University of Culture and Arts*. No. 1. 2013. pp. 111-115.

УДК 616.12-005:159.942

ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЕМОЦІЙНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПАЦІЄНТІВ З ІШЕМІЧНОЮ ХВОРОБОЮ СЕРЦЯ

Галина Біда
старший викладач

Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола (Україна)

Статтю присвячено вивченню особистісних характеристик хворих на ішемічну хворобу серця та визначенню за психоемоційними характеристиками основних типів пацієнтів із таким діагнозом.

Ключові слова: психоемоційні характеристики, ішемічна хвороба серця, реабілітація, стресові чинники, невротичні особливості, профілактика.

Психоемоційні чинники належать до провідних чинників ризику ішемічної хвороби серця, серед яких виокремлюють несприятливі життєві й часто повторювані стресові ситуації, психічне перенапруження, розумову перевтому. До стресових чинників можна також зарахувати соціально-економічний статус, рівень міжособистісних відносин, життєві події, інформованість про своє здоров'я та ставлення до нього. У більшості людей, які страждають від ішемічної хвороби серця, спостерігаються розлади невротичного рівня.

Науковці виокремлюють п'ять груп таких хворих: 1-ша група (24%) – кардіологічні хворі із психопатіями та іншими аномаліями, особистості з постійною налаштованістю на конфлікт, тривалими періодами емоційного напруження; 2-га (16%) – зрілі особистості з високим почуттям відповідальності й керованими емоціями, але із завищеним честолюбством і високим рівнем домагань, що сприяє формуванню конфліктів; 3-тя (29%) – особи, у яких невротичні особливості їхнього організму поєднані із гіпертрофованими претензіями на соціальний успіх, що зобов'язує їх стримуватися у вираженні емоцій; 4-та (10%) – особи із тривалими переживаннями невдач і неуспіху, із пригніченим емоційним станом; 5-та (22%) – хворі, у яких не виявлено жодних значних проявів емоційного перенапруження, через що вони задоволені собою і своїм оточенням [4].

Окрім того, у хворих на ішемічну хворобу серця виявлено тенденцію до депресії. За даними науковців, відповідно до особистісного тесту, у хворих на стенокардію відзначають значне підвищення невротичної тріади порівняно зі здоровими людьми. Існує й інша точка зору, якої дотримуються фахівці, які вважають, що пацієнтів із таким діагнозом неможливо порівняти

з типовими невротиками, оскільки в них немає загальмованості, емоційної лабільності, невпевненості в собі [5]. Вони дотримуються принципів сучасного індустріального суспільства, відзначаючись активною діяльністю, здатністю конкурувати та змагатися з іншими.

Установлено, що в пацієнтів із надлишковою вагою порівняно з пацієнтами, у яких вага в нормі, спостерігаються прояви іпохондрії та психастенії, що супроводжуються тривожністю та стійким занепокоєнням за свій соматичний стан. У них також спостерігається виражена психосоціальна дизадаптація, відносно низька толерантність до ізометричного фізичного навантаження, частіше виявляється кардіологія. З'ясовано, що для більшості хворих характерна наявність панічних розладів. Кожен другий страждає від алекситимії, тобто характерних утруднень у вербалізації афекту, ідентифікації почуттів і тілесних відчуттів [3].

Серед хворих на ішемічну хворобу серця розрізняють два типи – А і Б. Для представників типу А характерні: високий темп життя для досягнення обраної, але нечітко сформульованої мети; постійне прагнення до змагання й конкуренції; наполегливе бажання визнання; постійна участь у різноманітних видах діяльності й вічний дефіцит часу; звичка прискорювати темп багатьох фізичних і психічних функцій; виняткова фізична й психологічна готовність до дії. Такі люди нетерплячі й неспокійні, говорять швидко й виразно, їм властиві жвавість, настороженість, напруження лицьових м'язів, вони часто зчіплюють пальці й переступають з ноги на ногу. Якщо ж ці ознаки в поведінці та манері спілкування не проявляються, то таких людей ми відносимо до типу Б [1].

Упродовж останнього десятиліття досягнуто значних успіхів у лікуванні хворих на ішемічну хворобу серця шляхом застосуванням хірургічних методів реваскуляризації міокарда. У значної частини пацієнтів після аортокоронарного шунтування та усунення патології коронарних артерій частково спостерігалось об'єктивне поліпшення гемодинаміки й підвищення толерантності до фізичного навантаження, проте стійкі невротичні розлади знижували показники працездатності, що виявлялися навіть нижчими, ніж до операції [2].

Таким чином, ішемічна хвороба серця є однією з найбільш поширених терапевтичних проблем, а згідно зі статистикою Всесвітньої Організації Охорони здоров'я ще й здобула сумну популярність, отримавши майже епідемічне поширення в сучасному суспільстві. Підставою для цього стало стрімке зростання цього захворювання в людей різних вікових груп, високий відсоток втрати їхньої працездатності, а також те, що вона призводить до летальності. Тож необхідна програма заходів із первинної профілактики серцево-судинних захворювань серед всього населення, що передбачає

боротьбу із тютюнокурінням, з надмірною вагою та сидячим, малоактивним способом життя. Окрім того, вона передбачає заходи щодо поліпшення зовнішнього середовища, створення умов для вибору продуктів харчування і можливості займатися фізичною культурою.

Список використаних джерел

1. Основи медичної та соціальної реабілітації в медсестринстві : навч. посіб. для студ. вищ. мед. закл. I–II рівнів акредитації / Л. О. Вакуленко, І. Р. Мисула, Л. В. Левицька [та ін.] ; за заг. ред. Л. О. Вакуленко. Тернопіль : Укрмедкнига, 2016. 444 с.
 2. Ведення пацієнтів з гострою правошлуночковою недостатністю на сучасному етапі: положення Асоціації фахівців із серцевої недостатності та робочої групи з проблем легеневого кровообігу функціонального стану правого шлуночка Європейського товариства кардіологів / V.-P. Najla, A. Mebazaa, J. Celutkine et al. Кардіохірургія та інтервенційна кардіологія. 2016. № 3. С. 60–66.
 3. Теренда Н. О. Тенденції та прогноз поширеності стенокардії та інфаркту міокарда в Україні. Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. 2015. № 3(65). С. 35–40.
 4. Михайловська Н., Олійник Т. В., Михайловський Я. М. С. Особливості змін вегетативного статусу у пацієнтів з ішемічною хворобою серця та гіпотиреозом у взаємозв'язку з гормонами гіпофізарно-тиреоїдної системи. Сімейна медицина. 2015. № 4 (60). С. 106–109.
 5. Діагностичні, лікувальні та профілактичні алгоритми з внутрішньої медицини : навч.-метод. посіб. / за ред. В. І. Денесюка. Київ : Центр ДЗК, 2015. 152 с.
 6. Коваленко В. М., Несукай О. Г. Лікування клапанних вад серця. Київ, 2017. 61 с.
 7. Серцево-судинні захворювання: класифікація, стандарти діагностики та лікування / за ред. В. М. Коваленко, М. І. Лутая, Ю. М. Сіренка, О. С. Сичова. Київ : Моріон, 2018. 224 с.
-

УДК 796.41:004.9(477)

ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ФІТНЕСУ В УКРАЇНІ

Тетяна Гуцан
канд.пед.наук, доцент

Валерія Дидіна
здобувач

*Харківський національний педагогічний
університет імені Г.С. Сковороди (Україна)*

Останнім часом відбувається значний розвиток цифрової технології в різних сферах життя, зокрема у спорті. Цифрова технологія дає змогу збільшувати ефективність тренувань і змагань, поліпшувати комунікацію з глядачами та вболівальниками, а також створювати нові можливості для розвитку спорту в Україні.

Однією з головних особливостей цифровізації спорту є збільшення доступності до інформації. Завдяки цифровій технології, спортивні заходи можуть бути трансльовані в режимі реального часу, а глядачі можуть переглядати записи змагань та аналізувати їх у зручний для себе час. Також з'являється можливість віртуальної реальності, що допомагає вболівальникам відчувати себе на стадіоні, навіть якщо вони перебувають на великій відстані від нього [1].

Іншим важливим аспектом цифровізації спорту є поліпшення комунікації між спортсменами та тренерами. Завдяки новим технологіям, тренери можуть відстежувати прогрес своїх спортсменів у режимі реального часу, а також віддалено надавати консультації та поради. Це збільшує ефективність тренувань та знижує можливість отримання травм.

Цифровізація фітнесу в Україні в останні роки стала дедалі більш популярною тенденцією. Харків не є винятком, і вже багато фітнес-центрів міста використовують цифрові інструменти для поліпшення якості своїх послуг та забезпечення більш ефективної роботи.

Один із прикладів цифровізації фітнесу в Харкові – це впровадження системи онлайн-бронювання класів і тренувань. Багато фітнес-центрів у місті використовують платформи для бронювання онлайн, що дає змогу клієнтам бронювати тренування зручно та ефективно. Завдяки цьому фітнес-центри ефективно організовують свій графік та керують кількістю клієнтів.

Деякі фітнес-центри в Харкові використовують додатки та інші інтерактивні інструменти для підтримки своїх клієнтів у досягненні мети.

Наприклад, деякі додатки можуть надавати клієнтам індивідуальні тренувальні програми, зберігати статистику про прогрес та рекомендувати зміни в режимі тренувань для досягнення кращих результатів.

Крім того, з поширенням карантинних обмежень багато фітнес-центрів у Харкові змушені були переходити до онлайнного формату, запроваджуючи віртуальні тренування і класи. Це дає змогу клієнтам продовжувати тренуватися віддалено та зменшує ризик поширення інфекційних захворювань.

Отже, цифровізація фітнесу в Харкові є важливим кроком до розвитку та поліпшення якості послуг фітнес-центрів. Вона допомагає забезпечити більш ефективну роботу та зручність для клієнтів, що також сприяє збільшенню задоволеності та лояльності клієнтів.

Однак, на жаль, не всі фітнес-центри в Харкові мають однаковий рівень цифрової технологічності. Деякі фітнес-центри можуть бути менш зацікавлені у впровадженні цифрових інструментів або не мати достатніх ресурсів для їх використання. Але, на щастя, ця тенденція поступово набуває популярності, і в майбутньому можна очікувати ще більшого розширення використання цифрових інструментів у фітнес-індустрії в Харкові та в Україні в цілому.

Для подальшого розвитку цифрової технології в спорті України необхідно вдосконалювати інфраструктуру та забезпечувати фінансову підтримку для використання нових технологій у спортивних клубах під час змагань [2]. Також потрібно працювати над створенням відповідних правових норм і стандартів для захисту даних та інтелектуальної власності, що дасть змогу гарантувати забезпечити безпеку й захист інформації.

Отже, цифрова технологія має великий потенціал для розвитку спорту в Україні. Забезпечення доступності до інформації та поліпшення комунікації між спортсменами і тренерами допоможе збільшувати ефективність тренувань та поліпшувати результати у змаганнях. Однак для досягнення повного потенціалу цифрової технології в спорті потрібно розв'язати питання недостатньої розвинутості інфраструктури та створення відповідних правових норм.

Список використаних джерел

1. Спорт та цифрові технології: нові можливості для України / О. О. Іщенко та ін. Вісник Національної академії наук України. 2018. № 11. С. 81-89.
2. Цифрові технології в спорті: від теорії до практики / В. І. Шапаренко та ін. Київ : Олівер-Принт, 2019. 268 с.

*СІДНІ КАТЦ (1924–2012): АМЕРИКАНСЬКИЙ ГЕРІАТР,
НАУКОВЕЦЬ І НОВАТОР У МЕДИЦИНІ*

Мирослава Данилевич
д. пед. наук, професор

Ольга Романчук
д. пед. наук, професор

Ростислав Коваль
канд. філол. наук, доцент

Софія Перетятко
студентка

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Сідні Катц (Sidney Katz) був всесвітньовідомим геріатром та науковцем у галузі охорони здоров'я, творцем індексу активностей у повсякденному житті (index of activities of daily living / ADLs), який він разом зі своєю командою медичних фахівців розробив у госпіталі, названому на честь відомого бізнесмена та філантропа Бенджаміна Роуза (1828–1908) (Benjamin Rose Hospital) у Клівленді (штат Огайо, США).

Він народився 1924 року. Після закінчення середньої школи Сідні Катц не зміг навчатися на медичному факультеті через початок Другої світової війни. У 1942 році він зголосився до ВМФ США, де йому доручили виконувати різноманітні завдання, включно з управлінням відділом охорони здоров'я в Університеті Пурдью (Purdue University). Згодом, під час навчання у цьому закладі він зацікавився вірусологією, його прийняли до Медичної школи. Після закінчення студій у 1948 році Сідні Катц отримав стипендію від Американського онкологічного товариства, однак незабаром пішов добровольцем на Корейську війну. Під час служби він разом із іншими лікарями відповідав за підрозділ мобільного армійського хірургічного госпіталю, який займався, зокрема, боротьбою з епідемією геморагічної гарячки. Згодом Сідні Катц разом із колегами описали цю хворобу та ефективність відомих ліків у статтях «Medical management of hemorrhagic fever» (1952) та «Pathologic physiology in epidemic hemorrhagic fever» (1953), запропонували протокол для стандартизації лікування, суттєво знизивши рівень смертності. Після повернення з війни колега рекомендував Сідні Катца

докторові Austin Chinn, медичному директорові в госпіталі Бенджаміна Роуза, щоб провести дослідження про вплив додавання вітамінів у раціон літніх людей. Сідні Катц вважав, що йому не вистачає досвіду роботи з такими пацієнтами, проте погодився. Його праця вийшла далеко за межі вивчення впливу ефекту від вітамінів – Сідні Катц почав шукати відповідь на питання про оцінювання лікування чи терапії, вважаючи, що для цього потрібен певний інструмент. Госпіталь Бенджаміна Роуза був засновний завдяки партнерству між однойменним Інститутом та університетськими лікарями Клівленда як прототип реабілітаційного закладу довготривалого лікування літніх людей. У 1950-х роках там не було науково розроблених рекомендацій щодо лікування хронічних захворювань. Мультидисциплінарна команда лікарів, медичних сестер, соціальних працівників, фізіотерапевтів та ерготерапевтів поставили перед собою завдання ретельно обстежити пацієнтів та задокументувати прогрес кожного. Вони використали отримані дані для того, щоб визначити, які методи лікування і кому підійшли, та застосували ці знання для поліпшення ухвалення рішень. Робота доктора Катца вирізнялася відходом від медичної моделі догляду до більш збалансованого мультидисциплінарного й цілісного підходу. Розроблення індексу повсякденної активності базувалася на дослідженні 64 пацієнтів із переломом стегна, котрі були госпіталізовані впродовж 18 місяців. Була отримана вичерпна інформація про їхні фізичні, психологічні та соціальні характеристики. Для відновлення пацієнтів до максимально можливого незалежного функціонування, команда Сідні Катца провела ретельне дослідження моделі активності кожного пацієнта, використовуючи градуйований індекс для реєстрації функціональної незалежності або залежності під час купання, одягання, сечовиділення та дефекації, переміщення та годування / харчування. Науковці повідомили про виявлення ієрархічної моделі, коли купання було найскладнішим завданням, а годування найлегшим. За отриманими результатами вони опублікували статтю «Studies of illness in the aged. The index of ADL: A standardized measure of biological and psychosocial function» (1963). Наступний прогрес у роботі над індексом активностей у повсякденному житті доктор Катц з колегами представили в публікації «Progress in development of the index of ADL» (1970). З-поміж інших досліджень на цю тематику виокремлюють роботу Mortimer Powell Lawton та Elaine M. Brody «Assessment of older people: Self-maintaining and instrumental activities of daily living» (1969).

Доктор Сідні Катц активно займався дослідженнями осіб із хронічними захворюваннями, котрі живуть вдома і потребують догляду («Effects of continued care: A study of chronic illness in the home», 1972), вивчав вплив проведеної реабілітації на поліпшення функцій («Functional assessment in

geriatrics. A review of progress and directions», 1989). Він працював над реформуванням системи надання реабілітаційних послуг, якості обслуговування в будинках для людей похилого віку. Його цікавила проблематика поліпшення очікуваної тривалості функціонального благополуччя, тому доктор Катц із колегами представили концепцію «активної середньої тривалості життя» («Active life expectancy», 1983), яку продовжують трактувати новаторським прогресом у дослідженнях здоров'я людей похилого віку.

Сідні Катц помер 2012 року. Він зробив значний внесок у розвиток системи охорони здоров'я та реабілітації, а створені ним та його колегами шкали продовжують слугувати основою для оцінювання функціонального стану.

Список використаних джерел

1. Noelker L. S., Browdie R., Katz S. MD: A New Paradigm for Chronic Illness and Long-Term Care. *The Gerontologist*. 2014. Vol. 54, N 1. P. 13–20. doi:10.1093/geront/gnt086.

УДК 796.028:33(477)

СУЧАСНИЙ СТАН СПОРТИВНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС

Ігор Дедишин
аспірант

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Сучасний спорт став важливою галуззю економіки багатьох країн, зокрема й України, проте ця сфера зазнала значних втрат унаслідок військових дій. Розвиток сфери послуг фізичної культури і спорту робить суттєвий внесок в економіку країни, оскільки популяризація цієї галузі сприяє зростанню потреби у спортивних спорудах і місцях, де можна займатися спортом. 24 лютого 2022 року Росія розпочала повномасштабну війну проти України. Унаслідок російської агресії знищено та пошкоджено десятки міст, загинули тисячі мирних жителів, зруйновано десятки підприємств, сотні закладів освіти, тисячі кілометрів доріг та тисячі житлових будинків. Через велику інтенсивність бойових дій на сході та півдні України, а також регулярні ракетні обстріли по всій її території більшість спортивних установ припинили свою роботу або значно її скоротили.

Станом на 1 вересня 2022 року, за аналітичним оцінюванням Київської школи економіки загальна сума прямих задокументованих збитків житловій та нежитловій нерухомості, іншій інфраструктурі становила понад \$127,0 млрд (за вартістю заміщення). Найбільша частка в загальному обсязі прямих втрат належить житловим будівлям (39,7% або \$50,5) та інфраструктурі (27,7% або \$35,3 млрд). Втрати активів бізнесу становлять мінімум \$9,9 млрд і швидко зростають. Ще \$6,6 млрд – це прямі втрати аграрного сектору внаслідок війни. Сукупні прямі втрати від руйнувань і пошкоджень об'єктів громадського сектору (соціальні об'єкти та установи, заклади освіти, науки та охорони здоров'я, культурні споруди, спортивні об'єкти, адміністративні будівлі тощо) дорівнюють близько \$11,6 млрд.

Під ворожі обстріли потрапляють сучасні спортивні арени, молодіжні центри та інші установи сфери фізичної культури і спорту. За інформацією Міністерства молоді та спорту України, станом на січень 2023 року 320 спортивних об'єктів постраждали від обстрілів, 87 із них – зруйновані повністю або частково. Завдано близько \$250 млн збитків. Окупанти зруйнували 63 спортивні комплекси, 9 басейнів, 3 льодових арен, 17 стадіонів,

1 велокомплекс. Найбільше спортивних об'єктів зруйновано в Луганській області – 89, Донецькій – 61, Харківській – 46, Миколаївській – 27, Херсонській – 24, Київській – 21, Дніпропетровській – 15, Чернігівській – 12, Сумській (11) областях.

Зруйновано стадіон у м. Волновасі, стадіон «Металіст» на Харківщині, унікальний велотрек у м. Лимані, льодовий палац у м. Северодонецьку, який був одним із найбільших в Україні. Мішенню для ворожих снарядів стали стратегічні об'єкти: басейн «Нептун» у м.Маріуполі, Луганський обласний фізкультурний центр «Олімп» у м. Кремінній, спорткомплекс «Авангард» у м. Києві, Олімпійський навчально-спортивний центр у м.Чернігові, десятки інших об'єктів. Вісімдесят відсотків спортивної інфраструктури м. Маріуполя внаслідок бомбардувань з боку російської авіації зруйновано. Знищено палац спорту «Азовмаш», зруйновано стадіон імені Юрія Бойка футбольного клубу української прем'єр-ліги «Маріуполя», який нещодавно було реконструйовано.

Від 24 лютого 2022 року понад 2400 спортсменів з олімпійських і неолімпійських видів спорту та осіб з інвалідністю були у майже 40 країнах світу, де частково мали можливість тренуватися та брати участь у міжнародних змаганнях; майже 3000 спортсменів призупинили навчально-тренувальний процес. Багато спортсменів і тренерів призовного віку вступили до лав Збройних сил України, Національної гвардії та територіальної оборони і сьогодні перебувають поза навчально-тренувальним процесом. Щонайменше 228 спортсменів і тренерів загинули від зброї російських окупантів. Серед загиблих є діти: 11-річна гімнастка Катерина Дяченко та 14-річна важкоатлетка Аліна Перегудова. На війні загинули щонайменше 148 футбольних фанатів, ще частина в полоні.

Більше ніж на третину зменшилася кількість навчально-тренувальних зборів та міжнародних спортивних змагань, в яких брали участь спортсмени національних збірних команд. За попередньою інформацією у штатному режимі працюють 70% закладів фізичної культури і спорту, 25% – тимчасово призупинили свою діяльність. Понад 120 тисяч спортсменів втратили можливість займатися обраним видом спорту та не мають можливості тренуватися. Спортсмени (особливо резерв) та тренери, які виїхали за кордон, отримали якісні умови для тренувань і роботи. Є випадки, коли іноземні клуби й команди пропонують спортсменам і тренерам довгострокові контракти, молодь, яка закінчує навчання в закладах загальної середньої освіти отримує можливість навчатися далі. Така ситуація вплине на зменшення в складі національних збірних команд перспективної та талановитої молоді.

В умовах воєнного стану, у зв'язку зі спрямуванням коштів на потреби держави, існує проблема збереження, поступового відновлення та розвитку

баз олімпійської, паралімпійської та дефлімпійської підготовки, як базису для розвитку спорту вищих досягнень. Після війни в Україні збільшиться кількість людей, які матимуть інвалідність, зокрема дітей, у зв'язку з цим необхідно створити всі умови для їх скорішого відновлення та адаптації до повноцінного життя в суспільстві. Також у контексті відбудови спортивної інфраструктури в Україні варто враховувати досвід інших країн, які ефективно відбудували спортивну інфраструктуру після кризових ситуацій, зокрема воєн.

Список використаних джерел

1. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України станом на 1 вересня 2022 року. URL: https://kse.ua/wpcontent/uploads/2022/10/Sep22_FINAL_Sep1_Damages- (дата звернення: 01.03.2023).
2. План відновлення у сферах молодіжної політики, фізичної культури і спорту, національно-патріотичного виховання. Національна рада з відновлення України від наслідків війни. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/youth-and-sport.pdf> (дата звернення: 01.03.2023).
3. Інтерактивна карта спортивних споруд, зруйнованих російськими окупантами. URL: <https://www.teamukraine.com.ua/> (дата звернення: 01.03.2023).

ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНА РЕАБІЛІТАЦІЯ У СФЕРІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ

Наталія Жарська

канд. наук з фіз. виховання і спорту, доцент

Віра Будзин

канд. наук з фіз. виховання і спорту, доцент

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського (Україна)

Вступ. Особливо актуальними питання щодо рівня здоров'я населення, його збереження і зміцнення стають в епоху глобальної соціальної, економічної та демографічної кризи [3,5]. Розвиток системи ефективної реабілітації з урахуванням сьогодишнього рівня суспільного здоров'я можна віднести до найбільш важливих завдань не тільки у сфері сучасної охорони здоров'я, але й у сфері фізичної культури і спорту. Дедалі більшої значущості в сучасному суспільстві України набуває відносно новий напрям у сфері фізичної культури і спорту – фізкультурно-спортивна реабілітація [3,4,5].

Мета дослідження: визначити контент фізкультурно-спортивної реабілітації у сфері фізичної культури і спорту.

Матеріали і методи дослідження: системний підхід, методи аналізу та синтезу, документальний метод, методи наукової індукції та дедукції.

Результати досліджень. Аналіз наукової, методичної та спеціальної літератури свідчить, що окремі аспекти підготовки майбутніх фахівців із фізичної реабілітації у закладах вищої освіти стали предметом наукових пошуків фахівців, зокрема В.В. Клапчука [2], Ю.О. Лянного, [3], Є.Н. Приступи, А.С. Вовканича [4,5] та ін. Зокрема, питаннями професійної підготовки фахівців із фізичної реабілітації зі спортсменами займалися О.В. Базильчук [1] та М.Я. Романишин [6]. Визначені положення вказують на значну зацікавленість науковців проблематикою становлення та розвитку реабілітації в Україні.

Частина науковців одностайні в думці, що реабілітація – це система державних, соціально-економічних, медичних, професійних, педагогічних, професійних та інших заходів для відновлення здоров'я, функціонального стану організму людини та її працездатності.

Як зазначає Ю.О. Лянной, за даними С.П. Євсєєва та Л.В. Шапкової, реабілітація спортсменів спрямована на відновлення функціональних систем організму спортсмена після тренувань, спортивних змагань, травм, захворювань

для досягнення найвищих спортивних результатів за допомогою застосування медикаментозних препаратів, фізичних вправ і природних чинників. В основі процесу спортивної реабілітації лежить необхідність відновлення й підвищення резервів різних функціональних систем організму спортсмена, які постійно випробовують на собі дію значних, а інколи межових фізичних навантажень. Спортсмен повинен повернутися до спорту таким, яким він був до отримання травми, і в найкоротший термін, зберігаючи можливість витримувати високі спортивні навантаження [3].

З урахуванням належності фізкультурно-спортивної реабілітації до сфери фізичної культури і спорту, що вивчає вплив фізичної культури і спорту на здоров'я, фізичний розвиток і фізичні можливості організму, а також на відновлення спортсменів після травм і захворювань, застосування занять фізичною культурою і спортом сприятимуть суттєвому зміцненню та підвищенню результативності відновлювання спортсменів після травм і захворювань.

Реалізацію цих завдань передбачено і Законами України «Про фізичну культуру і спорт» (№ 3808-ХІІ, 24.12.1993, зі змінами) та «Про реабілітацію осіб з інвалідністю в Україні» (№ 2961-ІV 06.10.2005, зі змінами) якими, зокрема, встановлено (ст. 1, ст.1, відповідно), що фізкультурно-спортивна реабілітація — система заходів, розроблених із застосуванням фізичних вправ для відновлення здоров'я особи та спрямованих на відновлення й компенсацію за допомогою занять фізичною культурою і спортом функціональних можливостей її організму для поліпшення фізичного і психологічного стану.

Важливо також зауважити, що до складу «ФСР-команди» для відновлення стану спортсмена необхідно, окрім фахівців сфери фізичної культури і спорту, залучати в разі потреби фахівців інших спеціальностей у консультативному режимі.

Висновки. Фізкультурно-спортивна реабілітація є актуальним об'єктом наукових досліджень. Одним із основних методичних положень фізкультурно-спортивної реабілітації повинен стати комплексний мультидисциплінарний підхід, який передбачає формування складу «ФСР-команди» для відновлення стану спортсмена з фахівців сфери фізичної культури і спорту та залучення фахівців інших спеціальностей в консультативному режимі.

Список використаних джерел

1. Базильчук О. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з фізичної терапії, ерготерапії до роботи з відновлення здоров'я спортсменів : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.04. Хмельницький : Держ. закл. «Хмельницький національний університет», 2019. 40 с.

2. Клапчук В. В. Фізична реабілітація в Україні: актуальні проблеми сьогодення. Актуальні проблеми фізичної реабілітації, спортивної медицини та адаптивного фізичного виховання. 2014. С. 113–115.
3. Лянной Ю. О. Професійна підготовка майбутніх магістрів з фізичної реабілітації у вищих навчальних закладах: теоретико-методичний аспект : монографія. Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 566 с.
4. Приступа Є. Н., Жарська Н. В., Бріскін Ю. А., Вовканич А. С. Фізкультурно-спортивна реабілітація у системі галузевих соціальних практик. Український журнал медицини, біології та спорту. 2022. Т. 7, № 4(38). С. 163-169.
5. Приступа Є. Н., Вовканич А. С. Роль і місце фахівця з фізичної реабілітації в системі охорони здоров'я населення. Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. 2011. С. 92-96.
6. Романишин М. Я. Професійна підготовка фахівців з фізичної реабілітації до роботи із спортсменами : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Житомир : Держ. закл. «Житомирський державний університет імені Івана Франка», 2009. 20 с.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОГРАМ ФІЗИЧНОГО ТРЕНУВАННЯ В САМОСТІЙНІЙ РОБОТІ СТУДЕНТІВ

Андрій Ільїн
асистент

*ДВНЗ «Національний лісотехнічний
університет України» (Україна)*

Постановка проблеми. Аналіз досліджень і публікацій. Пріоритет оздоровчої сформованості фізичної культури, закріплений у державно-правових та законодавчо-нормативних документах, вимагає застосування у фізичному вихованні студентської молоді технологій, які сприяють підвищенню рівня рухової активності, що можуть бути впроваджені у факультативні та самостійні форми занять фізичним вихованням студентів закладів вищої освіти (ЗВО). Зокрема, в наказі МОН України від 27.11.2008р. «Про затвердження заходів, спрямованих на реформування системи фізичного виховання учнів та студентської молоді у навчальних закладах України» наголошено на створенні умов «для забезпечення фізіологічної норми тижневої рухової активності в обсязі 8-12 год. на тиждень». Оздоровчі завдання вбачають у підвищенні функціональних можливостей організму через вплив фізичних вправ на розвиток фізичних якостей; сприянні гармонійному фізичному розвитку.

Існують дані, що людина віком 20-22 роки досягає свого фізичного розквіту і максимального виявлення анатоμο-фізіологічних функцій, тому зниження показника здорових студентів на V курсі вважають негативним чинником [4]. Автори, аналізуючи стан фізичного виховання студентів України, свідчать, що у більшості з них традиційно не формується потреба піклуватися про власне здоров'я (О.В. Вакуленко, Г.І. Власюк, Н.Н. Завидівська, В.В. Нестеренко та ін.). За даними літературних джерел, студенти ЗВО III-IV рівнів акредитації отримують оцінки «1» і «2» у 35,39% випадків [4].

Центром уваги викладача стають не результати в тестах фізичної підготовленості, а рівень сформованої мотивації, потреба в заняттях фізичними вправами після отримання заліку, на канікулах, після закінчення ЗВО. Україні необхідні системи, які б дали змогу не тільки вимірювати й оцінювати показники здоров'я, але і призначати, залежно від загального рівня, індивідуальні програми фізичного тренування. Особливо важливо підкреслити необхідність регулярних тренувань, тому що детренованість

вже проявляється через 2 тижня після призупинення занять (P. Astrand, K. Rodahl, 1970) [1].

Порівняльні дослідження ефекту тренувань у різному віці (16-18, 20-40, 50-60 років) встановили, що в результаті 4 тижневих занять у всіх вікових групах значно поліпшилися показники гемодинаміки і фізичної працездатності (H. Roskamm зі співав., 1966) [1].

Дозований біг і швидка ходьба є основою більшості тренувальних програм. Так, J. Faulkner (1968) відзначає, що після ходьби 20 км/день з однією швидкістю за ЧСС 120-130 уд./хв вже через 10 днів виявляється тренувальний ефект порівняно з контрольною групою [1].

Тренування витривалості викликає три головні ефекти: посилює аеробні можливості організму; підвищує ефективність та економічність діяльності організму за виконання будь-якої аеробної роботи; дає змогу швидко відновлювати сили [2]. Такі фізичні вправи, як ходьба, біг (3 год на тиждень), уже через 10-12 тижнів зумовлюють збільшення МПК на 10-15% [3, с.91].

Мета дослідження — виявити вплив запропонованого змісту самостійних занять на стан фізичного здоров'я студентів. У процесі дослідження застосовано такі методи: аналіз літературних джерел, педагогічний експеримент, математико-статистична обробка результатів.

Результати дослідження. До робочої програми з фізичного виховання був доданий блок індивідуальної роботи, метою якого стало розширення знань медико-біологічного характеру, підвищення відповідальності за станом здоров'я, мотивації до оздоровлення.

Було сформовано дві відносно однорідні групи: експериментальну й контрольну, до складу якої увійшли студентки I курсу спеціального відділення Національного лісотехнічного університету. Тижнева програма занять зі студентами експериментальної групи містила одне академічне і 2-3 самостійні заняття у вільний час по 30-40 хв кожне. Усього було проведено 30 занять у межах навчального розкладу і 70 у позанавчальний час. Контроль проводили через 6-8 тижнів педагогічного процесу.

Під час навчання студенткам запропоновано засвоїти блоки вправ для розвитку важливих фізичних якостей, які вони повинні були використовувати в позаурочний час. Рівень засвоєння теоретичних і практичних знань із вміння самостійно використовувати фізичні вправи контролювали в процесі обов'язкових навчальних занять.

Запропоновано дозовану програму ходьби в пульсовому режимі 120-130 уд./хв, яка починається з 1,5 км за 20 хв, з поступовим скороченням часу проходження цієї відстані і додаванням бігу підтюпцем (100 кроків ходьби чергуються зі 100 кроками бігу). Чергування відрізків ходьби і бігу відповідало інтенсивності 50-60% МСК, його використовували як підготовчий засіб

тренування. Інтенсивність навантаження на етапі тренування збільшується до 60-65% МСК, тривалість занять 30-40 хв, ЧСС 120-140 уд./хв. Також для вдосконалення силової підготовки використовували 1 раз/тиждень кругове тренування (вправи з гантелями, медболами, біля гімнастичної стінки).

Для виявлення ефективності виконання самостійних занять у позаурочний час проведено комплексне тестування фізичної підготовленості груп студенток, які займалися за індивідуальною програмою (експериментальною) та які проводили вільний час за власним розсудом (контрольною). У більшості параметрів фізичної підготовки, які були зафіксовані в експериментальній групі, спостерігалось значне поліпшення. Особливу увагу звертає поліпшення в експериментальній групі показників, які характеризують загальну (на 8,14%) та статичну витривалість (9,33%), а також показники силової витривалості м'язів черевного пресу (на 8,7%), силової витривалості м'язів нижніх кінцівок (на 13%). Згодом було зафіксовано, що студентки які займалися за додатковою програмою розвитку витривалості, краще склали нормативи з кроку, стрибків та інші.

Висновок. Для розвитку витривалості зацентовано на досягненні потрібної тривалості безперервного навантаження на нижній межі його впливової інтенсивності. Комплексна програма, крім зарядки, ходьби і бігу, містила гімнастичні вправи. Створення програм на розвиток витривалості вважають головною передумовою удосконалювання фізичного стану і зміцнення здоров'я. Програми з фізичного виховання спрямовані на те, щоб студенти зуміли узагальнити для себе цінності здорового способу життя і основні знання з дисципліни фізичне виховання.

Список використаних джерел

1. Амосов Н. М., Бендет Я. А. Фізична активність і серце. 2-е вид., перероб. і доп. Київ : Здоров'я, 1984. 232 с.
2. Спортивная физиология : учебник / за ред. Я. М. Коца. Москва : Физкультура и спорт, 1986. С. 70-104.
3. Теорія і методика фізичного виховання загальні основи теорії і методи фізичного виховання : підручник / за ред. Т. Ю. Круцевич. Київ : Олімпійська література, 2008. Т. 1. С. 226-246.
4. Марчак В., Письменний О., Макаренко Н. Динаміка стану здоров'я студентів протягом навчання в ВУЗі. Актуальні проблеми фізичного виховання студентів у умовах кредитно-модульної системи організації навчання : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. Дніпро, 2007. 172 с.

СИНДРОМ ДЕФІЦИТУ УВАГИ – ДИТЯЧА ХВОРОБА ЧИ ПРОБЛЕМА ТЕХНОГЕННОГО СУСПІЛЬСТВА?

Богдан Кіндзер

канд. наук з фіз. виховання та спорту

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Dariusz W. Skalski

*doktor habilitowany nauk pedagogicznych i
doktor nauk o kulturze fizycznej profesor*

*Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu im. Jędrzeja
Śniadeckiego w Gdańsku Wydział Kultury Fizycznej, Katedra
Sportu, Zakład Pływania i Ratownictwa Wodnego (Polska)*

*Lwowski Państwowy Uniwersytet Kultury Fizycznej
im. Iwana Boberskiego w Lwowie (Україна)*

Marek Graczyk

doktor nauk o kulturze fizycznej, profesor

*Lwowski Państwowy Uniwersytet Kultury Fizycznej
im. Iwana Boberskiego w Lwowie (Україна)*

Staropolska Akademia Nauk Stosowanych w Kielcach (Polska)

Олександр Хацяюк

заслужений тренер України, старший викладач

*Харківський національний університет
внутрішніх справ (Україна)*

У статті проаналізовано проблему, яка набирає обертів у всьому світі, не оминуло це і нас. Синдром дефіциту уваги та гіперактивності – розлад, найбільш типовими та ключовими ознаками якого є неухважність, гіперактивність та імпульсивність. Це давно відома проблема, яку намагаються розв'язати впродовж століття. Однак не треба плутати з синдромом дефіциту уваги (СДУ). У чому різниця між СДУ та синдромом дефіциту уваги і гіперактивності (СДУГ)?

Якщо відсутні імпульсивність та рухове збудження, тобто наявний гіперкінетичний компонент синдрому, то говорять про СДУ – синдром дефіциту уваги (без літери «Г»). Синдромом дефіциту уваги також часто називають «синдромом ротозеї чи ловіння гав». Наше дослідження доводить, що це не є проблема тільки дітей, а насамперед проблема техногенно розвинутого суспільства.

Вступ. У світі набирає обертів проблема, про яку нічого не говорять і яку називають «синдром дефіциту уваги». Тиха трагедія, яка відбувається з нашими дітьми і яку просто замовчують. Наша міжнародна група фахівців провела аналіз публікацій з цієї теми та опитування в колі своїх знайомих, друзів і співробітників. Висновки, які можна зробити, – це негайно розв'язувати проблему, поки ще не зовсім пізно.

Так, Вікторія Прудей (Victoria Prooday), яка є магістром з трудотерапії в Медичній школі при університеті Торонто (Канада), на основі свого великого досвіду роботи з дітьми та батьками, закликає батьків, що піклуються про майбутнє своїх дітей, звернути увагу на цю проблему.

Навіть, якщо ви в чомусь не погоджуєтесь з нашою точкою зору, будь ласка, візьміть до уваги і дотримуйтесь рекомендацій у вихованні дітей та внуків, які будуть подані в кінці цієї статті. Ми впевнені, що після того, коли ви побачите позитивні зміни в житті вашої дитини, то зрозумієте, чому ця проблема є такою важливою.

Результати досліджень. На жаль, саме зараз у наших домівках розгортається мовчазна і тиха трагедія, яка зачіпає найдорожче, що у нас є, – наших дітей. Значна більшість наших дітей перебуває в жахливому психоемоційному стані. Сучасне техногенне суспільство насатило наше життя комп'ютерами, смартфонами та іншими гаджетами, без яких годі уявити своє існування будь-якій сучасній людині. Так, з одного боку, значно розширилися людські можливості в будь-якій сфері діяльності і комунікацій, люди більше працюють, поліпшуючи свій добробут. Однак у цій шаленій гонитві за благополуччям сім'ї батьки поступово починають віддалятися від своїх дітей, це власне стає початком СДУ, який чомусь позиціонують як дитячу хворобу.

Сумна статистика сьогодення. За останні 15 років статистика психічних розладів у дітей жахає:

- кожна п'ята дитина має психічні розлади;
- поширеність синдрому дефіциту уваги зросла на 43%;
- поширеність підліткової депресії зросла на 37%;
- частота самогубств серед дітей 10-14 років зросла на 200% [3].

Приголомшлива статистика, чи не так? Зрозуміло, що знайдуться опоненти, які доведитимуть, що власне сучасні методи діагностики дають змогу виявити цю проблему.

Однак діти не народжуються такими, і школи не винні, хоча їм зазвичай краще мати справу зі спокійною сірою масою. Чи є вина суспільства, мабуть, так, але частково, тому, що суспільство має бути зацікавленим у молодому фізично і психічно здоровому поколінні, і для цього мають створюватись умови, щоб батьки могли більше часу приділяти дітям, не втрачаючи можливості поліпшити добробут своєї сім'ї.

Однак, як би боляче нам не було це визнавати, здебільшого саме батьки мають самі допомогти своїм дітям.

Основою здорового дитинства, якої позбавлені сучасні діти, є:

- емоційно доступні батьки. Погодьтеся, що переважно замість спілкування з дитиною чи розв'язанні її проблеми батьки залагоджують проблеми даючи своїй дитині смартфон, чи якийсь інший гаджета, щоб тільки не заважав. Це не допустимо, і наслідки не забаряться;
- дитина повинна мати чітко визначене коло обов'язків, які безпелеційно має виконувати без жодних нагадувань. Достатньо 12-15 пунктів на щодень;
- мають бути чітко окреслені межі дозволеного, а настанови аргументованими і переконливими. На жаль, у більшості західних держав тема всездозволеності дітям дуже поширена, і це з часом має серйозні наслідки; .
- має бути збалансоване харчування, мінімум фасфудів, а краще взагалі від них відмовитися і, звичайно, достатній повноцінний сон;
- активний рух і свіже повітря. Знайдіть у своєму графіку годинку для прогулянки і спілкування з вашою дитиною;
- творчі загальнорозвивальні ігри мають бути сімейним обов'язком для всіх членів родини, живе спілкування спілкування у вільному проведенні часу;
- фізична культура, спортивні секції, творчі заняття, спілкування з живою природою мають бути в житті вашої дитини.

На жаль, результати опитувань свідчать про протилежне.

Здоровий спосіб життя, фізична культура, спорт повинні бути важливими в житті вашої дитини.

Спорт і фізична активність допомагають дитині виплеснути енергію здоровим способом, поліпшити концентрацію та знизити тривогу. Намагайтеся, щоб упродовж дня в дитини було побільше фізичної активності. Знайдіть поблизу від дому дитячий майданчик або парк, де дитина змогла б безпечно бігати та забавлятися. Зрештою запишіть дитину в спортивну

секцію. Фізична активність і спорт допоможуть випустити зайве напруження та й відірвати дитину від користування гаджетом.

Висновки. Ми зобов'язані змінити своїх дітей, інакше отримаємо покоління на пігулках. Максимальна зайнятість дитини в суспільному житті, фізична активність і спорт допоможуть відірвати дитину від постійного користування гаджетами, повернути її з «віртуального життя» та уникнути такої небезпеки, як, синдром дефіциту уваги. Сумісна робота батьків та суспільства допоможуть уникнути трагедії майбутнього покоління.

Список використаних джерел

1. Barkley R. Taking charge of ADHD. The complete, authoritative guide for parents. New Yjrk: GuilfordPress, 2013. 363 p.
2. Barragan E., Breuer D., Dopfner M. Efcacy and Safety of Omega – 3/6 Fatty Fcids, Methylphenidate, and a Combined Treatment in Children With ADHD. Journal of Attention Disorders. 2017. № 21. P. 433–441.
3. Гончаренко Н. Історія виникнення поняття «Синдром дефіциту уваги з гіперактивністю» URL: <http://apssychology.org.ua/data/jm/v10/i26/18.pdf>
4. Про трикутник Карпмана. URL: <http://www.tutkatamka.com.ua/nathnennya/psihologiy>.

УПРАВЛІННЯ СПОРТИВНИМИ СПОРУДАМИ

Ірина Оленич

канд.геогр.наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Важливе місце у системі забезпечення розвитку фізичної культури і спорту займають спортивні споруди. Загальна кількість спортивних споруд в Україні у 2022 році становила 96678 одиниць. Мережа сучасних спортивних споруд велика і різноманітна – від простеньких ігрових майданчиків, які є масовими, до великих, дуже дорогих і водночас нечисленних – палаців спорту, критих і відкритих стадіонів, манежів, льодових палаців тощо. Спортивні споруди відрізняються за розмірами та формою власності. Зазвичай це об'єкти комунальної власності, спортивних товариств, спортивних шкіл, різних відомств та державних підприємств. Більшість спортивних споруд не відповідають міжнародним стандартам проведення змагань, відсутній механізм взаємодії з національними спортивними федераціями щодо планування та створення об'єктів спорту. Через це в Україні проводять незначну кількість рейтингових міжнародних спортивних змагань. Заклади державної та комунальної власності використовують застарілу матеріально-технічну базу, здебільшого рівень сервісу з надання спортивних послуг не відповідає сучасним вимогам. Оновлення спортивної інфраструктури було розпочато лише декілька років тому та зупинилося у зв'язку зі збройною агресією Росії.

Сучасна спортивна споруда в умовах розвитку ринкової економіки є також місцем для професійної підготовки менеджерів, які здійснюватимуть на професійній основі управління спортивними спорудами, створюючи умови для цілеспрямованого, динамічного та пропорційного розвитку спортивного об'єкта завдяки розробленню різних планів і мотиваційної діяльності зі створення системи стимулів, які активізують персонал організації ефективно працювати відповідно до розроблених планів. Сьогодні переважну кількість посад менеджерів обіймають фахівці з фізичного виховання та спорту, які не мають спеціальної менеджерської підготовки. У такій ситуації загальний рівень управління спортивними спорудами не може задовольняти потреб його розвитку відповідно до світових стандартів.

У теперішній час фахівці мають два основні погляди на тлумачення термінів «управління» і «менеджмент»: одні використовують ці поняття як ідентичні взаємозамінні, як синоніми; інші дотримуються думки про те,

що термін «управління» вживають для назви багатоаспектної діяльності, яка є ширшою порівняно із діяльністю під назвою «менеджмент». Перші наукові підходи до розв'язання питань управління пов'язують із Фредеріком Тейлором, який у своїй роботі «Принципи наукового управління» (1911 р.) заклав основи наукового підходу до вивчення та організації праці, до управління діяльністю організацій. Управління спортивними спорудами охоплює ширший спектр напрямків діяльності ніж менеджмент, включаючи планування та дизайн споруди, планування території, управління проектом, управління капіталом, управління будівництвом та маркетингом споруди, її експлуатації.

Основні функції управлінської діяльності спортивної споруди:

- організація, діяльність щодо поєднання керівництвом персоналом і управлінням самим об'єктом; створення нових та (або) якісного вдосконалення раніше створених і систем будь-якого типу, які функціонують у відповідно до мінливих внутрішніх та зовнішніх умов;
- планування, діяльність щодо створення умов для цілеспрямованого, динамічного та пропорційного розвитку об'єкта за допомогою розроблення різних планів. Для ефективного використання спортивних споруд необхідно розробляти та реалізовувати стратегічні, тактичні та оперативні плани. Стратегічні стосуються топ - менеджерів і спрямовані на широкі аспекти: завоювання ринку, отримання високої дохідності об'єкту. Тактичні - менеджерами середньої ланки, і спрямовані на досягнення стратегічної мети. Оперативні - лінійними менеджерами і є короткотерміновими, їх досить часто називають ще завданнями. Залежно від часових рамок розрізняють короткотермінове (менше ніж на рік) та довготермінове планування (декілька років);
- мотивація, діяльність щодо створення системи стимулів, які активізують персонал ефективно працювати відповідно до розроблених планів;
- контроль, діяльність, яка містить спостереження за плином процесів в об'єктах менеджменту, порівняння розмірів параметрів, які контролюються, із заданою програмою, виявлення відхилень від програми, їх місця, часу, причини та характеру;
- координація (фінансування, підготовка кадрів), діяльність щодо забезпеченню неперервності процесу менеджменту, досягнення узгодженості в роботі організацій, підрозділів і окремих виконавців за допомогою встановлення раціональних зв'язків між ними.

Список використаних джерел

1. Гонтарук О. М. Система підготовки менеджерів з фізичної культури і спорту в ринкових умовах. Фізична культура, спорт та здоров'я нації : зб. наук. пр. Вінниця, 2016. С. 592–600.
2. Жданова О. М., Чеховська Л. Я. Управління сферою фізичного виховання і спорту : навч. посіб. Дрогобич : Коло, 2009. 224 с.
3. Корольова М., Стадник С., Бондар А., Петренко І. Сучасний спортивний менеджер як об'єкт наукового аналізу. Слобожанський науково-спортивний вісник. 2019. № 6К. С. 34–38.
4. Криштанович С. В. Формування у майбутніх менеджерів фізичної культури і спорту готовності до професійної діяльності. Молодий вчений. 2017. № 3. С. 414–417.
5. Стратегія розвитку фізичної культури і спорту до 2028 року. URL: <https://mizhiria-osvita.gov.ua/uploads/1-1.pdf> (дата звернення: 01.03.2023).

УДК 378:005.336.2:796.075

ТЪЮТОРСЬКИЙ СУПРОВІД У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ

Ніна Петруха

канд.екон.наук, доцент

*Київський національний університет
будівництва і архітектури (Україна)*

Сьогодні тьюторство стало освітнім трендом. Але досить часто в національному освітньому середовищі це поняття трактують як колективну координацію – «тьютор класу» чи тьютор, який працює з колективом. Така ідея «колективного впровадження» є хибною, адже тьюторство – це суто індивідуальна освітня практика. Вона зародилася ще у XII столітті в перших європейських університетах, де науковий ступінь можна було здобути, прослухавши певну кількість предметів і курсів.

У такому просторі надлишкових освітніх пропозицій зробити правильний вибір допомагали старші колеги. Зазвичай це були «вічні студенти», які не отримували місце викладачів при університетах, але хотіли й далі навчатися і були на утриманні, що надавали студентські колегиї. Вони і ставали тьюторами для новоприбулих, опікувалися їхнім студентським життям і, зокрема, допомагали зрозуміти покликання кожного, відповідно до цього обрати предмети та відповідати за свій вибір.

Поступово тьюторська освітня траєкторія стала провідною, і на сьогодні левову частку свого часу студенти університетів приділяють зустрічам зі своїм персональним тьютором.

Відзначимо, що реалії сьогодення, які провідним інструментом навчання в закладах вищої освіти зробили саме технології дистанційного навчання із поєднанням специфіки фізкультурно-спортивного, коли студенти-спортсмени мають синергіювати навчальну та спортивну діяльність, мають забезпечити студентіві-спортсменіві рівний доступ до отримання теоретичного багажу знань і можливість збагатити свої освітні компетентності. Але їм притаманні й інші, порівняно зі звичайними студентами, психофізіологічні особливості – досвід виступу на великих змаганнях і тому більш глибоке розуміння сутності спорту, інша мотивація, яка не спрямована на отримання глибоких знань під час навчання в закладах освіти. Тож завдання викладачів, тьюторів – посилити мотивацію кожного студента до отримання того обсягу знань і формування тих компетенцій, які встановлені освітнім стандартом [1]. Спортсмени, що мають високі спортивні досягнення і

більшу частину часу перебувають на навчально-тренувальних зборах або на змаганнях, змушені в зв'язку з цим переходити на індивідуальний графік навчання, тож для них повинні бути створені додаткові умови, продиктовані специфікою навчання. Акмеологічні особливості навчання такої цільової групи спричиняють розроблення і впровадження нових форм навчання, орієнтованих на самоосвіту, що проводиться під керівництвом викладача. Дистанційний навчальний процес надає певну свободу (вибір місця, часу та форми навчання) студентам-спортсменам для створення умов здійснення власної навчальної діяльності. Викладач-тьютор – педагог в освітній галузі, здійснює соціально-педагогічний супровід студентів, зокрема за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій; педагог який забезпечує єдність навчального, соціального та професійного середовищ, що утворюють єдиний освітній простір; викладач-асистент, до функцій якого входить проведення практичних видів занять (тьюторіали). Зауважимо, що тьюторський супровід має здійснюватися не лише на організаційному і технічному рівні, а й на професійному. Тож важливим чинником у взаємодії тьютора зі студентами фізкультурно-спортивних спеціальностей стає його знання спортивно-педагогічних дисциплін. Таким чином, проаналізувавши основні функції тьютора в дистанційному навчанні, визначено групи компетенцій, необхідних для його ефективної діяльності для здійснення багаторівневого супроводу студентів в умовах дистанційного навчання: підвищення якості викладання своїх курсів або дисциплін за рахунок упровадження в навчальний процес нових педагогічних технологій з урахуванням особливостей спілкування зі студентами на відстані; готовність до усунення психолого-педагогічних ускладнень, пов'язаних із відсутністю контакту зі студентами на рівні вимог особистісно-орієнтованого навчання [2].

Наразі система дистанційного навчання в закладах вищої освіти загалом і фізкультурно-спортивного спрямування зокрема активно формується, тому робота тьютора в цій сфері переважно має інноваційний характер, а результати аналізу основних функцій і компетенцій, необхідних тьюторові, в згодом можуть бути використані для розроблення певних новітніх технологій та засобів подання матеріалу студентам на когнітивному рівні.

Список використаних джерел

1. Криштанович С. В. Формування професійної компетентності майбутніх менеджерів фізичної культури і спорту: теорія та методика : монографія. Дрогобич : Трек-ЛТД, 2020. 462 с.
2. Чухланцева Н. В. Застосування інформаційних технологій в галузі фізичної культури і спорту. Спортивна наука України. 2016. № 3.(73).

C. 21–25. URL: <http://sportsscience.ldufk.edu.ua/index.php/snu/article/view/423/407>.

ВПЛИВ ZUMBA KIDS НА ФІЗИЧНУ ПІДГОТОВЛЕНІСТЬ ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ

Ольга Римар,

канд. наук з фіз.виховання та спорту, доцент

Олена Ханікянц

канд. наук з фіз.виховання та спорту, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Актуальність. В умовах реформування системи освіти в Україні постає необхідність якісної зміни і фізкультурної освіти зокрема, починаючи з молодшого шкільного віку, адже саме тоді закладаються основи здоров'я, всебічної фізичної підготовленості та гармонійного фізичного розвитку. Одним із можливих шляхів удосконалення фізичного виховання молодших школярів може бути розроблення та застосування інноваційних технологій, а саме впровадження різних напрямів фітнесу в систему шкільної фізкультурної освіти, що сприятиме оновленню занять із фізичної культури молодших школярів.

Автори (Перез, Робинстон, Херлонг, 2011; Domene, Moir, Pummell, Easton, 2016; Чупрун, 2018) виокремили новітній фітнес-напрямок, створений на основі популярних латино-американських танцювальних стилів та адаптований до особливостей розвитку дітей віком 4-12 років – Zumba kids.

Заняття Zumba kids суттєво відрізняються від занять із дорослими людьми за інтенсивністю, обсягом навантаження, добором танцювальних елементів та ритмом музики [1, 3]. Зміст програми Zumba kids містить основи хореографії та власне танцю, без складних зв'язок і занадто різких рухів. Однак аналіз літературних джерел засвідчує, що українські науковці запровадження Zumba kids у навчально-виховний процес із фізичного виховання молодших школярів належними чином не досліджували [2].

Мета – підвищити рівень фізичної підготовленості дітей молодшого шкільного віку засобами Zumba kids.

Методи дослідження: теоретичний аналіз і узагальнення літературних джерел; педагогічні спостереження (складання контрольних нормативів); педагогічний експеримент; методи математичної статистики. Загалом у дослідницько-експериментальній роботі взяло участь 54 дитини, з них 26 хлопців і 28 дівчат. Паспортний вік усіх дітей становив дев'ять років.

Результати дослідження. Заняття Zumba kids є спрощеною формою занять класичної зумби, характеризуються меншою інтенсивністю та обсягом навантаження, містять різноманітні хореографічні і танцювальні вправи, пристосовані до особливостей дитячого організму. Програму поділено на два етапи: підготовчий та основний. Кожне заняття мало три частини: підготовча частина уроку передбачала використання танцювальних рухів під музичний супровід, щоб підготувати організм до основної частини заняття; основна частина заняття містила два блоки: навчання нових танцювальних елементів і танцювальної частини, який складалася із трьох фітнес-танців; заключна частина передбачала стретчинг, вправи на відновлення дихання та розслаблення м'язів.

Порівняльний аналіз динаміки фізичної підготовленості учнів ЕГ і КГ, дав змогу визначити високий рівень статистичної вірогідності поліпшення результатів $p < 0,05$. Найбільший приріст результатів відбувся в дітей дев'яти років у розвитку швидкості, що характеризується тестовою вправою – «Біг 30 м» та спритності – «Човниковий біг 4х9м». Так, у тестовій вправі «Біг 30 м» у КГ показник збільшився від 6,51с до 6,34 с, однак в ЕГ спостерігається більш вагоме підвищення результату, зокрема від 6,48 с до 5,61 с. У тестовій вправі «Човниковий біг 4х9м» у КГ показник збільшився від 12,13 с до 11,94 с, а в ЕГ від 12,18 с. до 10,63 с. Таке поліпшення результатів у дітей ЕГ спричинене уведенням до заняття великої кількості танцювальних вправ.

Збільшення результатів відбулося також і у тестовій вправі «Піднімання тулуба». Так, у КГ показник зріс з 13,6 раза до 16,0 раза, натомість в ЕГ спостерігаємо більш вагоме зростання результату, зокрема від 13,7 раза до 25,4 раза. Суттєво зріс показник в ЕГ і в тестовій вправі «Нахил тулуба вперед», так поліпшення відбулося від 7,9 см до 14,1 см. Поліпшення цих показників зумовило уведенням у заключну частину уроку стретчингу, а також вправ на розслаблення м'язів. Натомість у КГ таких суттєвих зрушень не відбулося.

Значний приріст результатів отримали учні КГ і ЕГ у розвитку м'язів тулуба, що характеризувалося тестовою вправою – «Піднімання тулуба з вихідного положення лежачи». Цей факт зумовлений, на наш погляд, тим, що такі вправи входять до шкільної програми з фізичного виховання як обов'язкові завдання і вчителі приділяють їм належну увагу на уроках фізичної культури. У тестовій вправі «Стрибок у довжину з місця» спостерігається така ж тенденція на користь ЕГ.

Висновки. Проведення педагогічного експерименту з упровадження у практику авторської програми із застосуванням Zumba kids дало змогу зробити висновки про її переваги над традиційною.

Список використаних джерел

1. Чупрун Н. Ф. Обґрунтування доцільності використання zumba у фізичному вихованні студентської молоді в умовах факультативних занять. Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Зб. наук. пр. Чернігів, 2018. Вип. 154(1). С. 193–196.
2. Перез Б., Робинстон П., Херлонг К. Руководство для инструкторов по фитнес-программе «Зумба». Флорида, 2011. 123 с.
3. Domene P. A., Moir H. J., Pummell E., Easton C. Salsa dance and Zumba fitness: Acute responses during community-based classes. *Journal of Sport and Health Science*. 2016. Vol. 5(2). P. 190-196. <https://doi.org/10.1016/j.jshs.2015.04.004>.

УДК 330.16:338.46-052

ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

Ольга Стасюк

канд. наук з фіз. виховання та спорту, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Споживчий ринок – це окремі особи та домашні господарства, які купують послуги й користуються ними для особистого або сімейного споживання [2, 4].

Неможливо проаналізувати поведінку всіх покупців споживчого ринку окремо. Успіх діяльності реабілітаційного закладу, який працює на споживчому ринку, залежить від того, наскільки вдало та надійно він знайде своє коло покупців, свій сегмент ринку. Тож у діловому світі витрачають багато коштів і часу на дослідження споживача на ринку, щоб побудувати певну модель поведінки покупців. Ці моделі мають містити зовнішні збудники; процеси сприйняття інформації; процеси ухвалення рішень про купівлю.

Основне питання маркетингу: як реагують покупці на різні маркетингові прийоми установи? Установа, яка дійсно розуміє реакцію споживачів на різні властивості товару, його ціну, рекламу, отримує значні переваги перед конкурентами.

Завдання маркетингу полягає у вивченні впливу чинників на вузькі сегменти ринку й створення найтиповішої картини такого впливу [1, 3]. На поведінку споживача впливають психологічні, особистісні, соціокультурні чинники, чинники ситуаційного впливу, а також комплекс маркетингу реабілітаційної установи (табл.1).

Психологічні чинники враховують те, що людина – не машина, і від неї неможливо чекати однозначного реагування. Тож треба враховувати її мотивацію, сприйняття, засвоєння інформації, вироблення певних переконань та ставлення до покупки.

Поведінку споживача під час купівлі послуги переважно визначають і чинники соціокультурного впливу. Зокрема, суттєвий вплив мають референтні групи. Референтні групи – це групи людей, які безпосередньо або опосередковано впливають на поведінку споживача (членські або первинні колективи, сім'я).

Таблиця 1

Чинники, що впливають на поведінку споживача

Чинники	Характеристика
Психологічні	Мотивація Сприйняття, засвоєння Переконання Ставлення
Особистісні	Вік, стать, сімейний статус, етап життєвого циклу сім'ї Професія, освіта, рівень доходів Тип особистості, стиль життя
Соціокультурні	Референтні групи Сім'я Соціальна роль і статус Культура й субкультура, суспільний клас
Вплив комплексу маркетингу	Товарна маркетингова політика Цінова політика Збутова політика Комунікаційна політика
Чинники ситуаційного впливу	Зміни в макросередовищі Зміни обставин у покупця Атмосфера в реабілітаційному центрі, дії інших споживачів

До чинників-збудників, які визначають поведінку споживача, належать і чинники ситуаційного впливу:

- зміни в макросередовищі, зокрема економічна ситуація в країні, рівень науково-технічного прогресу, зміна форми власності;
- зміни обставин у споживача, зокрема зміни його фінансового стану, зміни в ціні конкретної послуги, виникнення необхідності іншої покупки, зміни настрою споживача;
- атмосфера в реабілітаційному закладі, дії інших споживачів, які можуть і стимулювати акт купівлі, і протидіяти його здійсненню.

Загалом чинники, які впливають на купівельну поведінку клієнта, можна поділити на дві групи: контрольовані та неконтрольовані з боку реабілітаційного закладу. Психологічні, особистісні, соціокультурні чинники та

чинники ситуаційного впливу не підлягають контролю з боку установи. Їх треба постійно досліджувати та враховувати в маркетинговій програмі реабілітаційного центру.

Список вик ористаних джерел

1. Ілляненко С. М., Баскакова М. Ю. Маркетингові дослідження : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 192 с.
2. Крамаренко В. Т. Маркетинг. Київ : ЦУЛ, 2003. 257 с.
3. Липчук В. В., Дудяк Р. П. Маркетинг: теорія, методика, практика : навч. посіб. Львів : Українські технології, 2001. 260 с.
4. Основи сучасного маркетингу : навч. посіб. / В. І. Франчук, І. Ю. Копелев, Є. М. Палига [та ін.]. Львів : Тріада плюс, 2006. 144 с.

ГОСПОДАРСЬКІ ВІДНОСИНИ У СПОРТИВНІЙ ГАЛУЗІ

Ірина Стахів

канд.екон.наук, доцент

*Львівського державного університету фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Мікроекономіка спортивно-оздоровчої сфери концентрує аналіз на економічній поведінці окремих суб'єктів у сфері фізичної культури і спорту, досліджує функціонування відокремлених структурних одиниць (окремих індивідів, а також спортивних організацій усіх видів та організаційно-правових форм).

Економіка спортивно-оздоровчої сфери трактує господарські відносини у спортивній галузі та спортивній індустрії на двох рівнях:

- по-перше, на загальнодержавному та міжнародному (макрорівні);
- по-друге, на рівні окремих спортивних й оздоровчих організацій, клубів, федерацій та інших об'єднань із різними формами власності та джерелами фінансування (мікрорівні).

Таким чином, макроекономіка спортивно-оздоровчої сфери оперує сукупними показниками (наприклад, рівнями фінансування та доходів спортивних організацій і установ країни або країн світу, загальною кількістю спортсменів, тренерів, фітнес-клубів, спортивних споруд тощо), виявляє тенденції розвитку фізичної культури і спорту, виробляє заходи з державного регулювання економічних відносин у спортивній сфері.

Економіка спортивно-оздоровчої сфери покликана розв'язувати такі завдання:

- нагромаджувати і систематизувати економічні знання в галузі фізичної культури та спорту;
- генерувати нові знання й дослідження у сфері економіки фізичної активності та оздоровлення суспільства;
- виявляти і формулювати економічні проблеми, що виникають у процесі розвитку господарських відносин у сфері фізичної культури і спорту, а також вказувати способи їх розв'язання;
- визначати тенденції розвитку економічних процесів в українському та закордонному спорті, прогнозувати їх напрямки і динаміку;
- надавати практичні рекомендації щодо підвищення ефективності господарських відносин.

Дослідження теоретичних і практичних аспектів економіки спортивно-оздоровчої сфери проводять за допомогою спеціальних методів наукового пізнання, які часто органічно поєднуються і в деяких випадках доповнюють один одного.

Слід зазначити, що економічні відносини в спортивно-оздоровчій сфері перебувають у постійному розвитку і мають складні взаємозв'язки. Зокрема, систему економічного аналізу будують на дедуктивному методі, тобто на базі загальних принципів обґрунтовують приватні господарські процеси.

В економіці спортивно-оздоровчої сфери також широко застосовують методи аналізу та синтезу, коли цілісну економічну систему піддають процедурі розбиття на складові частини – окремо функціонуючі ринки для виявлення їх структури, будови, а також властивостей і ознак. Конкретно це виражається в аналізі економіки фізичної культури і спорту як складової частини ринкової економіки загалом, а система заходів із державного регулювання спортивно-оздоровчих відносин взаємопов'язана із загальною концепцією державного регулювання господарських процесів в країні і є її невід'ємною частиною.

Отже, економіка спортивно-оздоровчої сфери – це раціональне управління господарством, яке пропонує методи розв'язання теоретичних і практичних завдань, що виникають між суб'єктами спортивно-оздоровчих відносин, пов'язаних із використанням матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів на рівні окремих спортивно-оздоровчих організацій і суспільства загалом для прогнозування економічних процесів та їх регулювання.

Список використаних джерел

Стахів І. М. Регулювання ринку спортивно-оздоровчих послуг в Україні : монографія. Львів : УП, 2017. 200 с.

ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ТРЕНУВАННЯ НА ЗАНЯТТЯХ ІЗ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Любов Чеховська

д. наук з фіз. виховання та спорту, професор

Ольга Жданова

канд. пед. наук, професор

Уляна Шевців

канд. наук з фіз. виховання та спорту, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Постановка проблеми. Фізичне виховання відіграє важливу роль у розвитку й становленні людини як особистості. Займаючись фізичними вправами, здобувачі освіти вдосконалюють не лише своє тіло, а й забезпечують високу моторну щільність, піднесений емоційний стан, розвиваються гармонійно та естетично.

Сьогодні ведуться активні пошуки шляхів збільшення мотивації здобувачів освіти до занять фізичними вправами, які є профілактикою багатьох захворювань і гарантом гармонійного фізичного розвитку. На нашу думку, цікавим та ефективним засобом може бути використання функціонального тренінгу. На сьогодні серед багатьох видів рухової активності цей різновид фітнесу займає одне з передових місць.

Функціональний тренінг належить до змішаного типу тренувань. Особливість функціонального тренінгу полягає у глибокому тренуванні м'язів стабілізаторів, а також маленьких м'язів та зв'язок, які в повсякденному житті та протягом силових тренувань на тренажерах мало опрацьовують.

Під час тренування виконують вправи з вагою власного тіла, що максимально мінімізує ризик травмування. Загалом до роботи залучають 2/3 м'язової системи людини. Однією з найважливіших особливостей цього виду рухової активності є відсутність зайвого напруження в суглобах і хребті, тому цей вид тренувань дуже широко використовують у фізичній терапії. Функціональні тренування сприяють розвиткові таких рухових якостей: витривалості, гнучкості, швидкості, координації та балансу.

Функціональний тренінг як ефективний засіб фізичної підготовки неодноразово ставав предметом дослідження багатьох науковців. Зокрема, розроблено методику побудови фітнес-програм функціонального тренування

з жінками першого зрілого віку [5]. Вивчали роль функціонального тренінгу в процесі самостійних занять у старшій школі [4] та його вплив на рівень їхньої фізичної підготовленості [3, 6].

Мета дослідження – теоретично обґрунтувати та експериментально перевірити ефективність впливу функціонального тренування на розвиток силових здібностей студентів.

Завдання дослідження:

Розкрити особливість побудови комплексу функціональних вправ та можливості їх використання зі здобувачами освіти.

Розробити комплекс вправ функціонального тренування, спрямований на розвиток силових здібностей здобувачів освіти.

Експериментально перевірити ефективність використання розробленого комплексу функціонального тренування.

Для розв'язання завдань використовували такі методи дослідження: аналіз наукової та спеціально - методичної літератури; педагогічний експеримент; тестування силових здібностей за допомогою тестів, методи математичної статистики. Дослідження проведено на базі спортивного комплексу ЛНМУ імені Данила Галицького. У дослідженні взяли участь 15 здобувачів освіти. Усього було проведено 16 занять.

Результати дослідження виявили, що впровадження функціонального тренування сприяло значному приросту показників рівня силових здібностей здобувачів освіти (табл.1).

Висновок. Отже результати експерименту свідчать про позитивний вплив занять функціонального тренування. Доведено ефективність використання вправ функціонального тренування для розвитку силових здібностей здобувачів освіти.

Таблиця 1

**Показники рівня розвитку силових здібностей студентів (n=15)
до і після педагогічного експерименту**

Показники рівня розвитку силових якостей	До експерименту	Після експерименту	P
Згинання розгинання рук у висі, к-сть разів	8,67 ± 0,84	11,35 ± 0,8	p<0,05
Згинання і розгинання рук в упорі лежачи, к-сть разів	8,27 ± 0,70	10,8 ± 0,83	p<0,05
Піднімання ніг до перекладини, к-сть разів	7,4 ± 0,64	9,5 ± 0,61	p<0,05
Піднімання в сід із положення лежачи на спині за 30с, к-сть разів	19,4 ± 0,82	22,8 ± 0,7	p<0,002
Утримання кута у висі на гімнастичній стінці, с	12,5 ± 0,81	16,5 ± 0,72	p<0,05

Список використаних джерел

1. Беляк Ю., Опришко Н. Функціональне тренування – засіб підвищення рівня рухової підготовленості людини. Слобожанський науково-спортивний вісник. 2009. № 3. С. 58–61.
2. Гаева С. О., Гаевий В. Ю. Рябіна С. А. Роль функціонального тренінгу в процесі самостійних занять студентів ЗВО. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Зб. наук. пр. Київ, 2019. Вип. 5(113). С. 23-26.
3. Лойко Т. (2012). Функціональний тренінг у процесі занять фізичною культурою учнів старших класів. Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві : збірник наукових праць. 4 (20), 299-301.
4. Шевців У. Вплив оздоровчих занять TRX на фізичну працездатність жінок / У. Шевців, Ф. Загура, Ш. Ковач // Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : матеріали XIII Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар участю (7-8 жовтня 2022 року, м.Львів). – Львів., 2022. – С. 163-171.

-
5. Эдвард Т. Хоули & Дон Френке (2000). Оздоровительный фитнес: [учебное пособие]. – К.: Олимпийская литература, 2000. – 355 с

СЕКЦІЯ 5

**Сучасні тенденції та стратегії
розвитку туристичної галузі**

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Людмила Безтелесна
д.екоп.наук, професор

*Національний університет водного господарства
та природокористування (Україна)*

Володимир Діковицький
магістр

«Нобельський національний природний парк» (Україна)

Загальновідомо, що функціонування рекреаційного туризму в суспільстві приносить йому безліч соціальних і економічних переваг [1, С. 65]. Проте розвиток його є компліментарною послугою до природних парків в Україні, які функціонують. Власне, добре вибудований менеджмент у них є передумовою до розвитку рекреаційного туризму на їх території.

Нобельський національний природний парк створений відповідно до Указу Президента України від 11 квітня 2019 року №131 є територією природно-заповідного фонду державного значення, а його діяльність здійснюється згідно з Положенням, яке затверджено Наказом Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів від 31.08.2020 №94.

Нобельський національний природний парк – один із небагатьох куточків України, де збереглися природні екосистеми, які не зазнали відчутного втручання людини. Тут зростає 26 видів рідкісних рослин, серед них астрагал піщаний і плаун колючий. Трапляються навіть «хижі» рослини, як-от альдрованда пухирчаста та росичка середня. Парк є затишним домом і для рідкісних тварин. Тут можна побачити лелеку чорного, орлана-білохвоста, тхора лісового і навіть рідкісну рись. На територію парку є 1 туристична стежка, 1 екоосвітня стежка, загальна протяжність маршрутів 3,5 км, 5 річок, 12 озер, 25 історичних пам'яток [2].

Менеджментом підприємства укладено перелік 10 найкращих проектів, які могли б бути реалізовані впродовж 2022–2024 рр. (табл. 1).

Звісно, що реалізація запланованих проектів з причин відсутності фінансових ресурсів та наявних викликів відкладається на після воєнний період.

Проте й нинішня організація поточної діяльності парку має безліч викликів, що не сприяє розвитку рекреаційного туризму.

Таблиця 1

Проекти Нобельського національного природного парку

№	Назва проекту	Вартість, млн грн.
1	Будівництво еко освітнього візит-центру	100
2	Відновлення водних екосистем річок	
3	Формування матеріально-технічної служби охорони парку	35
4	Будівництво історично-природного музею в с. Нобель	20
5	Спорудження рекреаційних пунктів біля озер Засвітське, Задовже в Острівську, в районі трьох озер, на узбережжі р.Стохід, біля військових бетонних фортифікаційних споруд	14
6	Екостежка «Берегом озера Нобель» з оглядовим майданчиком та спостережною вежею	10
7	2-денний водний туристичний маршрут	10
8	Облаштування об'єкта історико-культурної спадщини – німецького кладовища часів Першої світової війни	4
9	Мережа екологічних стежок і туристичних маршрутів	2
10	Збереження та відновлення популяції глухарів	1
	Разом	236

Перший виклик, з яким стикається адміністрація, – це кадровий. Загальна кількість працівників парку становить 131 особу. Але штатний розпис, і дотепер не укомплектований, становить 70%, і це зумовлено об'єктивними причинами. Так, наприклад, у відділі транспортного обслуговування є вакансія тракториста 5-го розряду, але вона не заповнена через відсутність трактора у підприємства. Окрім того, велика кількість наукових вакансій є також вільною через низьку мотивацію праці та віддаленість робочого місця від проживання потенційного працівника, неможливість працювати в режимі он-лайн. Адже робота наукового працівника парку вимагає проведення польових досліджень. Окрім того, багато працівників, що працюють на посадах не мають відповідної освіти. Саме 7 працівників здобувають

вищу освіту з охорони природного навколишнього середовища, а за умов атестації зможуть підтвердити свою професійну відповідність.

Дефіцит фінансових ресурсів парку є суттєвою перешкодою у формуванні пропозиції послуг рекреаційного туризму. Пропонуємо для стимулювання розвитку рекреаційного туризму налагодити співпрацю між громадою і парком та реалізувати засоби комунікаційно-партнерського маркетингу (рис.1).



Рис.1. Механізм взаємодії громади і адміністрації парку у процесі виробництва послуг рекреаційного туризму

Пропонуємо розробити місцеву бюджетну програму стимулювання розвитку рекреаційного туризму в громаді, залучивши для її реалізації 75000 грн, яка передбачатиме проведення екскурсій територією парку.

Інший суттєвий виклик, що гальмує потік потенційних туристів до парку, це транспортна інфраструктура. Транспортне сполучення між Сарнами і Зарічним перебуває в жалюгідному стані, що є неабиякою перешкодою для розвитку як Нобельського національного природного парку, так і рекреаційного туризму в регіоні.

Отож, зважаючи на існування таких умов, майбутній розвиток рекреаційного туризму в Україні вимагає розв'язання цілої низки проблем, зокрема фінансових, освітніх, транспортних і маркетингових.

Список використаних джерел

1. Погребняк Л., Дудяк Р., Бугіль С. Вплив пандемії COVID-19 на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні. [Електронний ресурс]/ Режим доступу https://web.archive.org/web/20210716154824id_/

http://agrarianeconomy.kl.com.ua/agrarianeconomy/images/docs/ae_2020_13_3-4/AE-13_3-4_8.pdf

2. Нобельський національний природний парк [Електронний ресурс]/ Режим доступу <https://wownature.in.ua/parky-i-zapovidnyky/nobelskyy-natsionalnyy-pryrodnyy-park/>.

УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПРОЄКТАМИ ЯК НАПРЯМ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗИ

Оксана Богославець
канд.екон.наук, доцент

Вікторія Михайлуца
студентка

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана (Україна)*

Від початку повномасштабного вторгнення в Україну український туризм скоротив свою діяльність. У результаті галузь повернулася до збитковості та не змогла досягти показників 2019 року, наразі вона працює приблизно на 30% своїх можливостей. Та все ж сфера туризму, попри важкі обставини продовжує боротися зі складнощами, орієнтуючись на внутрішній туризм, переважно в західноукраїнському напрямку.

Країни, які опинялись в таких кризових ситуаціях та зазнавали руйнувань економіки, уже під час війни розробляли стратегії відбудови її важливих секторів. Так, одним із прикладів успішного повоєнного відновлення сфери туризму для України є досвід Ізраїлю. Країна десятиліттями перебуває у воєнному стані. Для Ізраїлю туризм це одна з важливих складників бюджету країни, і наразі її туристичний бізнес здається повністю пристосувався до постійного військового конфлікту. Про це засвідчує незначне скорочення рівня заповнюваності готельних підприємств країни, крім того впродовж воєнного часу відкрилися глобальні готельні мережі Waldorf Astoria і Ritz Carlton [1]. Головними рисами адаптації бізнесу до умов постійного військового конфлікту стали високий ступінь безпеки туристів, орієнтація готельного бізнесу на дрібних підприємців, створення інноваційних туристичних послуг і гнучкість їх надання, поліпшення інвестиційних умов для підтримки бізнесу підвищення ефективності управління туризмом в країні тощо.

Отже, аналіз досвіду відновлення, напрацьований країнами, які пройшли схожий шлях, дає змогу визначити головні зусилля в повоєнному відновленні туристичного сектору нашої країни. Їх слід спрямувати на формування організаційних, технологічних, нормативно-правових, економічних механізмів та інструментів управління галуззю.

Зупинимося на головних викликах і перспективах розвитку української галузі. Безпека подорожі та відпочинку повинна стати головною умовою розвитку туризму. Для цього варто забезпечити об'єкти інфраструктури власними укриттями та наявністю карто-схем найближчих сховищ. В управлінні сферою гостинності доцільним є створення нового унікального мобільного додатку, який би об'єднав всі заклади розміщення для отримання інформації про повітряні тривоги; формування центрів із морально-психологічної підтримки людей з ознаками посттравматичного стресового розладу тощо.

Ще одним важливим напрямом відновлення українських туристичних зон, є розмінування туристичних територій, особливо прибережних, площа яких, за оцінками експертів, становить близько 20 тис. кв. км [1].

Підвищений інтерес до пізнавального туризму сформує головні напрями його тематичного наповнення. Серед них меморіальний туризм, який приверне увагу до локацій або післявоєнних маршрутів, меморіалів, воєнного туризму. Однак, слід визнати, що більший інтерес серед туристів все ж таки матимуть туристичні бренди, пов'язані з природою, історією, архітектурою, українською культурою, їжею. Така спрямованість туризму посилить вимоги до оновлення власного туристичного продукту. До його цікавих тематик можна віднести віртуальні екскурсії наявними та зруйнованими агресорами культурно-історичними об'єктами; розроблення нових тематичних маршрутів та гастрономічних турів; залучення природоохоронних об'єктів до потреб туризму, рекреації та реабілітації; проведення систематичних івентів історико-культурного та розважального спрямування тощо.

Окреслена проблематика може стати основою майбутніх проектів з відновлення сфери туризму та гостинності. Для її ефективності реалізації варто скористатися методиками проектного менеджменту, що успішно застосовують у багатьох країнах для втіленні актуальних ідей, обмежених в часі реалізації та фінансових ресурсах.

Туристичним проектом вважають логічно й хронологічно узгоджений комплекс скоординованих дій, реалізація яких сприятиме досягненню певної мети у встановлений термін, із залученням певних людських, матеріальних та фінансових ресурсів.

Проекти втілюються у реальність завдяки управлінню ними. Управління проектами – це методологія організації, планування, керівництва, координації трудових, фінансових і матеріально-технічних ресурсів упродовж проектного циклу.

Функції управління проектом сформував американський Інститут управління проектами (Project Management Institute), який розробив

сертифікаційну програму (Project Management Body of Knowledge (PMBOK) та визначив дев'ять функцій управління: Перші чотири функції (спрямовані на управління завданнями) заведено називати основними.

Управління обсягом проекту — контролює проект за допомогою встановлення його мети, завдань і цілей.

Управління затратами — передбачає фінансовий контроль проекту завдяки накопиченню, аналізу та складанню звітів по затратах.

Управління часом — передбачає планування, складання календарних графіків та їх контроль для забезпечення вчасного виконання проекту.

Управління якістю — забезпечує виконання стандартів якості, встановлених для проекту.

П'ять функцій, названих нижче (спрямовані на управління певними об'єктами), називають додатковими.

Управління людськими ресурсами — містить спрямування і координацію діяльності людей, залучених до проекту.

Управління комунікаціями — накопичує інформацію, якою обмінюються члени проектної команди, керівництво, і сприяє успішному завершенню проекту.

Управління контрактами / постачанням — передбачає відбір, переговори й підписання замовлень, контроль за постачанням матеріалів, устаткування і послуг (обслуговування).

Управління ризиком — залежить від ступеня невизначеності проекту і ґрунтується на знаннях та досвіді із зазначенням умов реалізації конкретного проекту.

Управління проектною інтеграцією — має забезпечити належну координацію всіх функцій проекту[4].

У сучасних умовах найбільш важливими стають завдання, що пов'язані з етапами фінансування та визначенням ризиків реалізації проектів. Зазвичай, джерелами фінансування визначають власні кошти підприємств, державні та регіональні бюджетні кошти та позабюджетне фінансування, до якого залучають інвесторів, спонсорів, гранти, кошти Фондів, банківських установ тощо. Зупинимося на деяких з них.

Для відновлення зруйнованого майна та інфраструктури, шкода та збитки яким завдані бойовими діями, терористичними актами, диверсіями, спричиненими військовою агресією РФ проти України, Кабінетом Міністрів України створив «Фонд відновлення зруйнованого майна та інфраструктури». Об'єкти туристичного призначення – готелі, інші об'єкти, призначені для надання послуг із розміщення, закладів харчування, курортних закладів, які належать фізичним та юридичним особам усіх форм власності та зруйновані (пошкоджені / знищені) внаслідок бойових дій, терористичних

актів, диверсій, спричинених збройною агресією РФ проти України, розміщені знаходяться на території громади, можуть отримати фінансування з «Фонду відновлення зруйнованого майна та інфраструктури». Відповідно до пунктів 3 та 5 Порядку, одержувачами коштів Фонду є центральні органи виконавчої влади, які подають звернення щодо розподілу коштів Фонду.

Для формування реєстру пошкоджених об'єктів туристичного призначення та подальшого подання звернення щодо ухвалення рішення про оголошення цільового збору коштів на конкретний об'єкт зруйнованого майна Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) збирає необхідну інформацію[2].

Відновлення економіки зумовлює необхідність залучення приватних українських та іноземних інвестицій. З цього законодавство України забезпечує не тільки державні гарантії їх захисту, а й різноманітні інструменти стимулювання інвестиційної діяльності, зокрема фінансові. На загальнодержавному рівні це звільнення від сплати податку на додану вартість і податку на прибуток (перелік визначено в Податковому кодексі України) і звільнення від оподаткування ввізним митом (перелік визначено в Митному кодексі України). На місцевому рівні інвесторам можуть установлювати пільги щодо сплати податку на нерухоме майно, податку на землю, орендної плати за землю.

Ще одним кроком на шляху реалізації завдань управління туристичними проектами може стати пошук зарубіжних ресурсів із фандрейзингу. Корисними для цього стануть інтернет-ресурси:

- <http://foundations.org> – каталог грантодавців, який ведеться від 1995 року;
- <http://www.efc.be/> –European Foundation Centre (EFC) – Міжнародна асоціація суспільних та корпоративних донорів;
- <http://foundationcenter.org/> – міжнародний портал про філантропію;
- <http://www.guidestar.org> – міжнародний портал для некомерційних організацій.

Сайти органів публічної влади в Україні розміщують інформацію про проекти і програми міжнародної технічної допомоги, серед них можна відзначити такі:

- Міністерство економічного розвитку і торгівлі України (<http://www.me.gov.ua>);
- Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово – комунального господарства України (<http://www.minregion.gov.ua>);
- Міністерство молоді та спорту України (<http://dmsu.gov.ua>);

Великий обсяг корисної, здебільшого уже опрацьованої інформації можна знайти на сайтах українських недержавних організацій:

- Ресурсний центр «Гурт» (<http://gurt.org.ua/>);
- Інформаційний портал некомерційних організацій України «Громадський простір» (<http://www.prostir.ua/category/grants/>);
- «Велика ідея» <https://biggggidea.com/>;
- Всеукраїнська асоціація сільських та селищних рад (<http://vassr.org/>);
- Сторінки у соціальних мережах. Група «Гранти, конкурси, стипендії» (<https://www.facebook.com/groups/progrants/>).

Окрім того, інформацію про відкриті грантові конкурси поширюють обласні державні адміністрації та органи місцевого самоврядування, освітні заклади, наукові бібліотеки, дипломатичні установи іноземних країн, акредитованих в Україні.

Отже, варто відзначити, що в перспективному відновленні туристичної галузі країни проектний підхід має вагомі переваги серед інших форм управління. На відміну від інших, він дає можливість швидкого коректування цілей і завдань проекту; залучення до співпраці широкого кола учасників та підвищення ефективності їх взаємодії; задіяння різноманітних джерел фінансування проекту.

Список використаних джерел

1. Маджумдар О. Хворобливі втрати. Як світовий туризм постраждає від війни в Україні. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/bolezennyyepoteri-mirovoy-turizmpostradaet-1649171789.html> (дата звернення: 6.04.2022).
2. Шуміхін Є. Голова ДАРТ Олеськів: після війни туризм зміниться в будь-якому випадку. URL: <https://interfax.com.ua/news/interview/826803.html> (дата звернення: 24.04.2022).
3. Visit Ukraine In the future: українські готелі в гарячих точках просять світ про підтримку. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/214/visit-ukraine-in-the-future-ukrainski-goteli-vgaryacix-tockax-prosyat-svit-pro-pidtrimku> (дата звернення: 21.03.2022).
4. Вдовічен А. А., Чичун В. А., Полянко Г. О. Сучасні концепції менеджменту та їх застосування на підприємствах. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 19-20. С. 29-34.
5. Project Management. 2023. URL: <https://www.projectmanagement.com/deliverables/375/project-plan-project->
6. Тульчинська громада : дайджест актуальних грантових програм та конкурсів. Київ, 2023. 14 с..

КРЕВЕТКОВІ ФЕРМИ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Леся Бондаренко

канд.вет.наук, доцент

Білоцерківський національний аграрний університет

(Україна)

Сучасна індустрія туризму – одна з галузей світового господарства, яка найшвидше прогресує її трактують і як самостійний вид економічної діяльності, і як міжгалузевий комплекс. Згідно з прогнозами експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО), обсяги міжнародного туризму зростатимуть щороку в середньому на 4%. Якщо ж до результатів міжнародного туризму додати ще й обсяги внутрішнього туризму, то показники зростуть принаймні вдвічі.

Туристичний бізнес стимулює розвиток інших галузей господарства, таких як будівництво, зв'язок, харчова промисловість, сільське господарство, торгівля, виробництво товарів народного споживання та інші. Цей бізнес приваблює підприємців із багатьох причин: невеликі стартові інвестиції, щоразу більший попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності та мінімальний термін окупності витрат [1].

Гастрономічний туризм як подорожі для задоволення своїх гастрономічних потреб та смаків – один із прогресивних та перспективних сучасних напрямків у туристичній галузі [2]. Цей вид туризму отримав досить інтенсивний розвиток та здобув неабияку популярність у світі, зокрема в Європі.

Україна, порівняно з іншими країнами світу, має величезний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Одним із важливих об'єктів такого виду туризму є відвідування підприємств із виробництва харчової продукції. Розведення креветок в Україні має великий комерційний потенціал, оскільки ця ніша в нашій країні ще не переповнена. Такий бізнес не вимагає складних технологічних процесів і значних інвестицій, проте, завдяки стабільному доходу дає змогу вважати його перспективним видом діяльності [3].

Креветкові ферми останнім часом виникають у різних країнах світу – це зараз своєрідний тренд. На таких підприємствах можна вирощувати

екологічно чистий продукт у запланованих обсягах та уникати ризиків, пов'язаних із морським виловом.

Проведення екскурсій на креветкові ферми та дегустації для усіх охочих є одним з елементів успішного ведення бізнесу та отримання додаткового прибутку. На екскурсіях розповідають багато цікавих фактів про креветок, умови вирощування, їх історію і популярність в усіх кулінарних столицях світу. На території підприємств, де вирощують креветки, діють невеличкі кафе, де можна спробувати делікатеси з креветок та взяти участь у майстер-класах з їх приготування.

Кулінарні страви з креветками як основного інгредієнта популярні в багатьох кухнях світу. В Україні креветки популярні як самостійна страв та як компонент багатьох інших страв. Із кожним днем популярність та інтерес до таких страв зростає і відкриття кафе або ресторанів на креветкових фермах є новим й популярним напрямом гастрономічного туризму в Україні.

Проте на сьогодні цей вид туризму в країні перебуває на початковому етапі становлення. Це пояснюється наявністю низки проблем, які стоять на перешкоді успішного розвитку гастрономічного туризму в нашій державі.

Список використаних джерел

1. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. Приазовський економічний вісник. 2018. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/omelnycka2.htm
2. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2018. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf.
3. Вишнеvsька Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2013. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/vyshnevskaha.htm

ПОЛАСПЕКТНІСТЬ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Юлія Боруцька

канд.геол.наук, доцент

*Львівський національний університет
природокористування (Україна)*

Екологічний туризм – це форма свідомого, відповідального туризму, яка має на меті сприяння збереженню довкілля, мінімізації негативного впливу та сталому розвитку, пропонуючи водночас відвідувачам новий пізнавальний досвід у контексті екопросвітництва, рекреації, охорони природи. «Архітектором» екологічного туризму вважають Гектора Цебаллоса-Ласкурейна, який відомий своїм вагомим внеском у розвиток сталих форм туристичної діяльності. Він є одним із перших дослідників, котрі працювали над розробленням концепції екотуризму в 80-х роках ХХ ст. Гектор Цебаллос-Ласкурейн також багато зробив для розвитку глобальних засад з охорони навколишнього середовища, дикої природи та збереження культурної спадщини, включаючи ініціативи «Зелений глобус» (Green Globe) та «Щоденний екологічний герой» (Daily Ecological Hero). У 1983 році він опублікував статтю «Екологічний туризм» («Ecotourism»), де визначив цей термін як «відпочинок у природному середовищі, який забезпечує збереження навколишнього середовища та сприяє благополуччю місцевих жителів».

Екотуризм є важливим видом економічної діяльності в багатьох країнах, особливо в тих, що мають багатотипове біорізноманіття та значний природно-ресурсний потенціал. Він може приносити дохід місцевим громадам та природоохоронним проектам, відповідно, допомагаючи збереженню природних екосистем і видів, які їх населяють.

Ще одним важливим аспектом є існування тісного взаємозв'язку між екологічним туризмом і формуванням екоосвідомості суспільства, адже він спонукає туристів уважно ставитися до природних ресурсів і довкілля загалом, розвиває екологічну культуру, підвищує відповідальність за стан навколишнього середовища, забезпечує сталий розвиток регіонів, котрі не мають інших переваг, поліпшити рівень життя місцевого населення, допомагає відроджувати автентичні звичаї, традиції, ремесла [1; 2].

Формою популяризації екоосвідомості через призму екотуризму є екологічна стежка – туристичний маршрут, спеціально створений для відвідувачів для пізнання й дослідження природних популяцій, їхньої різноманітності

та значення для екосистеми. Екологічні стежки дають змогу відвідувачам зрозуміти екологічні процеси та явища, їхні взаємозв'язки у природі. Метою екологічних стежок є виховання екосвідомості, заохочення поваги до природи та підтримка збереження біорізноманіття (рис. 1).



Рис. 1. Еколого-пізнавальна стежка на гору Парашика

Основні принципи екологічного туризму:

- збереження дикої природи: екологічний туризм має сприяти збереженню природних екосистем, збільшенню чисельності дикої флори та фауни;
- стале використання ресурсів: екологічний туризм потрібно здійснювати з урахуванням вичерпності природних ресурсів, забезпечуючи їхнє раціональне використання та збереження для майбутніх поколінь;
- мінімізація впливу на навколишнє середовище: екологічний туризм повинен мінімізувати вплив на навколишнє середовище та сприяти його збереженню;
- освіта та екосвідомість: екологічний туризм повинен сприяти розвитку просвітницьких заходів, екосвідомого сприйняття природного довкілля та культурних цінностей для їхнього збереження;

- участь місцевих жителів: екологічний туризм повинен сприяти підтримці місцевих громад і збереженню їхніх автентичних особливостей;
- збалансований розвиток: екотуризм повинен пропагувати збалансований соціально-економічний розвиток, що дає змогу забезпечити економічну користь, соціальну стабільність і збереження природи.

Отже, екологічний туризм є поліаспектним поняттям у контексті розвитку суспільства, важливим інструментом для збереження довкілля та сталого розвитку за умови, що він здійснюється відповідально й у тісній співпраці з місцевими громадами та природоохоронними організаціями.

Список використаних джерел

1. Боруцька Ю. З. Практикум із методики створення еколого-туристичних стежок і маршрутів (з елементами сільського зеленого туризму) : навч.-метод. посіб. Львів : Екологічний коледж Львівського національного аграрного університету, 2020. 166 с.
2. Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible. URL: https://www.academia.edu/8054769/Ecoturismo_Instrumento_Desarrollo_Sostenible

УДК 338.48:[614.215:005.511(477)]

ТРЕНДИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Мирослава Босовська

д.екон.наук, професор

Оксана Полтавська

канд.екон.наук, доцент

Державний торговельно-економічний університет (Україна)

Алла Домище-Медяник

канд.екон.наук, доцент

Ужгородський торговельно-економічний інститут ДТЕУ (Україна)

Санаторно-курортний бізнес відіграє важливу роль в економіці України, а також соціальній політиці та медицині. За даними Міністерства охорони здоров'я кожного року на курорти України приїжджало понад мільйон туристів, ця тенденція зберігається навіть за часів пандемії COVID-19 та війни за рахунок розвитку внутрішнього туризму. До війни функціонувало в курортних зонах понад 240 закладів оздоровлення та діяло у різних регіонах країни понад 50 курортних зон.

Важливість санаторно-курортного бізнесу полягає в можливостях зміцнення і відновлення здоров'я людини та визнання України як унікальної туристичної країни з особливими рекреаційними ресурсами і можливостями їх використання для лікування, реабілітації та профілактики захворювань.

За результатами досліджень основних тенденцій, які трансформуються в санаторно-курортному бізнесі в умовах війни, можна визначити такі основні його тренди:

1. Безпека, яка передбачає наявність приміщень, таких як укриття й бомбосховищ. Крім того, до вибору курортних територій в Україні споживачі висувають вимогу віддаленості від бойових дій та об'єктів стратегічної інфраструктури. Отже, найбільше в такому контексті обирають Закарпатську область з унікальною екологічною системою Заходу України з різноманітним рельєфом та кліматичними умовами. Її територія на півночі захищена Карпатським хребтом, з північного заходу – Татрами, з півдня – західними Румунськими горами і Мармароським масивом. Від інших регіонів країни область відділяють Яблонецький, Вишківський, Ужоцький, Верецький та Воловецький перевали висотою від 931 м до 1614 м над рівнем моря [3].

2. Розвиток екологічного туризму. Споживачі обирають курорти України, які розташовані в екологічно чистих місцях, щоб насолоджуватися красою природи, відпочиваючи від стану тривожності та страху, які спричинила воєнна агресія. На території тільки однієї Закарпатської області створені та діють чотири екологічні об'єкти: Карпатський біосферний заповідник та три національні природні парки «Зачарований край», «Ужанський» і «Синевир», під охороною яких перебуває 157,7 тис. га земельних площ. Екосистему Карпатського біосферного заповідника належать найцінніші екосистеми землі і входять до міжнародної мережі біосферних резерватів ЮНЕСКО [3]. Таким чином, курорти активно розвивають екологічні технології та послуги, що має великий попит на них.

3. Зростання попиту на здоровий спосіб життя передбачає великі можливості для формування пропозицій саме в санаторно-курортному бізнесі. Цей тренд сформував програми для боротьби із «зайвою вагою» на тлі вживання неякісної їжі, шкідливих звичок та порушень харчової поведінки. Санаторії та курортні готелі, що впровадили ці програми, відзначають як приріст туристів і збільшення доходів, що сприяє підвищенню ефективності та результативності їх діяльності. Останніми роками спостерігали тенденцію до скорочення курортної мережі, що позначалося на кількісних показниках, таких як ліжко-місця. Аналіз ліжко-місць з розрахунку на одне підприємство в динаміці демонструє їх скорочення до 2022 року у Львівській, Чернівецькій, Івано-Франківській та Закарпатській областях [1]. Тому так важливо відповідати сучасним трендам та формувати нові маркетингові пропозиції залежно від попиту та потреб туристів.

4. Розвиток медичного туризму. Ця тенденція найбільш швидко зростає у всьому світі. У санаторно-курортному бізнесі саме зараз мають стабільний дохід ті підприємства, які спроможні надати високоякісні медичні послуги завдяки кваліфікованим лікарям, сучасному обладнанню в симбіозі з багаторічним досвідом та рекреаційними унікальними ресурсами і використанням природних ресурсів для лікування і профілактики захворювань. Наявність курортів, які дають можливість використовувати термальні й мінеральні джерела для надання різних процедур, і визначає конкурентоспроможність медичного туризму в Україні.

У сучасних умовах, щоб відповідати новим вимогам споживачів санаторно-курортному бізнесу потрібно буде розв'язати дві головні проблеми: оновити застарілу інфраструктуру через формування інвестицій для створення сучасних санаторіїв, які зможуть надавати високоякісні санаторно-курортні послуги та активно використовувати технології маркетингової діяльності, що забезпечить рекламу та зміцнення туристичного бренду України.

Список використаних джерел

1. Колективні засоби розміщення в Україні у 2019 році : стат. бюл. Київ, 2020. 200 с.
2. Статут (Конституція) Всесвітньої організації охорони здоров'я ВООЗ. Київ; 2022. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_599.
3. Туризм у Закарпатській області у 2020 році : стат. зб. Ужгород: Головне управління статистики у Закарпатській області, 2021.

SOCIAL PROBLEMS OF TOURISM DEVELOPMENT IN CONDITIONS OF INSTABILITY

Andrii Holod

Doctor of Sciences (Economics), Professor

*Lviv State University of Physical Culture
named after Ivan Boberskyi (Ukraine)*

Fábio Lopes Alves

Doctor (Social Sciences), Professor

West Paraná State University (Brazil)

Globally, tourism is a driver of the socio-economic development of states and regions, which is gaining significant importance and is fixed in the public consciousness as an integral component of modern life. But at the same time, tourism activity in all its forms and types is highly susceptible to threats and challenges of the global origin or spread. Because of this, the development of tourist destinations, especially in international tourism, must necessarily be based on guaranteeing the safety of tourists, tourist organizations, and resources [2].

The development of tourism, based on the priority of solving security problems, should be based on three principles – systematicity, humanism, and sustainability [1]. Based on the above mentioned principles, tourist destinations in conditions of instability must perform several essential functions - recreational (restoration of the physical and mental strength of tourists), social (ensuring effective interaction of various social groups - foreign tourists, tourism employees, and local population), economic (receiving income from tourism activities by both enterprises and territorial communities).

Global threats and challenges are key factors affecting the functioning of destinations, especially in crisis circumstances. While threats require a response, challenges require adaptation first [3].

In general, tourism development in conditions of instability can give rise to several social problems.

1. Displacement and disruption of local communities. Such a problem can occur due to the construction of tourist infrastructure or the acquisition of land for tourist development. It can result in the loss of livelihoods, social networks, and cultural heritage.

2. Increased crime and violence: Instability can create an environment conducive to increased crime and violence. During periods of political and social instability, tourists can become targets of crime, and local communities may resort to crime to cope with economic and social pressures.
3. Social stratification. Tourism development can lead to social stratification, where particular groups benefit from tourism development while others are left behind. It can lead to social tension and resentment.
4. Environmental degradation. Tourism development can lead to environmental degradation, including damage to the environment, pollution, and waste. Tourism also can have negative social impacts, such as the loss of biodiversity, health problems, and reduced quality of life for local communities.
5. Cultural erosion. Tourism development can lead to the deterioration of local cultures as communities adapt to the demands and expectations of tourists. This process can lead to the loss of traditional practices, languages, and values, which can profoundly impact the social structure of communities.

Solving social problems associated with tourism development in conditions of instability requires a coordinated effort by different stakeholders, including governments, local communities, tourism operators, and visitors.

The main directions for solving such problems are empowering local communities, enhancing safety and security, promoting inclusive tourism development, protecting the environment, and preserving local culture. But the main activity at the national and global level should, of course, be aimed at getting out of the crisis and reducing instability. Although, as the experience of Ukraine shows, domestic tourism can develop even during martial law period in the country, tourist activity does not stop. It continues to bring income to businesses and budgets of various levels.

References

1. Голод А.П., Графська О.І., Базюк М.Б. Безпека DESTИНАЦІЙ міжнародного туризму в умовах глобальних загроз. Причорноморські економічні студії. 2021. Вип. 72. Ч. 2. С. 57–62.
2. Феленчак Ю.Б., Графська О.І., Крижанівський Т.Я., Базюк М.Б. Стратегічні пріоритети соціально-економічного розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ в умовах глобальної нестабільності. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2022. № 9. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-9-8249> (дата звернення: 15.02.2022 р.)

3. Mansfeld, Y., Pizam, A. Tourism, Security and Safety. From Theory to Practice. Routledge, 2005. 376 p.

УДК 338.38:548.834

АНАЛІЗ ІНІЦІАТИВ, СПРЯМОВАНИХ НА ПОДОЛАННЯ НАСЛІДКІВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 ДЛЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Орислава Графська
д.екон.наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Тарас Перегіняк
аспірант

Львівський університет «Бізнесу та права» (Україна)

До початку всесвітньої пандемії COVID-19 туристична галузь України була однією з найуспішніших, що швидко розвиваються галузей ринкової економіки. Саме туристичну галузь уважали вікном в Європу. У туристичній галузі України в період до початку всесвітньої пандемії COVID-19 було зайнято приблизно 50% населення, яке працює. З приходом пандемії COVID-19 все змінилося. Спочатку були повні карантинні обмеження, які передбачали повне тимчасове припинення діяльності, потім часткові, уже в межах часткових обмежень, звичайно мінімізувався людський контакт, але почалася робота віддалено, роботодавцям довелося скоротити кількість працівників, а ті, які залишилися працювати, мале значне зниження заробітної плати. На даний час ситуація з пандемією COVID-19 стабілізувалася, обмеження які були в період карантину, не діють, але існує інша реалія, яка перешкоджає ефективному розвитку туристичної галузі – війна, яка також триває уже понад рік часу.

Проведемо аналіз ініціатив, які допомагали туристичній галузі України функціонувати за умови викликів, які були спричинені пандемією COVID-19.

У квітні 2020 р. на розгляд Верховної Ради України було представлено Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо державної підтримки культури, малого бізнесу та креативних індустрій у зв'язку з дією заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19) [1], яким передбачено:

- звільнення постачальників туристичних послуг від сплати ПДВ;
- податок на прибуток і Єдиного соціального внеску (ЄСВ);
- земельний податок та податок на нежилий фонд нерухомості;

- скасування сплати туристичного збору до кінця 2020 р.;
- звільнення від оподаткування за сплати оренди та землекористування, орендарів державної та громадської власності.

У травні в Україні було ухвалено Державну програму стимулювання економіки для подолання наслідків, спричинених обмежувальними заходами щодо запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19) на 2020 – 2021 рр. [2]. У ній, зокрема, передбачено три групи рекомендованих ініціатив, спрямованих на подолання викликів, що стоять перед сферою туризму (табл. 1).

Таблиця 1

Ініціативи, спрямовані на подолання викликів, спричинених COVID-19, для туристично-рекреаційної сфери (у межах Державної програми стимулювання економіки для подолання наслідків, спричинених обмежувальними заходами щодо запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби)

№	Рекомендовані ініціативи	Завдання, що потребують розв'язання	Можливі шляхи розв'язання завдань
1	Доступ до фінансів	збільшення доступу до фінансів для підприємств сфери туризму	- надання грантів інституційної підтримки
2	Доступ до ринків	- допомога бізнесу в адаптації до нових умов ведення діяльності; - стимулювання попиту через державні закупівлі.	- здійснення державних закупівель послуг; - ваучери на туристичні послуги.

3	Регулювання підтримки інфраструктури	<ul style="list-style-type: none"> - зниження податкового навантаження та інших зобов'язань для найбільш постраждалих секторів, зокрема для сектору туризму; - урегулювання та роз'яснення усіх питань, пов'язаних із карантинними заходами; - формування державної стратегії розвитку туристичного сектору 	<ul style="list-style-type: none"> - звільнення від оподаткування податком на прибуток; - виплата заробітних плат без сплати ЄСВ для закладів; туристичної сфери; - розроблення стандарту санітарної безпеки подорожей та туризму; - урегулювання питання форсмажорних ситуацій; - урегулювання питань щодо оплати комунальних послуг; - швидке реагування податкової служби на запити підприємств; - створення проектного офісу з розвитку туристичних дестинацій; - створення Національної Ради з туризму та гостинності; - розвиток інформаційної туристичної мережі
---	--------------------------------------	--	--

Отже, поширення пандемії COVID-19 та карантин, запроваджений для його запобігання, спричинив не лише падіння потенціалу туристичної сфери, але й до переорієнтації туристичних потоків із виїзного туризму на внутрішній. Припустимо, що серед внутрішніх туристичних дестинацій домінуватимуть ті, які орієнтуються на відпочинок на природі (активний гірський і морський відпочинок, зелений туризм тощо). Водночас виклики,

які ставить перед туристичною сферою пандемія COVID-19, змушують органи місцевого самоврядування адаптувати галузь на наявні в ній туристичні продукти до нових умов функціонування, на місцевому рівні стимулюють розвиток певних локацій.

Список використаних джерел

1. Проект Закону про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо державної підтримки культури, малого бізнесу та креативних індустрій у зв'язку з дією заходів, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19). URL: <http://w1.c1.rada.gov.ua>
2. Уряд представив Програму стимулювання економіки для подолання наслідків COVID-19. URL: <https://www.kmu.gov.ua>

ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА ЯК СУБ'ЄКТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Орислава Графська
д.екон.наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

В умовах сьогодення територіальні громади відіграють важливу роль, їх значущість для економіки України розпочалася з процесу децентралізації та реформування засад місцевого самоврядування, що відбувся в державі, створилися нові можливості для ефективного управління потенціалом громад задля зміцнення їх спроможності, було створено підґрунтя для запуску механізмів локального економічного розвитку на противагу механізмам традиційної патерналістської моделі.

Патерналізм — це термін, який використовується для опису системи політичних та соціальних взаємин між людьми, де одні займають позицію старших авторитетних опікунів, а інші — позицію опікуваних. Сам по собі термін «Патерналізм», має латинське походження «paternus», що буквально можна перекласти як: батьківський, іншими словами це така система взаємовідносин, при якій, право прийняття важливих рішень для забезпечення загального блага делегується більш авторитетним, старшим та досвідченим людям[1]

Проводячи дослідження територіальної громади, можемо сказати, що в дослідженні вона є об'єктом і суб'єктом одночасно, для функціонування туристичної сфери, оскільки, з одного боку, будь-яка туристична діяльність має територіальну прив'язку (саме в межах території громади відбувається забезпечення розміщення туристів, закладів громадського харчування, туристичних дестинацій тощо), з другого – саме громада сприяє або не сприяє розвитку цього виду діяльності шляхом створення безпечного та комфортного середовища для перебування туристів, сприятливого підприємницького клімату для функціонування суб'єктів туристичного бізнесу .

В Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні», термін «територіальна громада» трактується як сукупність жителів, об'єднаних постійним проживанням у межах села, селища, міста, що є самостійними адміністративно-територіальними одиницями, або добровільне об'єднання жителів кількох сіл, що мають єдиний адміністративний центр [2].

Вивченням питання розвитку територіальних громад, займалося і займається багато відомих, як вітчизняних так і зарубіжних вчених, але всі вони схиляються до думки, що територіальні громади можуть бути цікавими для туристів з огляду на особливі традиції чи культурні, креативні, чи інші властивості, якими володіють мешканці громади, тоді як інші громади – це просто місця територіальної локалізації пам'яток, природних ресурсів (річка, морське узбережжя, гори), цікавих для туристів. Ще інші громади можуть долучитися до функціонування туристичної сфери через постачання виробленої продукції для закладів харчування, сувенірів, постачання робочої сили для туристичних дестинацій та інше. Ще один з напрямів залучення громад до розвитку туристичної сфери є те, що певний потенціал лежать за межами продукування пропозиції і полягає у формуванні попиту на туристичні продукти мешканцями таких громад.

Вважається, що наявності в громади джерел наповнення бюджету, інфраструктурних і кадрових ресурсів, достатніх для вирішення її питань місцевого значення, передбачених законодавством, в інтересах жителів громади. Разом з людським потенціалом вагому роль у забезпеченні спроможності громади відіграють науково-технічна інфраструктура, природні, організаційні та інституційні ресурси, розвиненість економічного потенціалу громади. Основною метою є розширення можливості оцінювати вибір політики та способи реалізації варіантів розвитку на основі розуміння екологічних потенціалів і меж. Водночас акцент робиться на спроможності територіальної громади досягати позитивних змін у зростанні якості життя, посиленні соціальної мобільності, покращенні умов життєдіяльності та навколишнього середовища на основі ефективного використання наявного потенціалу.

Відзначимо, що результативність розвитку територіальної громади визначається саме злагодженістю взаємодії між усіма стейкхолдерами та розвиненістю мереж такої взаємодії в громаді. Здійснене дослідження сутності розвитку територіальної громади дозволяє виокремити такі сфери розвитку: соціальна, економічна, політична, ресурсно-екологічна, інституційна. У розрізі цих сфер означено напрями розвитку територіальної громади представимо в табл. 1.

Таблиця 1

Роль туристичної сфери в розвитку територіальної громади

Сфери	Роль в розвитку територіальної громади	Внесок туристичної сфери в розвиток територіальної громади
Соціальна	Людиноцентричний розвиток Соціальна справедливість	Підвищення якості життя Зростання свідомості мешканців і гордості за громаду
Економічна	Доходи від місцевого виробництва	Зростання доходів місцевих бюджетів від туристично рекреаційної діяльності
Культурна	Формальна та неформальна освіта Місцеві традиції Збереження культури	Виховання толерантного ставлення до інших культур Сприяння культурному обміну Розвиток місцевої культури та ремесел
Ресурсно-екологічна	Управління природними ресурсами Екологічна відповідальність Збереження природних ресурсів	Виявлення потенційних джерел забруднення території
Інституційна	Інклюзивність Відповідність цілей розвитку запитам і потребам громади	Зростання включеності населення громади в процеси економічного розвитку Зростання спроможності громади, віра у власні сили Територіальна громада набуває значимості з погляду зовнішнього споживача

Отже, аналізуючи наведене, можна зробити висновок, що кожна територіальна громада є унікальною і має свій потенціал який необхідно постійно розвивати. Розвиток туристичної сфери на території територіальної громади є перспективний, тому потрібно акумулювати всі зусилля мешканцям територіальних громад для залучення інвестора, як внутрішнього так і зовнішнього, з метою реконструкції та відновлення історико-культурних цінностей громади, та подальшого розвитку її територій, з метою популяризації серед інших громад.

Список використаних джерел

1. Патерналізм. URL: <https://termin.in.ua/paternalizm/>
2. Економічна ефективність, соціальна справедливість: пріоритети розвитку України на етапі подолання кризи : колект. моногр. / НАН України, Секція суспільних і гуманітарних наук. Київ, 2019.

УДК 338.48(477)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Орислава Графська
д.екон.наук, доцент

Андрій Сиванич
аспірант

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Туристичний бізнес наразі залишається однією з найбільш привабливих та прибуткових галузей у світі. Незважаючи на нестабільність, зумовлену пандемією COVID-19, кількість туристів у світі впродовж останніх років збільшилася майже на 5% і продовжує зростати. У деяких країнах туристична галузь забезпечує до 40% ВВП. В Україні нині цей показник становить незначний відсоток. Туристична галузь неодноразово переживала такі катаклізми, як війни, епідемії, інші стихійні лиха, що завдавали збитків світовій економіці. Закриті кордони, карантинні обмеження в закладах харчування, відсутність авіасполучень, перенесення або скасування багатьох міжнародних конференцій, симпозіумів, концертів, інших заходів уже завдали галузі мільярдних збитків. Війна сьогодні практично паралізувала роботу турагенцій. Український туристичний бізнес, за оцінками деяких його представників, через наслідки пандемії коронавірусу, а зараз ще і повномасштабної війни, що триває понад рік, втратив близько 30% замовлень, однак він не втрачає своїх позицій, зокрема збільшується кількість подорожей всередині країни. Україна має чимало простору для несподіваних ідей і всі складники для того, щоб стати успішною туристичною країною. Отож важливим чинником буде спроможність післявоєнної України реалізувати масштабну маркетингову кампанію на зовнішніх ринках. Насамперед, ми повинні бути зацікавлені в тому, щоб світ і Європа перестали сприймати наші регіони як місця бойових дій і повірили в те, що Україна – це безпечна локація для подорожей. Програми відновлення й відбудови інфраструктури мають охоплювати також і туризм. Уже зараз необхідно створювати нові сенси, працювати над відкриттям туристично привабливих об'єктів. Головне, щоб на це знайшлися дотації з державного бюджету. Важливим також буде швидке відновлення туристичної інфраструктури, а також – допомога в реінтеграції туристичного бізнесу. Що стосується міжнародного промо, звичайно,

багато іноземних туристів будуть зацікавлені у відвідуванні місць бойової слави ЗСУ. Привабливими для іноземних туристів є сплави річками України, рафтинг карпатськими річками, короткотривалі походи високогірними маршрутами Карпат. Це – велика ділянка роботи для просування ідей про привабливість туризму в Україні на зовнішніх ринках [1]. Отже, аналізуючи наведене, можемо прогнозувати, що вимальовуються деякі нові тенденції відпочинку в Україні, яким будуть надавати перевагу як українські, так і іноземні туристи після війни. Для прикладу, зростає потреба в рекреаційному туризмі; популярним стане відпочинок біля води, у горах чи лісі. Стануть популярними релакс-тури, які допоможуть відновити психічне здоров'я. Скажімо, віддалені від великих міст високогірні села в Карпатах будуть приваблювати мандрівників, котрі пережили окупацію чи стали свідками воєнних дій. Популярними будуть подорожі в рідні, знайомі місця, куди не можна було поїхати через активні бойові дії. «Мандруй Україною» має залишатися основним гаслом розвитку внутрішнього туризму, оскільки і українці, й іноземці захочуть на власні очі побачити місця наших воєнних успіхів. А паралельно необхідно працювати над створенням нових смислів, для прикладу, «Для чого ми подорожуємо Україною» [2]. Інтерес до України сьогодні шалений. Зараз є чимало оптимістичних прогнозів щодо розвитку туристичної індустрії після закінчення війни. Передумови для цього дійсно є: у нас великий туристичний потенціал, а світ зараз зацікавлений в Україні. Власники туристичних компаній, туристичні оператори готові по завершенню бойових дій відкривати бізнес в Україні, створювати робочі місця та допомагати розвивати галузь. Однак потрібно розуміти, що ситуація залежатиме від того, коли закінчиться війна, припиняться ракетні обстріли, наскільки швидко вдасться відновити інфраструктуру. Необхідним і важливим чинником розвитку туризму є фінансування туристичної галузі. Варто врахувати рекомендації Глобального кризового комітету з туризму Всесвітньої організації туризму (UNWTO) щодо пом'якшення соціально-економічних наслідків COVID-19 та прискорення відновлення економіки через подорожі. Першочергово необхідно розглянути такі заходи: забезпечення доступності та достовірності інформації про обмеження подорожей та їх скасування в розрізі як регіонів України, так і основних країн виїзного туризму залежно від рівня епідемічної загрози; небезпеки ракетних обстрілів та проведення бойових дій; створення механізму гарантування втрат туристів від скасування поїздки шляхом надання ваучерів на скасовані бронювання; заохочення та інвестиції у розвиток внутрішнього туризму. Крім того, серед заходів, що можуть пом'якшити вихід туристичної індустрії з кризи можна визначити такі: тимчасове зниження тарифів на послуги, сертифікація дезінфекції

туристичних об'єктів та інфраструктури, профілактичні заходи для туристів щодо укріплення здоров'я, розвиток внутрішнього туризму [3].

Отож, роздумуючи над сучасними тенденціями та стратегією розвитку туристичної галузі в Україні, варто зазначити, що важливим чинником є постійно підтримувати інтерес до країни. Необхідно розповідати про Україну, про свої улюблені місця, страви, культурні традиції. І до цього можуть долучитися всі наші громадяни, які виїхали за кордон. Ми маємо, що розповісти, а особисті історії завжди цікавіші, ніж будь-яка рекламна кампанія. Відбудова може стартувати не тільки з програми фінансування, але й з простої розмови. І, можливо, після неї у наших співрозмовників виникне бажання відвідати Україну. А саме з цього починається туризм.

Список використаних джерел

1. Артюх К. Щоб відродився туризм, зацікавлюйте іноземців Україною вже сьогодні. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3561536-sob-vidrodivsa-turizm-zacikavljte-inozemciv-ukrainou-vze-sogodni>.
2. Шуміхін Є.. Голова ДАРТ Олеськів: Після війни туризм зміниться в будь-якому випадку. URL: <https://interfax.com.ua/news/interview/826803.html>
3. Як підготуватися до перезапуску індустрії гостинності. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/perezapusk.htm

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ЗАКЛАДІВ ЛЬВІВЩИНИ

Ірина Дидів

канд.екон.наук, в.о.доцент

Оксана Березівська

канд.екон.наук, доцент

*Львівський національний університет
природокористування (Україна)*

Основою туристично-рекреаційного потенціалу Львівської області є рекреаційні, природні, демографічні, економічні, соціальні, історико-культурні та інформаційні ресурси. Різноманітність природних умов і багатство рекреаційних ресурсів Львівщини створюють сприятливі умови для розвитку різних видів туризму, відпочинку та оздоровлення. Санаторно-курортні заклади Львівщини характеризуються значним туристично-рекреаційним потенціалом і є важливим чинником соціально-економічного розвитку регіону. Для санаторно-курортних закладів важливу роль відіграють джерела мінеральних вод, родовища лікувальних грязей, лісові та кліматичні ресурси, які використовують для лікування та оздоровлення.

Оздоровчий туризм вважають одним із видів туризму, метою якого є лікування та оздоровлення, здійснюється він для профілактики різних захворювань та відпочинку, передбачаючи перебування відвідувачів у санаторно-курортних закладах. Ця форма туризму містить подорожі для отримання зазвичай немедикаментозного лікування або оздоровлення.

Одним із напрямків розвитку оздоровчого туризму у Львівській області є послуги санаторно-курортних закладів, які користуються попитом як у іноземних, так і в українських туристів. Основним чинником розвитку оздоровчого туризму є наявність територій з природними лікувальними ресурсами, тому для туристів Львівщини періодично розробляють програми оздоровчого туризму. Значна частина оздоровчих турів складається з відпочинку та оздоровлення в санаторно-курортних закладах [4].

Львівське Передкарпаття є одним із найвідоміших в Україні та за її межами курортних місць міжнародного значення, має потужний потенціал туристично-рекреаційних ресурсів, який базується на ландшафтній привабливості гірських територій, можливості розвитку літнього й зимового туризму. Область займає одне з провідних місць у країні за наявністю

лікувально-оздоровчих ресурсів. До них належать більше ніж двісті лікувальних джерел мінеральних вод 7 типів, лікувальні грязі та найбільше в Україні родовище озокериту в Бориславі Дрогобицького району. На базі цих унікальних ресурсів розвиваються відомі в Україні та за кордоном курортні міста Трускавець, Східниця, Моршин, Немирів, Великий Любінь і Шкло [1].

Родзинкою курортів Трускавець і Східниця є мінеральна вода «Нафтуса» з унікальними властивостями, збагачена мінералами й мікроелементами. Її питні курси корисні для людського здоров'я, допомагають зміцнити імунну систему та позбутися від стресів. Популярний метод оздоровлення – сольові процедури, які мають цілющі властивості. Щодо курортів Шкло, Немирів і Великий Любінь, то вони відомі своїми лікувальними грязями (пелоїдами). Наявні тут запаси пелоїдів цілком задовольняють потреби санаторно-курортних закладів, які діють на їх базі, і сприятимуть розвиткові цих курортів [2].

Санаторно-курортні заклади Львівської області щорічно приймають понад 100 тис. туристів. За кількістю відвідувачів Львівщина значно випереджає інші регіони України. Загальна кількість туристів, які відвідали Львівську область у 2018 році, становила 182,3 тис. осіб, з них 7617 осіб – іноземні туристи, у санаторно-курортних закладах для оздоровлення та відпочинку перебувало 22,5 тис. дітей, з них 498 дітей – лише в оздоровчих закладах. Частка дітей віком від 7 до 16 років, які оздоровились в літніх дитячих закладах оздоровлення та відпочинку у 2018 році становила 8,5% [3].

Львівська область, розташована на заході України, відома своєю природною красою та багатою культурною спадщиною. В області діє низка санаторно-курортних закладів, які пропонують різноманітні лікувально-оздоровчі послуги. Ці заклади розташовані в мальовничих місцях і надають відвідувачам можливість для відпочинку, омолодження та оздоровлення. Санаторно-курортні заклади Львівщини пропонують широкий спектр послуг, включаючи лікування, реабілітацію та оздоровчі програми. Область відома своїми мінеральними джерелами та лікувальними грязями, які використовують для різноманітного лікування. Заклади пропонують відвідувачам можливість втекти від стресів повсякденного життя та зосередитися на своєму здоров'ї та самопочутті.

Туристично-рекреаційний потенціал санаторно-курортних закладів Львівської області є значним та відіграє важливу роль у туристичній індустрії. Природна краса області, культурна спадщина та широкий спектр послуг роблять його привабливим місцем для туристів, які шукають відпочинку, омолодження та оздоровлення.

Список використаних джерел

1. Дидів І. Туристична привабливість Львівщини. Теорія і практика розвитку агропромислового комплексу та сільських територій: матеріали XXI Міжнар. науково-практ. форуму (м. Дубляни, 22 – 24 вересня 2020 року). Львів : АТБ, 2020. С. 109-113.
2. Дидів І. Оцінка ефективності використання туристично-рекреаційного потенціалу Львівської області. Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми й перспективи розвитку : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 29 листопада 2021р.). Луцьк, 2021. С. 17-20.
3. Ковальчук І. В., Ковальчук А. І., Запотоцький С. П. Оздоровчий туризм у Львівській області: сучасний стан та перспективи розвитку. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Геологія. Географія. Екологія. 2021. Вип. 54. С. 180-194.
4. Молодецький А. Лікувально-оздоровчий туризм в Українських Карпатах і Причорномор'ї: сучасний стан і тенденції. Вісник Одеського національного університету. Географічні та геологічні науки. 2020. Т. 25, вип. 1(36).

УДК 658.818:338.486.2

МОЖЛИВОСТІ КЛІЄНТСЬКОГО ДОСВІДУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Лілія Іванова

канд.екон.наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Ольга Вовчанська

канд.екон.наук, доцент

Львівський торговельно-економічний університет (Україна)

Антон Шамов

здобувач

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

За останні кілька років індустрія туризму пережила серйозну турбулентність через пандемію COVID-19 і повномасштабну Російсько-українську війну. У 2022 р. відновлення міжнародних подорожей становило понад 900 млн туристів, що відповідало 63% від рівня 2019 р. Прогнози на 2023 р. є відносно перспективними. Відповідно до прогнозу відновлення туризму, який опублікувала Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO), світовий туризм у 2023 р. досягне приблизно 80-95% рівня до пандемії [1].

Туристичні підприємства дедалі частіше пропонують різноманітні клієнтоорієнтовані послуги й унікальні дестинації для отримання власних конкурентних переваг. Параметри взаємодії туристичного підприємства зі споживачами по-різному впливають на їх клієнтський досвід та ідентифікацію, що згодом впливає на поведінкові наміри щодо вибору туристичної дестинації. Клієнтський досвід можна аналізувати у двох аспектах: по-перше, досвід як атрибут послуги або повний пакет туристичного продукту і по-друге, споживчий досвід, створений завдяки взаємодії клієнта з фізичним середовищем або людьми.

Клієнтський досвід (з англ. customer experience, CX є одним із найважливіших чинників туристичних підприємств для отримання конкурентної переваги. Клієнтський досвід охоплює сукупність вражень, знань, асоціацій,

які отримує споживач у процесі взаємодії з туристичним підприємством. Клієнтський досвід базується на всіх каналах комунікацій і на всіх етапах обслуговування туриста [2]. Для досягнення лідерства в туристичній галузі важливо, щоб туристичні підприємства зосередилися на розумінні потреб своїх різних клієнтів, тому що потреби, які клієнт має і очікує задовольнити, використовуючи продукти, системи або послуги, не збігаються з потребами іншого клієнта.

Туристичне підприємство зацікавлене не в одноразовому контакті під час надання послуги, а в побудові довгострокових взаємин на основі співпраці. Вивчаючи обслуговування клієнтів і клієнтський досвід, необхідно з'ясувати чи задовольняє туристичне підприємство потреби та очікування кожного клієнта. Слід також зазначити, що сприйняття того, чи були задоволені потреби та очікування кожного клієнта, також є життєво важливим. Два елементи – фактичне та уявне надання послуг – становлять суть задоволеності клієнтів.

Якщо туристичні підприємства хочуть утримати та розширити свою клієнтську базу, їм потрібно краще розуміти бажання та очікування своїх клієнтів, глибше аналізувати й розуміти мільйони даних про них і забезпечувати персоналізований клієнтський досвід, який би перевершив їх конкурентів.

Досвід клієнтів у сфері туризму містить безліч нюансів і змінних. Але голос клієнта важливий, і туристичні підприємства повинні прислухатися до своїх клієнтів, щоб переконатися, що вони можуть конкурувати, позаяк конкуренція на ринку туристичних послуг продовжує зростати. Основне завдання полягає в проходженні споживачем всіх етапів взаємодії від первинного контакту з майбутнім туристом до лояльного споживача і партнера туристичного підприємства. Клієнти повідомляють, чого вони хочуть не лише в опитуваннях із відгуками. Наприклад, огляди додатків можуть надати багато інформації про те, де і як можна поліпшити туристичні продукти. Дані розмов із чат-ботів можуть проінформувати про критичні проблеми клієнтів. А взаємодія зі службою підтримки клієнтів може дати зрозуміти, чому клієнти відмовляються від тих чи тих подорожей.

Глобальна пандемія COVID-19 прискорила розвиток інновацій у цифровій сфері [4]. Сьогодні інформаційні та комунікаційні технології в туристичній галузі – це частина повсякденного життя. Сучасна практика демонструє різноманітні способи поліпшення взаємодії з клієнтами (табл. 1), серед яких: розумні кімнати, чат-боти та штучний інтелект (ШІ), персоналізація маркетингу, віртуальна реальність, доповнена реальність, інтернет речей (IoT), роботи та вміст, який створили користувачі [3].

Таблиця 1

Способи поліпшення взаємодії з клієнтами

№ З/п	Спосіб поліпшення взаємодії з клієнтом	Особливості способу поліпшення взаємодії з клієнтом
1	Розумні кімнати	У готельному секторі індустрії туризму популярною тенденцією є поліпшення досвіду клієнтів із використанням технології розпізнавання голосу у разі створенні «розумних кімнат». Одним із найвідоміших прикладів цього є Alexa for Hospitality, сервіс від Amazon, який уже використовує Marriott. Розумні динаміки наявні в номери готелю, і гості можуть спілкуватися з динаміками, ставити запитання, дізнаватися інформацію та вмикати чи вимикати пристрої в кімнаті
2	Чат-боти та штучний інтелект (ШІ)	Завдяки сучасному розвитку ШІ тепер комп'ютерні системи або машини можуть виконувати функції, які традиційно вимагали безпосередньої участі людини. Це приносить величезну користь підприємствам усіх видів у туристичній індустрії, оскільки забезпечує набагато більшу автоматизацію. Одним із яскравих прикладів цього є чат-боти, які використовують готелі, турагенти та авіакомпанії для цілодобового обслуговування клієнтів або повністю автоматизованих процесів бронювання. Головною перевагою цього погляду клієнтського досвіду є швидкий час реагування, тобто клієнти отримують швидкі відповіді навіть посеред ночі

3	Персоналізація маркетингу	<p>Основна передумова маркетингу персоналізації полягає в тому, щоб надати користувачам більш цілеспрямований рекламний вміст. Зазвичай це досягається за допомогою збору даних і автоматизованих цифрових алгоритмів, що дає змогу поширювати вміст окремим користувачам, які мають певні інтереси та звички веб перегляду або які належать до певної цільової аудиторії. Завдяки цьому рекламний контент є більш релевантним для окремих осіб, і це може бути особливо важливим в індустрії туризму. Наприклад, це означає, що користувач, який переглядав веб-сайт певного готелю, побачить і рекламу цього готелю в соціальних мережах. Це дає змогу підприємствам індустрії туризму націлювати свій контент на більш конкретні демографічні групи</p>
4	Віртуальна реальність	<p>За останні кілька років технології віртуальної реальності значно зросли, і гарнітури віртуальної реальності тепер є основним споживчим продуктом. Це надає підприємствам індустрії туризму конкурентні можливості, оскільки віртуальна реальність здатна практично трансформувати оточення користувача, фактично переміщуючи його в інше середовище. Потенційне використання цього майже безмежне. Деякі туристичні онлайн-агенти використовують цю технологію, щоб дозволити клієнтам випробувати готельні номери перед тим, як їх забронювати, тоді як інші туристичні підприємства розробили віртуальний досвід, який допомагає гостеві отримати уявлення про те, що він відчуває, перебуваючи в головній туристичній пам'ятці.</p>

		<p>Інші приклади можуть містити інтерактивні віртуальні карти, екскурсії готелями VR або 360-градусне відео, щоб заздалегідь представити курорт, круїзне судно або туристичну дестинацію</p>
5	Доповнена реальність	<p>Доповнена реальність – це технологія, схожа на VR, вона доступніша для пересічного клієнта, для неї потрібен лише смартфон і відповідний додаток. Однак замість того, щоб повністю замінити оточення користувача, доповнена реальність натомість займається поліпшенням середовища реального світу за допомогою накладень. Для тих, хто працює в індустрії туризму, основний спосіб, яким це може бути використано для поліпшення досвіду клієнтів, є надання додаткової інформації. Так, наприклад, додаток для подорожей може дозволити користувачам навести свій телефон на орієнтир і дізнатися про нього більше, або навести свій телефон на ресторан і переглянути відгуки клієнтів та оцінки гігієни, сервісу, безпеки тощо</p>
6	Інтернет речей (IoT)	<p>Підключення інтернету в повсякденних пристроях, яке зазвичай називають «Інтернетом речей», стало головним руйнівником індустрії туризму. Підприємства, які хочуть забезпечити клієнтський досвід, можуть використовувати такі можливості, щоб підвищити зручність, максимізувати комфорт і навіть уникнути необхідності ремонту. У готелях пристрої можна налаштувати для автоматичного виявлення та реагування на умови в режимі реального часу, тобто температуру та освітлення можна регулювати автоматично. Усі галузі можуть бачити інформацію про робочий стан пристроїв у реальному часі, що дає змогу швидко ремонтувати</p>

		їх, а IoT також може надавати послуги на основі місця розташування
7	Роботи	Основною технологічною тенденцією, що виникає в усіх галузях промисловості, є збільшення використання робототехніки, яка також може значно поліпшити взаємодію з клієнтами. Зокрема, у туристичній індустрії вони можуть відігравати низку ролей, від роботів безпеки до роботів, які пропонують послуги в готелях. Японія створила один із найпомітніших прикладів робототехнічного досвіду клієнтів, коли в готелі Henn-na повністю працюють роботи: від роботів для реєстрації до роботів-носіїв багажу. В аеропортах і авіакомпаніях роботи можна використовувати для будь-чого: від виявлення зброї до знешкодження бомб і підвищення безпеки
8	Вміст, який створили користувачі	Контент, який створили користувачі, стосується всього, що створили користувачі або клієнти, а не бізнес. У туристичній індустрії одним із очевидніших прикладів цього є зображення, які користувачі завантажують на веб сайти соціальних мереж, і вони можуть бути надзвичайно впливовими, оскільки часто представляють думку клієнтів. Для туристичних підприємств «фішка» полягає в тому, щоб знайти способи дали змогу клієнтам створювати контент, який додає їм досвіду, а також служить позитивним маркетингом із вуст в уста. Багато туристичних визначних пам'яток, наприклад, досягають цього завдяки фірмовим фотозонам, де клієнти фіксують моменти свого візиту та легко завантажують їх у соціальні мережі разом із логотипом чи іншою формою тонкого брендування

Туристичним підприємствам необхідно активно інвестувати в нові технології та канали зв'язку, щоб забезпечити можливість надавати безперебійний досвід для своїх клієнтів. Ретельне стратегічне планування дає змогу туристичним підприємствам надавати послуги, до яких клієнти повертатимуться. Ці постійні клієнти виконуватимуть подвійну функцію і як амбасадори бренду і навіть можуть використовуватися безпосередньо в маркетингових продуктах туристичного підприємства. У наступні роки, коли туристична галузь відновлюватиметься та розвиватиметься, конкуренція за клієнтів продовжуватиме загострюватися, а краще розуміння споживачів відокремить переможців від переможених.

Таким чином, туристичні підприємства можуть вибудовувати тісніші відносини зі споживачами через додатковий досвід і сервіс, що підвищує лояльність до бренду підприємства і збільшує кількість повторних звернень. Клієнтський досвід у туристичній галузі будується на основі глибокого розуміння потреб споживача, забезпечення кращого досвіду взаємодії, вибору правильної маркетингової стратегії, запровадження нових інформаційних технологій.

Список використаних джерел

1. Tourism set to return to pre-pandemic levels in some regions in 2023. URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-set-to-return-to-pre-pandemic-levels-in-some-regions-in-2023> (date of application: 25.03.2023).
2. The Future of Customer Experience in Travel, Tourism, and Hospitality. Chattermill. URL: <https://chattermill.com/blog/the-future-of-customer-experience-in-travel-tourism-and-hospitality> (date of application: 25.03.2023).
3. How Has Customer Experience Changed in the Tourism Industry? A Look at Before, During and After COVID-19. TravelPulse. URL: <https://www.travelpulse.com/news/features/how-has-customer-experience-changed-in-the-tourism-industry-a-look-at-before-during-and-after-covid-19.html> (date of application: 25.03.2023).
4. Іванова Л О., Вовчанська О. М. Маркетингові аспекти подолання кризи в туризмі через пандемію COVID-19. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід : матеріали XV Міжнар. наук. конф., м. Львів, 8-9 жовт. 2021 р. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2021. С. 104-108.

ПЕРСПЕКТИВИ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЗАКАРПАТТЯ

Володимир Ковалишин
канд.екон.наук, доцент

Павло Кучер
канд.геогр.наук, старший викладач

Христина Попаца
студентка

*Львівський державний університет фізичної
культури ім. Івана Боберського (Україна)*

Лікувально-оздоровчий туризм належить до унікальних видів туризму, який тісно поєднується з рекреаційною діяльністю. Існує низка різних визначень та тлумачень лікувально-оздоровчого туризму, зокрема часто в наукових дослідженнях лікувально-оздоровчий туризм ототожнюють із медичним туризмом, оскільки він має на меті зміцнити здоров'я та фізичну і духовну реабілітацію громадян [1].

Для Закарпаття туристична діяльність відіграє надзвичайно важливу роль у створенні робочих місць та забезпеченні значних надходжень до місцевого бюджету. Закарпатська область є одним із лідерів щодо впровадження лікувально-оздоровчого туризму в Україні. Для цього в регіоні є всі необхідні передумови. Зокрема, в області зафіксовано понад 62 офіційно зареєстровані родовища мінеральних вод, виокремлено 10 лікувально-оздоровчих рекреаційних зон. Наявні численні санаторії та профілакторії різних форм власності, які забезпечують комфортний відпочинок та оздоровлення.

Розвиток туризму та рекреації є одним з основних завдань регіональної стратегії розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 років, затвердженої рішенням обласної ради №1630 від 20.12.2019 [2].

Щоб оцінити можливості реалізації стратегії, провели аналіз сильних і слабких сторін лікувально-оздоровчого туризму в Закарпатті. Сильними сторонами є наявність значної кількості джерел мінеральних і термальних вод, лікувальних грязей; унікальний мікроклімат, спричинений географічним положенням регіону; сприятливі природні чинники, зокрема велика кількість лісів, озер та гірських річок; значна кількість санаторно-оздоровчих комплексів, які пропонують послуги з лікувально-оздоровчого туризму;

соціально активне населення залучене в надання супутніх послуг (перевезення, реалізація сувенірів, місцевих гастрономічних продуктів тощо).

Водночас до слабких сторін можна зарахувати: вичерпування запасів мінеральних вод за рахунок надмірної їх експлуатації; недостатній розвиток транспортної інфраструктури, зокрема поганий стан місцевих транспортних шляхів; фізичний знос окремих санаторно-оздоровчих комплексів, відсутність інвестицій, особливо це стосується державних і комунальних санаторіїв, які перебувають без оновлення уже багато років; низький рівень кваліфікації окремих працівників, залучених до надання послуг із лікувально-оздоровчого туризму.

Заходами, які покликані поліпшити сферу лікувально-оздоровчого туризму в Закарпатті, є модернізація інфраструктури, залучення інвестиції в реконструкцію матеріально-технічної бази санаторно-курортних закладів; будівництво та ремонт транспортних шляхів. Необхідне постійне підвищення рівня обслуговування персоналу та його навчання й підвищення кваліфікації. Особливу увагу потрібно приділяти управлінським аспектам, командній роботі працівників на всіх етапах створення туристичного продукту.

Також заходами повинні стати розроблення правильної маркетингової стратегії, яка містить: створення актуального туристичного продукту відповідно до попиту, який складається на туристичному ринку; удосконалення туристичного продукту через розвиток додаткових послуг; поєднання різних видів рекреації в санаторно-курортних закладах. Окрім того, необхідна державна підтримка, яка передбачає інвестування в державні санаторії відповідної спеціалізації, та можливість здійснювати лікування залежно від попиту на певні процедури за рахунок коштів державного фінансування.

Ураховуючи викладені в дослідженні перспективи лікувально-оздоровчого туризму в Закарпатті, можна зробити такі висновки. Закарпаття є унікальним регіоном в Україні, який пропонує широкий спектр послуг у сфері лікувально-оздоровчого туризму. Можна стверджувати, що цей вид туризму займає провідне місце на ринку туристичних послуг Закарпаття.

Сильними сторонами регіону є сприятливий мікроклімат, наявність гір та чистого повітря та велика кількість джерел мінеральних вод, бальнеологічних курортів тощо. Окрім того, у Закарпатті є значна кількість інших туристичних об'єктів, які додатково приваблюють туристів, допомагають активно провести час та сприяють розвитку лікувально-оздоровчого туризму.

Послуги у сфері лікувально-оздоровчого туризму переважно забезпечуються чисельними санаторно-курортними комплексами, які перебувають як у приватній, так комунальній, і частина в державній власності. Водночас

проживання відпочивальників можливе в приватних садибах із відвідуванням процедур на території санаторно-курортних комплексів.

Можна спрогнозувати, що туристичне значення та важливість регіону збільшуватимуться в міру зростання потреб в оздоровленні та реабілітації військових і цивільних громадян, які постраждали внаслідок воєнних дій на території України.

Для подальшого розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Закарпатті необхідні сприятливий інвестиційний клімат та додаткові капіталовкладення, підтримка через державні програми, удосконалення маркетингових стратегій розвитку туризму, навчання основних акторів, залучених у туристичну сферу.

Список використаних джерел

1. Галасюк С. Концептуальні підходи до визначення терміну «лікувально-оздоровчий туризм». Економіка та суспільство. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-8>
2. Регіональна Стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 років. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalna-strategiya-rozvytku-zakarpatskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/>
3. Про програму розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2021-2023 рр. URL: <https://oda.carpathia.gov.ua/dokument/pro-programu-rozvytku-turyzmu-i-kurortiv-u-zakarpatskiy-oblasti-na-2021-2023-roky>

УДК 338.486:911.6(477.87)

ПЕРЕДУМОВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ СТАЛОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Володимир Ковалишин
канд.екон.наук, доцент

Володимир Холявка
канд.екон.наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Упровадженню концепції сталого розвитку в туристичну галузь в Україні за останні кілька років присвячено низку наукових праць, більшість з яких стосуються питань необхідності екологізації туристичної діяльності в Україні, формування стратегії розвитку сталого туризму та впровадження туризму в умовах подолання наслідків пандемії COVID-19 [1, 2, 4]. Водночас у більшості досліджень не враховано регіональні аспекти сталого туризму, пов'язані зі специфікою окремих регіонів, що особливо важливо завдяки різноманіттю туристичних напрямків та локацій, які є в Україні.

Упровадження концепції сталого туризму також стає актуальним у межах реалізації стратегії розвитку туризму та курортів, які схвалив Кабінет Міністрів України на період до 2026 року. Основними проблемними питаннями, які стоять перед туристичною галуззю України, у Стратегії згадуються зменшення кількості іноземних туристів за останні роки, зміна внутрішніх туристичних потоків, незадовільна туристична інфраструктура та рівень послуг, що надають провайдери туристичного ринку [3]. Однак Стратегія практично не зачіпає питання обмеженості окремих туристичних ресурсів та суттєвої залежності розвитку туризму в окремих регіонах від стану довкілля. Водночас вказано на необхідності забезпечення постійності розвитку сфери туризму та курортів та сталого розвитку територій, які повинен забезпечувати економічний механізм реалізації Стратегії [3].

Закарпатська область є одним із регіонів України, який значною мірою залежить від туристичної діяльності, оскільки у сфері туризму зайнята велика кількість місцевих мешканців, а надходження від туристичної діяльності становлять значну частку в наповненні бюджету області. Тож сталий розвиток туризму тут відіграє надзвичайно важливу роль з соціальної та економічного погляду.

Щодо забезпеченості туристичними ресурсами Закарпатська область є серед лідерів в Україні. У зв'язку з наявністю в краї чисельних природних, історичних, духовних, соціально-культурних та інших цінностей однаково добре розвиваються різні види та напрями туристичної діяльності, включаючи спортивний туризм, лікувально-оздоровчий туризм, релігійний туризм, гастрономічний туризм тощо. Водночас надмірне антропогенне навантаження та потік туристів за останні роки відчутно впливають на здатність місцевих екосистем до самопідтримки та відновлення, що також становить значні загрози для довкілля. Окрім того, існують суттєві ризики для подальшого розвитку окремих видів туризму, які пов'язані з виснаженням природних ресурсів краю, наприклад, це стосується лікувально-оздоровчого туризму, який у Закарпатській області значною мірою залежить від якості та запасів джерел мінеральної води, термальних вод, а також лікувальних грязей. Зокрема, можна навести приклад відомого курорту в селищі Велятино Хустського району, який славився своїми термальними водами, з вичерпанням запасів яких зіштовхнувся місцевий туристичний бізнес в останні кілька років, що суттєво вплинуло на потік відпочивальників у цій місцевості.

Оскільки сталий туризм безпосередньо пов'язаний із сільським та екологічним туризмом, у разі його впровадження на місцевому рівні надзвичайно важливо активно залучати місцеві громади. Так, Н.Є. Кудла вказує на необхідність максимальної співпраці з органами місцевого самоврядування для розвитку туристичних послуг у Карпатському регіоні [4] та розв'язання соціально-економічних проблемних питань краю.

Зростання чисельності лікувально-оздоровчих закладів, а також підприємств з видобутку та розливу води призводить до вичерпування запасів мінеральних вод, якими відома область. Очевидно, що це питання повинно стати одним із напрямків удосконалення державної політики у сфері розвитку туризму та раціонального використання природних ресурсів.

Підтримка в належному стані та можливість рівноцінного використання в майбутньому туристичних послуг та пов'язаних з ними природних ресурсів є одним із пріоритетних завдань, які слід розв'язувати в туристичній галузі Закарпаття. Важливий акцент необхідно робити на збереженні гірських лісових екосистем, які домінують у Закарпатті, та які суттєво впливають на інші екосистеми та ресурси області, які активно залучені в туристичну сферу.

Список використаних джерел

1. Крупенна І., Горбатюк Я. Вплив концепції сталого розвитку туризму на формування маркетингових стратегій туристичних компаній.

-
- Вісник Хмельницького національного університету. 2022. № 2, т. 2.
URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(2\)-32](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(2)-32)
2. Машіка Г. В., Пологовська Ю. Ю., Бикова М. Д. Сучасні тенденції розвитку екологічного туризму в Україні в умовах пандемії COVID-19. Екологічні науки. 2021. № 2(35). <https://doi.org/10.32846/2306-9716/2021.eco.2-35.26>
 3. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>.
 4. Кудла Н. Є. Активність органів місцевого самоврядування у розвитку туристичних послуг сільської місцевості Карпатського регіону. Перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні : монографія / за ред. М. Шершуна. Рівне : Видавець Олег Зень, 2016. С. 152-164.

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА ПРИКЛАДІ «PIZZA CELENTANO»

Оксана Кулик
викладач

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

В умовах ринкової економіки України залучення додаткових інвестицій для ведення бізнесу є надзвичайно важливим та пріоритетним завданням. Звичайно, тепер, коли Україна живе і працює в умовах повномасштабної війни, залучити інвестиції стає ще складніше. Але попри все, залучення інвестицій і в такий складний період для нашої держави все-таки відбувається.

На сьогодні сферу індустрії гостинності вважають однією з пріоритетних сфер. Адже індустрія гостинності містить багато складників, зокрема:

- послуги розміщення;
- послуги харчування;
- парки розваг;
- транспорт;
- круїзні лінії;
- подорожі та інші супутні напрямки.

Тож інвестиційні вкладення у згадані напрямки є пріоритетними і мають перспективу.

Інвестиційний процес – це низка циклів фінансування різних проєктів, які повторюються через певний час. Інвестиційний процес передбачає наявність зв'язку між учасниками і певним середовищем інвестування, в якому здійснюється вся їх діяльність. Поняття інвестиційного процесу є специфічним і передбачає укладення угоди між інвесторами та об'єктами інвестування для подальшого отримання доходів. Уся цілеспрямована діяльність заснована на створенні сприятливої атмосфери і умов для отримання фінансування. Будь-який інвестиційний процес починається з моменту надання інвестором особистих грошових коштів для реалізації певної програми і встановлення зв'язку.

Учасниками інвестиційного процесу вважають всіх фізичних і юридичних осіб, які беруть безпосередню участь у проєкті інвестування:

- біржа інвестицій;
- страховики;

- інвестори;
- об'єкти інвестування;
- посередники;
- постачальники;
- підрядники;
- замовники[1].

Інвестори фінансують об'єкти інвестування, придбавши їх цінні папери. Вони є безпосередніми вкладниками власного капіталу в діяльність підприємства. Усі учасники можуть виконувати відразу кілька функцій і мають повне право розпоряджатися результатами реалізованих проєктів. Їх діяльність повинна здійснюватися відповідно до чинного законодавства та нормативних актів. Структура інвестиційного процесу складається з п'яти основних етапів:

- вибір інвестиційної політики;
- проведення моніторингу на ринку цінних паперів;
- формування інвестиційного портфеля;
- робота з портфелем цінних паперів;
- оцінювання ефективності інвестиційної діяльності.

Представимо аналіз інвестиційного процесу на прикладі «Pizza Celentano» – найбільша мережа піцерій України з понад 20-літньою історією. Перший заклад «Pizza Celentano» у Львові відкрили троє друзів-новаторів, які створили ресторан з унікальним інтер'єром, асортиментом і музичним оформленням. У серпні 1998 року було відкрито перший ресторан швидкого обслуговування торгової марки «Pizza Celentano» у Львові. Піцерія розвивалася швидкими темпами. Таким чином, упродовж кількох років утворилася перша франчайзингова мережа в Україні, де інвесторами ставали друзі друзів, а бізнес був побудований на довірі. На той час засновники Pizza Celentano заклали у ресторани мережі власні цінності, які стали головними складовими бренду «Pizza Celentano». Власниками більшості ресторанів мережі є франчайзинг, які за договором франчайзингу користуються торговою маркою «Pizza Celentano», але самостійно відповідають за операційну діяльність та фінансовий результат своїх ресторанів. «Pizza Celentano» відкриває нові ресторани та оновлює старі – тільки за останні два роки було відкрито 10 нових ресторанів та оновлено 40% мережі в регіонах. Тільки за час карантину «Pizza Celentano» продала три нові франшизи в різних містах України, а саме: у Луцьку, Трускавці та Новояворівську, а наступного року планували нові відкриття закладів у інших містах України і за її межами, для прикладу в центрі Варшави[2].

Отже, аналізуючи наведене, можна зробити висновок, що незважаючи на важкі часи для України через війну, існує тенденція розвитку бізнесу,

тому на цьому етапі для отримання інвестицій необхідно попередньо мати повну стратегічну картину самоокупності бізнесу, найкраще для нового потенційного інвестора інвестувати в розкручений бренд із можливістю викуплення франшизи, тоді існує ймовірність запобігти небажаним ризикам.

Список використаних джерел

1. Інвестиція. URL: https://pidru4niki.com/10561127/investuvannya/vidi_investitsiy_investitsiy_niy_pr
2. Піцца «Челентано». URL: <https://pizzacelentano.com/about/>

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Павло Кучер

канд.геогр.наук, старший викладач

Андрій Кухтій

канд.наук з фіз. виховання та спорту, доцент

Лідія Тимошенко

старший викладач

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Вступ. На сьогодні туризм став однією із основних галузей економіки країн світу і характеризується швидкими темпами розвитку. Саме через швидкі темпи його розвитку збільшуються кількість робочих місць, інвестиційні проекти із розбудови готельно-туристичної інфраструктури (аеропортів, автошляхів, морських портів, реставрації пам'яток культури, музеїв, відновлення і розвиток реакційних зон), що позитивно впливає на мешканців країни і туристів та сприяє подальшому розвитку не лише в туристичній сфері. В Україні на теперішній момент через економічні, політичні та інші проблеми туризм формує лише близько 1% валового внутрішнього продукту, а в економічно розвинених країнах цей показник становить понад 6 - 8% з урахуванням таких показники виникає потреба у виявленні проблем, що перешкоджають розвитку в'їзного туризму в Україні та дослідженні методів його стимулювання.

Мета дослідження – пошук способів стимулювання в'їзного туризму в Україні.

Результати. В'їзний міжнародний туризм – подорожі, що організовують для громадян іноземних країн територією своєї держави, пов'язані з перетином державного кордону для некомерційної діяльності на термін від однієї доби до одного року [1].

Проведений аналіз демонструє, що в'їзний туризм в усіх регіонах країни розвивається нерівномірно. Є регіони та окремі області, що багаті на історичні та культурні об'єкти, а є й ті дестинації, що приваблюють своїми лікувально-оздоровчими та іншими природними ресурсами. Однак загалом стан в'їзного туризму не є задовільним та потребує значного вдосконалення.

Після запровадження безвізового режиму з Європейським Союзом (ЄС) в Україні (з 2017 року) кількість наших громадян, які стали виїжджати до Європи із туристичною метою, значно зросла. Такі зміни очевидно викликали підвищений інтерес до України серед європейських країн, насамперед держав-сусідів. Серед атракцій нашої країни – унікальна кухня, яка є привабливою для іноземців. Для розвитку в'їзного туризму в Україні необхідні значні інвестиції, активна реклама туристичного нашого бренду та туристичних ресурсів. Прийняття України у члени ЄС, використання світового досвіду у процесі співробітництва в галузі туризму, організації та управління ринку туристичних послуг сприятиме підвищенню іміджу привабливості України серед іноземців. Основними методами для поліпшення туристичного іміджу України у світовому інформаційному просторі є такі:

- регулярне проведення контент-аналізу основних медійних ресурсів світу щодо кількості згадок про Україну та ступеня позитиву / негативу, із якими подається новина;
- реклама турпродуктів у соціальних мережах («Інстаграмі», «Фейсбуці», «Твіттері», «Пінтересті» тощо);
- сюжети про туристичну Україну на світових телеканалах: Discovery, National Geographic, Travel Channel, BBC, CNN тощо;
- створення умов для перетворення України на вигідну знімальну локацію для відомих кіностудій та стримінгових сервісів;
- включення українських каналів до популярних кабельних та супутникових мереж;
- організація інформаційних турів для представників медіа- та туристичного бізнесу інших країн.
- проведення Днів України закордоном замість витрачання бюджетних коштів на організацію заходів та конференцій з сумнівною ефективністю в межах самої України;
- збільшення кількості іншомовних медіа, зокрема недержавних;
- розроблення заходів з унікального позиціонування України в провідних світових медіа.

Щоб потік в'їзного туризму в Україні збільшився, мають бути попередньо виконані декілька умов, серед них: сформоване бачення та стратегія сталого розвитку туристичної індустрії; податкові пільги та довготривалі кредити для готельного бізнесу; зручна логістика та безперебійний мобільний зв'язок. Окрім того, необхідно забезпечити високий рівень сервісу представників прикордонної служби та компенсації авіакомпаніям / лайнерам за пасажирів в обмін на зобов'язання компаній доставити певну кількість пасажирів. Необхідно забезпечити вдосконалення туристичного сервісу та суспільний контроль стандартів якості. Особливу увагу варто приділити розробленню

сучасних програм навчання кадрів для туристичної сфери та політична воля для її реалізації.

Одним із головних чинників стимулювання в'їзного туризму є безпека іноземних туристів на території України. Адже саме через це останніми роками кількість іноземних туристів різко зменшилася, зокрема у зв'язку зі складною політичною ситуацією в країні. Тож запорукою безпеки для розвитку туризму стане приєднання до Північноатлантичного альянсу — військово-політичного союзу, який гарантуватиме безпеку України після перемоги у Російсько-українській війні, що триває від 20 лютого 2014 року.

Ще одним важливим аспектом стимулювання в'їзду до України іноземних туристів є інноваційні технології. На сьогодні запровадження інноваційних процесів має великий вплив на розвиток туризму та стимулювання іноземців до відвідування України. Адже саме за допомогою технологічного забезпечення й відбувається інформування іноземного населення про нашу країну, тим самим українські туристичні підприємства роблять усі можливі маркетингові заходи для того, щоб збільшити в'їзний туристичний потік [2].

Завдяки інтернету іноземні туристи можуть дізнатися про Україну, її культурну та історичну спадщину, природні ресурси, наявні готельний, ресторанний та рекреаційний фонди, а також про кількість інших іноземців, які відвідують Україну впродовж року [3].

Обговорення і висновки. Отже, державним органам України, туристичним підприємствам та самим громадянам необхідно докласти багато зусиль, щоб збільшити довіру іноземних туристів до нашої країни та сформувати позитивний імідж держави. Для цього потрібно зберігати, поліпшувати та рекламувати всі туристичні об'єкти України, стежити за станом транспортних шляхів, залучати та заохочувати молодь, щоб отримати висококваліфікованих працівників у галузі туризму.

Ключові слова: в'їзний туризм, розвиток, імідж, Україна.

Список використаних джерел

1. В'їзний туризм : навч. пос. / П. Ф. Коваль, Н. О. Алешугіна, Г. П. Андреева, О. О. Зеленська, Т. В. Григор'єва, О. Г. Пархоменко, В. Б. Дудко, М. О. Михайловський, С. І. Бондар ; ред. П. Ф. Коваля, Н. О. Алешугіної. Ніжин : Вид-во Лук'яненко В.В., 2010. 304 с.
2. Новиков В. С. Инновации в туризме : учеб. пособие. Москва : Академия, 2007. 208 с.
3. Онисько М. Б. Міжнародний туризм: світові тенденції та українські реалії. URL: <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizm-ukraine-mir.html>.

ЕКСТРЕМАЛЬНИЙ ТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ ЗРОСТАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ

Костянтин Лабарткава
викладач

Андрій Кухтій
канд.наук з фіз. виховання та спорту, доцент

Валентина Лабарткава
викладач

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Актуальність. Екстремальний туризм набуває активного розвитку у всьому світі, зокрема і в Україні. Дедалі більше людей прагнуть побачити красу підводного світу, спуститися гірським схилом на лижах і навіть стрибнути з парашутом. У Європі цей вид туризму почав розвиватися швидкими темпами і ставати масовим наприкінці 80-х – початку 90-х рр. ХХ ст., в Україні – з початком нового тисячоліття. Однак в Україні екстремальний туризм розвинений не так добре, як в інших частинах світу, зокрема в Європі.

На сучасному туристичному ринку екстремальний туризм користується неабияким попитом, оскільки для свого розвитку він не потребує значних фінансових вливань та дає змогу рік у рік збільшувати пакети турів, що пропонують туристичні фірми своїм клієнтам. Такий вид туризму також може бути цікавим для категорії туристів, які віддають перевагу бюджетному відпочинку, оскільки характерною рисою екстремального туризму є те, що більша частина його послуг надається з мінімальними витратами для туриста.

Мета роботи – обґрунтувати теоретичні та практичні аспекти розвитку екстремального туризму в регіоні.

На сучасному туристичному ринку екстремальний туризм користується неабияким попитом, оскільки для свого розвитку він не потребує значних фінансових вливань та дає змогу рік у рік збільшувати пакети турів, що пропонують туристичні фірми своїм клієнтам. Такий вид туризму також може бути цікавим для категорії туристів, які віддають перевагу бюджетному відпочинку, оскільки характерною рисою екстремального туризму є те, що більша частина його послуг надається з мінімальними витратами для туриста.

Найбільшою популярністю користуються окремі види екстремального туризму, які відомі серед вузького кола екстремалів – «атомний туризм», «джайлоо-туризм» тощо. Слід зазначити, що останнім часом виникають туристичні фірми, котрі спеціалізуються винятково на екстремальних видах відпочинку [2].

Проте розвиток екстремального туризму є динамічним процесом, що розвивається і постійно трансформується залежно від потреб і смаків туристів. Успішний розвиток екстремального туризму в Україні активно сприятиме економічному зростанню в таких секторах економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, сільське господарство, будівництво та ін., впливатиме на формування ВВП, а також забезпечення зайнятості населення шляхом створення нових робочих місць. У допандемічний період, починаючи від 2005 р. в Україні спостерігався стійкий приріст кількості іноземних туристів в Україну, який становив близько 2 млн осіб щороку та збільшення кількості внутрішніх туристів – на 500–700 тис. осіб порівняно з 2015 р. Зокрема, зростання попиту на літні види спорту (рафтинг, пішохідні тури, дайвінг, велотури) у 2016 р. становило близько 19% порівняно з 2015 р.

За результатами звіту Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), створеного за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців», в Україні перевагу гірськолижним видам відпочинку віддають 17% опитаних, спортивному туризму, відвідуванню та участі у спортивних заходах – 7%, екстремальним видам відпочинку – 4% респондентів. Опитування було проведене впродовж 12.11.2021–10.12.2021 на території України (крім окупованих територій Донецької та Луганської областей, АР Крим), обсяг реалізованої вибіркової сукупності становив 23 480 респондентів. Результати здійсненого дослідження представлені на рис.1.



Рис. 1. Яким видам відпочинку надають перевагу в Україні [28]

Висновок. В Україні є значний потенціал для розвитку екстремальних видів відпочинку, проте він недостатньо розвинений. Форми екстремального туризму є маловідомими для українських туристів, тому до них сформоване або інертне, або негативне ставлення. На законодавчому рівні державні органи влади не приділяють достатньо уваги екстремальному туризму та перспективам його розвитку в окремих регіонах та держави в цілому.

Список використаних джерел

1. Бобловський О. Ю. Розвиток спеціальних видів туризму в Україні. Київ, 2016. С. 278–287.
2. Проблеми розвитку екстремального туризму в Україні. URL: https://studwood.net/1128835/turizm/rozdil_ekstremalniy_turizm_suchasnih_umovah.

-
3. Притков В. Ю., Жердьов А. Е. Екстремальний туризм в Україні: сучасний стан та перспектива розвитку. Географія та туризм. 2012. С. 44-51.

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ: НОВІ ВИКЛИКИ

Василь Липчук

д.екон.наук, професор, член-кореспондент НААН України

Наталя Липчук

канд.екон.наук, доцент

*Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій імені С.З. Гжицького (Україна)*

Пандемія коронавірусу та війна Росії проти України внесли суттєві зміни в соціально-економічні процес, традиційний спосіб буття як українців, так і європейців. Турбота про свою безпеку та безпеку близьких, а також чинні обмеження спонукали багатьох людей змінити спосіб проведення вільного часу та відпустки. Саме відкритий сільський простір, затишність закладів, гостинність мешканців, оригінальні пам'ятки й безпечність перебування сприяли зростанню значення сільського туризму, як «виду туристичної діяльності, в якому досвід відвідувача пов'язаний із широким спектром продуктів, пов'язаних із природою, сільським господарством, сільським способом життя та культурою [1].

Популярність сільського туризму (нарівні з туризмом у сільській місцевості та slow туризмом) постійно зростає. Навіть у період пандемії в окремих європейських країнах (Чехія, Франція) зросло споживання цього виду послуг. І саме сільський туризм, на відміну від інших його форм, найменше постраждав у пандемічний період та має найкращі шанси для динамічного відродження.

Сільський туризм, як показує світова практика, зазнає багатьох змін, спричинених процесами та явищами, що відбуваються на туристичному ринку, проявляються нові тренди та повстають нові виклики. Зокрема, відзначимо наступні.

Зацікавленість мешканців міст зростанням власного творчого потенціалу (креативний туризм). Це потребує створення нового креативного сільського туристичного продукту, характерними рисами якого мають бути автентичність, унікальність та інтерактивність.

2. Зростальний вплив інформаційних технологій у туризмі, які формують моду на відпочинок, діагностують нові ринки і продукти, створюють та постачають туристичні продукти, утримують контакт із клієнтами і багато іншого [2, с.35]. Віртуальний простір слід вважати ключовим інструментом

для інформації та спілкування з потенційним гостем. Особливу увагу доцільно звернути на присутність у соціальних мережах та збільшувану популярність мобільних пристроїв.

3. Створення якісної і унікальної сільської туристичної пропозиції, її розповсюдження та просування можливе лише на основі об'єднання зусиль, що потребує посилення співпраці з підприємницькими структурами на селі, органами місцевого самоврядування та в межах асоціацій, об'єднань, кластерів.

4. Формування мережевого туристичного продукту, що забезпечує більшу привабливість туристичного пакету, так і додатковий синергетичний ефект як у просуванні і в розвитку інфраструктури, людських ресурсів і систем розподілу.

5. Збільшувана популярність працювати віддалено (онлайн) через обставин, що склалися, та працювати подорожуючи – воркейшин (роботовідпустка). Динамічне зростання цього сектору туристичного ринку.

6. Адаптація об'єктів сільського туризму до потреб караванінгового туризму, що динамічно розвивається, зокрема інтересу туристів до місць, пристосованих для зупинки та обслуговування будинків на колесах.

7. В авангарді найпопулярніших тенденцій у туризмі, насамперед у сільському, перебуває кулінарний туризм. Формується новий тренд, який активно пропагують у світі: farm dining, а харчування стає ключовим елементом туристичного продукту та одним із важливих мотивів вибору того чи того місця та виду відпочинку.

Урахування наведеного сприятиме динамізму розвитку та конкурентоспроможності сільського туризму на туристичному ринку.

Список використаних джерел

1. Липчук В. В., Липчук Н. В. Тренди в туризмі: корекція пандемії. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. № 2(68). С. 33-37.
2. Recommendations on Tourism and Rural Development – A Guide to Making Tourism an Effective Tool for Rural Development. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf>

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

*Світлана Павлюк
канд.екон.наук,*

Миколаївський національний аграрний університет (Україна)

Туризм є однією з небагатьох сфер світового господарства, що найбільше постраждали від пандемії COVID-19. Якщо у 2019 році розмір валового внутрішнього продукту галузі становить 10,3%, то у 2020 – 2021 роках, він знизився до рівня 5,3% та 6,1%, відповідно. А кількість робочих місць скоротилася з 333 мільйонів (у 2019 році) до 289 мільйонів у 2021 році.

Глобальна пандемія ХХІ ст., перша за своїм масштабом, створила майже 100 млн робочих місць у зоні ризику, особливо це стосується мікро-, малих та середніх підприємств, основна частка зайнятих яких – це жінки (54% від зайнятих у туризмі [1]).

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) міжнародний туризм у 2022 році відновився на 63% від допандемічного рівня, а це відповідно понад 900 млн туристів. Лідерами зростання стали країни Європи (до 80% або 585 млн прибуттів) та Близького Сходу (до 83%), що пояснюється послабленням деяких обмежень на подорожі. Відповідно, у країнах Африки та Америки відсоток збільшення туристичних потоків становить 65%, а в Азії та Тихому океані – лише 23% (оскільки тут діяли суворіші обмеження, пов'язані з пандемією COVID-19) [2].

Беручи до уваги позитивні результати та прогнозні сценарії Всесвітньої туристичної організації на 2023 рік, відновлення міжнародних туристичних потоків туристів можливе, навіть до 80 – 95% від допандемічного рівня, але це зростання значно, залежатиме від стану туристичної галузі в тій чи іншій країні та економічно-геополітичної ситуації. За роки всесвітньої пандемії потреби та смаки туристів дещо змінилися, як відповідь на дію негативних чинників, оскільки більшість із них відкрили для себе всі можливості внутрішнього туризму або так званого «travel close to home», а тому у 2023 році такі тенденції збережуться.

Війна в Україні, яку розпочала Росія, спричинила найбільшу гуманітарну катастрофу та катастрофу з правами людини, якої в Європі не було з часів Другої світової війни. Всесвітня туристична організація від самого початку підтримувала нашу країну та згуртувала навколо себе зацікавлені сторони для підтримки українського народу.

В історії є багато прикладів, коли країни та туристична галузь відновлювалися і ставали кращими. Унікальна сила туризму, доведена безліч разів, сприяє поверненню довіри, діалогу, взаєморозумінню, адже Україна має багато туристичних атракцій, а світ зараз зацікавлений в Україні.

У вересні 2015 року було ухвалено Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року, таким чином туризм має потенціал прямо чи опосередковано сприяти досягненню всіх завдань. Зокрема, це стосується цілей 8, 12 і 14 щодо інклюзивного та сталого економічного зростання, сталого споживання та виробництва (SCP) й сталого використання океанів і морських ресурсів, відповідно. Однак досягнення цієї програми потребує чіткої основи реалізації, відповідного фінансування та інвестицій у технології, інфраструктуру та людські ресурси.

Перезавантаження туризму для забезпечення його інклюзивності, тобто його трансформація в більш стійкий, цифровий, соціальний і відповідальний, зробить його привабливим сектором для реалізації суспільством всіх можливостей.

Список використаних джерел

1. Barawid N. Technology Trends Redefining the Hospitality Industry. URL: <https://www.entrepreneur.com/science-technology/6-technology-trends-redefining-the-hospitality-industry/423654>.
2. Tourism set to return to pre-pandemic levels in some regions in 2023. URL: <https://www.unwto.org>.

ДОСВІД ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЇ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ

Роман Скабара

канд.географ.наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Сьогодні зростає актуальність наукових досліджень, що мають на меті аналіз позитивних практик кооперації зусиль влади, бізнесу та громадянського суспільства, покликаних допомогти розвитку важливих секторів економіки у кризових ситуаціях. Безумовно, такою була і продовжує залишатися для багатьох держав пандемія COVID-19.

Об'єктом дослідження є туристична індустрія Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії, предметом – стан та структурно-динамічні процеси її розвитку.

У роботі використано первинну статистику та аналітичні доповіді Офісу національної статистики (ONS) Великої Британії.

Наголошуємо на можливостях використання досвіду цієї країни в умовах повоєнного відновлення української індустрії гостинності.

Сьогодні туристична індустрія є одним із найважливіших двигунів інноваційної економіки, її питома вага у ВВП становить 7,2% і, за прогнозами, збільшуватиметься на 3,8% щорічно до 2025 року.

Туристична індустрія Великої Британії створює два мільйони робочих місць.

Кожного року громадяни Сполученого Королівства здійснюють приблизно 70 мільйона закордонних подорожей. До 2025 року, як очікується, фондова вартість туристичної індустрії становитиме понад 257 мільярдів фунтів стерлінгів. Сполучене Королівство посіло п'яте місце в лізі доходів від міжнародного туризму ЮНВТО 2017 року.

Туризм у Великій Британії під час пандемії COVID-19 демонстрував такі тенденції розвитку:

1. Через пандемію COVID-19 кількість іноземних туристів скоротилася. У 2021 році кількість в'їзних туристів становила близько 7 млн, тоді як до пандемії – майже 41 млн.

2. Зменшилися валові витрати іноземних туристів. Наприклад, витрати мандрівників зі США становили 783 млн британських фунтів стерлінгів у 2021 році, скоротившись аж на 81 відсоток порівняно з 2019 роком.

3. Зменшилася кількість виїзних туристичних поїздок з Великої Британії до 19 млн осіб у 2021 р., що є найнижчим показником за останні десять років.

4. Пандемія також вплинула на внутрішні подорожі, оскільки уряд уввів обмеження на переміщення, щоб контролювати поширення вірусу. У 2021 р. валові витрати на внутрішній туризм у Великої Британії зросли майже на 68% порівняно з 2020 р., ще не вдалося досягти рівня 2019 р. [1].

Потрібно також зазначити, що кількість британців, які брали відпустки, різко впала за перші два роки пандемії COVID-19, цей показник поліпшився у 2022 р.

Як свідчать соціологічні опитування, у червні 2022 р., основним регіоном для літнього відпочинку у Великої Британії став південний захід країни [2].

Отже, розподілимо головні інструменти порятунку індустрії гостинності Великої Британії впродовж пандемії COVID-19 за значенням:

1. Інновації в індустрії гостинності (цифровізація сервісів доставлення продукції і логістики, віртуальний туризм тощо).
2. Зміни в податковому законодавстві щодо стартапів і чинних малих, сімейних підприємств в індустрії гостинності.
3. Пряма фінансова допомога організаторам туризму від уряду.
4. Пряме субсидіювання подорожей виключеним соціальним групам від місцевих громад, професійних спілок та уряду.

Ураховуючи досвід Великої Британії, рекомендуємо такі інструменти у стратегії повоєнного відновлення туристичної індустрії України.

1. Розблення соціального туризму — пряме субсидіювання подорожей виключеним соціальним групам від місцевих громад, професійних спілок, уряду, українських та міжнародних благодійних організацій.
2. Розроблення та реалізація проектів Всесвітньої туристичної організації в Україні на довгостроковій основі.
3. Зміни в податковому законодавстві щодо стартапів і чинних малих, сімейних підприємств в індустрії гостинності.
4. Пряма фінансова допомога організаторам туризму від уряду та місцевої влади (грантова підтримка проектів).
5. Інновації в індустрії гостинності (цифровізація сервісів доставлення продукції і логістики, менеджменту).
6. Інвестування профільної освіти, що орієнтується на потреби стейкхолдерів.

7. Сприяння уряду та міжнародних донорів у промоції українського туристичного продукту на нових ринках (північна Африка, південно-східна Азія та південна Америка).

Практичну значущість і послідовність використання рекомендованих інструментів повоєнного відновлення туристичної індустрії України, на нашу думку, можна конкретизувати впродовж розробки стратегії і перших етапів її реалізації.

Список використаних джерел

1. VisitBritain/VisitEngland. URL: <https://www.visitbritain.org/>
2. Office for National Statistics. URL: <https://www.ons.gov.uk/>

ОЦІНЮВАННЯ ЦІННОСТІ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЕКОСИСТЕМНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЗАВДАНЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Володимир Худоба
канд.геогр.наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Швидкі темпи розвитку глобальної економіки супроводжуються посиленням антропогенного навантаження на екосистеми планети. Багато в чому це пов'язано з експлуатацією природних ресурсів у небачених в історії людства масштабах, із дедалі більшим порушенням функціонування екосистем на різних рівнях, що теж призводить до скорочення біологічного різноманіття, та втратою здатності екосистем до самовідновлення. Спроба поєднати бажання й потребу в споживанні природних ресурсів із необхідністю збереження їх у належному стані для сьогодення та майбутнього покоління є великим викликом, реалізація якого можлива лише через відповідне управління, раціональне використання та охорону екосистем.

Відповідно до євроінтеграційних зобов'язань Україна на законодавчому рівні затвердила наміри запровадження екосистемного підходу до всіх напрямів соціально-економічного розвитку. Нові ринки екосистемних послуг виникли у відповідь на неспроможність традиційних механізмів збереження біорізноманіття ефективно захистити та зберегти процеси, які підтримують функції екосистем.

Туристична галузь, з одного боку, дуже залежить від ресурсів екосистем, що забезпечують економічні можливості для сталого існування, а з другого боку, здійснює негативний антропогенний вплив на ті ж екосистеми через забруднення, ерозію ґрунтів, знищення біологічного різноманіття, зміну ландшафтів тощо.

Сталий туризм – один із ринкових інструментів, який потенційно підтримує екосистемні послуги і має на меті збалансувати екологічні, економічні та соціокультурні складники розвитку туризму завдяки збереженню природних ресурсів, соціокультурних засобів до існування громад які приймають, та надання вигод зацікавленим сторонам [2].

Відносно його оцінювання рекреаційних екосистемних послуг може бути важливим інструментом у процесі подолання концептуального розриву між збереженням екосистем і задоволенням туристичних потреб.

Поняття рекреаційних екосистемних послуг розуміють як сукупність продуктів та функцій екосистем, які є корисними для суспільства, що містить усі фізичні та інтелектуальні взаємодії з екосистемами для задоволення рекреаційних і туристичних потреб людини.

Процес оцінювання рекреаційних екосистемних послуг для досягнення завдань сталого розвитку туризму повинен складатися із чотирьох етапів: ідентифікації рекреаційних екосистемних послуг, визначення їх економічної цінності, визначення бенефіціарів цих послуг та формування механізму платежів за ці послуги.

Одним із інструментів ідентифікації та оцінювання екосистемних послуг є ГІС-технології. Саме за допомогою ГІС можна здійснити інвентаризацію, картування та просторове оцінювання рекреаційних екосистемних послуг, а також визначити географію основних бенефіціарів цих послуг.

Під час проведення економічного оцінювання рекреаційних екосистемних послуг широко використовують метод транспортно-шляхових витрат. Основною передумовою методу є ототожнення грошових витрат, пов'язаних із відвідуванням туристичного об'єкта (туристичної дестинації) з вартістю користування його послугами. В оцінюванні можуть використовувати лише фактичні витрати на переміщення відвідувачів від місця проживання до об'єкта оцінювання або також витрати, які додатково виникають під час поїздки (наприклад, проживання, харчування, вартість вхідних білетів, сувеніри, тощо), порівняно з перебуванням рекреантів вдома, а також витрати втраченого за час рекреації заробітку [1].

У разі визначення цінності рекреаційних екосистемних послуг необхідно враховувати значення цих послуг у різних просторових масштабах. Оцінювання екосистем для туризму має важливе значення як у масштабах країни, регіону, так і на локальному рівні.

Інвентаризація, картування та економічне оцінювання рекреаційних екосистемних послуг може бути вагомим аргументом, який підтверджує актуальність і необхідність упровадження підходів сталого розвитку туризму завдяки зменшенню антропогенного навантаження та збереженню екосистем як основи для досягнення добробуту людей.

Запровадження концепції екосистемних послуг на практиці дасть змогу проаналізувати переваги та загрози між економічними й екологічними аспектами використання рекреаційно-туристичних ресурсів саме як складника екосистемних послуг та подальшого розвитку сталого туризму. Ураховуючи реальну вартість екосистемних послуг, можна прогнозувати наслідки різних сценаріїв просторового розвитку туристичної галузі під час ухвалення управлінських рішень.

Список використаних джерел

- Дегтярь Н. В. Сучасні методи економічної оцінки екосистемних послуг. Ефективна економіка. 2012. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_2_45.
- Schloegel C. Sustainable tourism. Journal of Sustainable Forestry. 2007. № 25. P. 247-264.

ТУРИЗМ І ЙОГО ІНФРАСТРУКТУРА: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Оксана Шевчук
канд.екон.наук, доцент

Христина Бойко
студентка

*Київський національний економічний
університет імені В. Гетьмана (Україна)*

Анотація. Досліджено теоретичні аспекти терміна «туристична інфраструктура». Проведено аналіз довоєнного рівня розвитку туристичної інфраструктури та стану туризму, туристичної інфраструктури і надходження до державного бюджету від туристичної галузі у воєнний період.

Ключові слова: туристична інфраструктура, суб'єкти туристичної діяльності, туристична діяльність під час війни, зважений інтегральний показник туристичної інфраструктури.

Туристична індустрія не може успішно розвиватися без розвиненої туристичної інфраструктури, яка забезпечує матеріально-технічну складову туризму і відіграє важливу роль у задоволенні потреб туристів та розвитку туристичної індустрії. Варто відзначити, що наявність туристичної інфраструктури в межах туристичних об'єктів є одним із головних чинників ефективного використання рекреаційних ресурсів.

Під терміном туристична інфраструктура, згідно із Законом України «Про внесення змін і доповнень до Закону України «Про туризм», розуміють сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують приймання, обслуговування та перевезення туристів [1]. Тобто це будівлі і споруди, засоби комунікації, транспортна інфраструктура, які забезпечують надання туристичних послуг.

Ширшого значення набуває таке трактування туристичної інфраструктури – це сукупність штучно створених рекреаційних закладів (санаторії, бази відпочинку, готелі, ресторани та ін.) та супутніх об'єктів, побудованих для загального користування (автомобільні та залізничні дороги (шляхи), пункти пропуску, аеропорти, лікарні, школи тощо). Послуги інфраструктури це – зв'язок різних секторів туристичної галузі, метою яких є задоволення

потреб кінцевого споживача, та початкове визначені процесу становлення індустріального, а згодом – постіндустріального суспільства, адже таке суспільство не може обходитися без них [2].

Загальна система туристичної інфраструктури має розподіл на основну (виробничу) та супутню інфраструктури. Елементами основної інфраструктури є об'єкти розміщення; харчування та транспортування туристів. Елементи супутньої інфраструктури є – заклади культури; розважальні заклади; спортивні заклади; заклади охорони здоров'я, у межах яких задовольняють додаткові туристичні послуги.

Застосування інтегрального показника дало змогу визначити рівні розвитку туристичної інфраструктури (рис. 1).

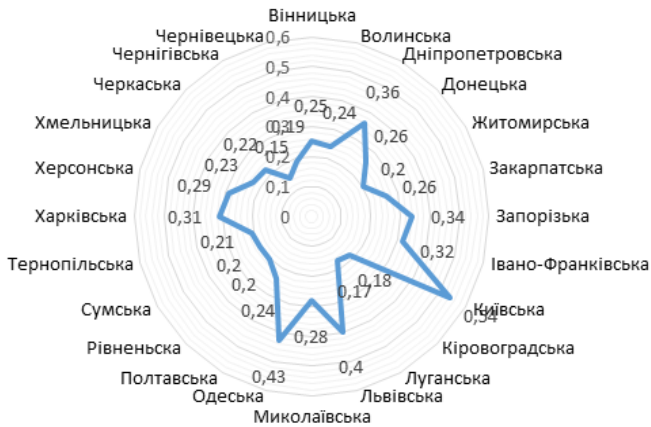


Рис. 1. Інтегральний показник розвитку туристської інфраструктури

Виходячи з наведених даних, маємо наступні значення:

1) 0,21–0,24 – регіони з високим рівнем розвитку туристичної інфраструктури (Київська, Одеська області);

2) 0,25–0,30 – регіони із середнім рівнем розвитку туристичної інфраструктури (Дніпропетровська, Запорізька, Івано-Франківська, Львівська, Харківська, Херсонська області);

3) 0,31–0,72 – регіони з низьким рівнем розвитку туристичної інфраструктури (Вінницька, Волинська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Хмельницька, Черкаська області) [3, с. 212].

Найбільша кількість туроператорів – у місцях концентрації туристичних потоків (їх формування та подальшого розподілу) та регіонах із розвинутою туристичною інфраструктурою, зокрема розвиненим транспортним (авіаційним) сполученням. Загальний дохід, від надання туристичних послуг, становив 5 015,4 тис. грн, з них на туроператорів доводиться 89,5%; турагентів – 6,4%, на суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, – 4,1%. Майже 60% туроператорів зосереджено в м. Київ, Івано-Франківська, Львівська й Одеська області, що зумовлено високим та середнім рівнем розвитку туристичної інфраструктури в цих регіонах та відповідно ці регіони отримали найбільше доходів[3].

Аналізуючи стан туризму та туристичної інфраструктури у воєнний період надходження до державного бюджету від туристичної галузі скоротилися на 25,7%, відповідно до даних Державного агентства розвитку туризму [4]. За перші чотири місяці 2022 року сума туристичного збору становила 64 млн 611 тис. грн, що майже на 65% більше, ніж за аналогічний період 2021 року, коли до бюджету надійшло 39 млн 206 тис. грн. Найбільше зростання зафіксовано у Львівській, Закарпатській, Івано-Франківській, Хмельницькій областях, що зумовлено внутрішнім переміщенням громадян, які мали потребу в безпеці, залишаючи свої домівки у східних, центральних та південних регіонах і перебиратися в безпечніші райони на заході. [5] Зрозумілим є те, що у разі продовження активної фази війни та збільшення періоду воєнного стану, ця диспропорція посилюватиметься. Тим не менш національний туристичний бізнес розраховує на швидке відновлення і вже формує реальні напрями та стратегічний повоєнний розвиток туристичної галузі.

Україна сформувала стійкий інтерес у потенційних зовнішніх туристів. Максимальне використання наявного туристичного потенціалу, залучення інвестицій у відбудову туристичної інфраструктури, яка зазнала і продовжує зазнавати значних руйнувань, та гарантування забезпечення безпекового складника забезпечить перетворення потенційних зовнішніх туристів, на реальних, а це і збільшення суми туристичного збору та надходжень до бюджету на національному рівні.

Список використаних джерел

1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15> (дата звернення: 01.04.2023).
2. URL: http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/elcat/new/detail.php3?doc_id=1116806 (дата звернення: 01.04.2023).

-
3. Покоłodна М. М., Писарева І. В. Розвиток туристської інфраструктури: регіональний аспект. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. 2019. Вип. 28. С. 209-216.
 4. URL:<https://www.tourism.gov.ua/blog/через-віynu-nadhodzhennya-do-derzhbyudhetu-vid-turgaluzi-skorotilisya-mayzhe-na-26> (дата звернення: 01.04.2023).
 5. URL:<https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1560/1501> (дата звернення: 01.04.2023).

СЕКЦІЯ 6

**Соціально-гуманітарні аспекти
функціонування сфери менеджменту,
туризму, готельно-ресторанної справи
та фізичної культури і спорту**

УДК 373.5.016.02.091.26:004(574)

FUNCTIONAL LITERACY ASSESSMENT TASKS FOR INFORMATICS STUDENTS

S. Avdarsol
Senior Lecturer

*Kazakh National Woven's Pedagogical
University PhD, Almaty (Kazakhstan)*

Abstract. The article considers the features of using the criterion approach in assessing the functional literacy of students in computer science.

According to the updated educational program, the system of tasks aimed at developing students' functional literacy is aimed at finding solutions to problems specific to real-life situations. This problem is usually related to new personal life, work, recreation, social life for students. The problems set in the framework of the tasks ask the student to use the ability to work with information; the requirement to manage many types of interconnected and interdependent objects and phenomena; features of developing ways to solve problems in a new context are described.

By creating a system of tasks for assessing the functional literacy of students in computer science, the possibilities of implementing a system of tasks at different levels are determined to increase the effectiveness of the lesson. In order to improve the functional literacy of students, assessment opportunities aimed at increasing the student's interest and enthusiasm are considered by creating the tasks.

Key words: criterion-referenced approach, functional literacy, graded tasks, assessment, competence, situational task, graded tasks.

Currently, in order to successfully carry out professional activities in the socio-economic conditions of the world, an individual must have knowledge, professional and general cultural competences, be able to learn independently, make reasonable decisions, and work with information. Since many professional problems are often at the intersection of disciplines, a professional needs functional literacy and the ability to work with information not only within his/her specialty, but also in other related areas.

Functional literacy is defined as a method of social orientation of an individual that combines knowledge (primarily general) with multifaceted human activities. In this regard, it is necessary to develop their critical thinking ability with functional literacy, which determines the readiness of students for life in society.

The problem of the modern education system is very relevant, because the traditional paradigm of education, preserved until recently, is primarily aimed at providing students with ready-made conclusions of science by informing them of facts, laws, principles and rules. Now there is a need to teach students to discover these principles and rules on their own, that is, to teach methods and methods of problem solving.

The concept of «critical thinking» is of increasing interest to a group of specialists, and this is not accidental. Critical thinking can be seen in all areas of human life. A person may not have an understanding of the phenomenon of critical thinking, but his/her judgment always has a critical attitude.

Collaborative research by teachers and researchers has led to the creation of critical thinking technology. This technology is a set of various methods aimed at first of all to interest the learner (to stimulate research, creative activity in him), then to help him to understand the material and, finally, to generalize the knowledge he has acquired. In other words, it is a system of strategies that combines methods of educational work by types of educational activities, regardless of specific subject content. This technology allows students to master various ways of combining information in the formation of functional literacy, develop their opinions based on understanding various experiences, ideas, create a logical sequence of conclusions and arguments, and form the ability to express their thoughts clearly, confidently and correctly in relation to others.

In high school, students should be taught functional literacy in every lesson and how to apply the skills they've learned in different critical thinking techniques to any situation. Functional literacy and their critical thinking skills do not appear automatically as a byproduct of conventional training in a particular field. To achieve the expected result, it is necessary to make systematic efforts to improve thinking. Mastering mental skills, as well as physical skills, requires special training, practical lessons, feedback and time[1].

In order to determine what tools and methods the teacher should use to form students' functional literacy and their critical thinking, it is necessary to determine what thought processes directly affect its formation.

Based on B. Bloom's taxonomy, we consider the mental activity of students. Bloom developed a system of thinking that aims to go beyond traditional memorization in education and includes «higher-level» thinking. Bloom provided a rationale for the interdependence of educational goals and the individual's cognitive domain, which he believes reflects different levels of human thinking, and identified six levels of thought processes. They noted that low-level thinking skills include skills such as «Knowing» and «Understanding», while «Application», «Analysis», «Synthesis» and «Evaluation» form the basis for the development of higher-level thinking skills.

Knowing is the lowest level of cognition and thinking. This level focuses on checking how memory is stored by repeating or recognizing information, recalling information and data.

Understanding - the level of knowledge and thinking - medium level. To establish the understanding of the knowledge in the new material, create a dialogical communication. Asking students' thoughts in a different way, making predictions. Ensure understanding of new material. After the new lesson has been explained, it is the period of determining how students have mastered it.

Application - knowledge and thinking level - medium level. This level refers to the application of the learning material in a real situation and in a completely new situation. It includes rules, methods, concepts, laws, principles, theories, practical application in life. Learning outcomes require deeper mastery of the material than the level of understanding.

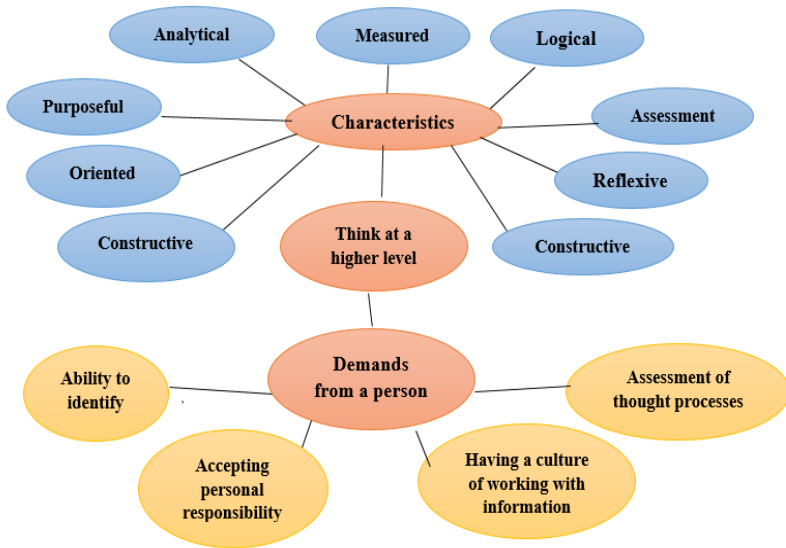
Analysis is the highest level of cognition and thinking. To make the structure of the educational material clearly visible, divide it into components: separate parts of the whole; to determine the interrelationships between the parts of the whole, to feel how the whole is organized. This level refers to the perception of the content of the learning material as well as how its internal structure is formed.

Accumulation is the highest level of knowledge and thinking. Helping to create a new one from individual parts or scattered things in the educational material. Directing from private to public. The game collects and creates its own model of problem solving.

Assessment - the level of knowledge and thinking - the highest level. Determining the importance of the educational material, giving an opinion about it, expressing an opinion. This level refers to achieving the learning outcomes of the previous ones. Determining the need and value of the material, directing judgment, exchanging ideas, choosing what is needed (1 picture).

B. Developing Bloom's idea, the didactic matrix related to the taxonomy of goals for other elements of the methodological system clearly shows the way to move from educational (flat) didactics to the three-dimensional constructive stage. Modern didactics should provide three-dimensional, «height» development, «space» search and research for students. Logical sequence: didactic matrix - a three-dimensional methodological system - three-dimensional didactics - is the most effective mechanism of transition from the «knowledge=teaching» paradigm to the «knowledge=formation» paradigm.

Since the teaching paradigm is chosen as a way of individual activity, the content of each level of the three-dimensional methodical system is formed in the form of necessary multi-level tasks that develop students' own cognitive



Picture 1. Higher level thinking

activity. They are description of the taxonomy of learning objectives; a significant description of the main properties at the relevant level; three-dimensional methodical system is developed based on the requirements for mastering the level.

In the assessment of the functional literacy of students in computer science, the features of using the criterion approach are life tasks that contribute to the formation of activity in the system of level tasks. For this purpose, students with high learning ability: control with mutual assessment (test); conducting experiments, describing life phenomena, conclusions based on observations are offered. In addition, protection, acquisition and formulation of creative (scientific) work; solve logical thinking problems; It is appropriate when solving problems in groups.

Comparison, evaluation, classification, generalization and clarification, analysis, creative use of knowledge in the performance of these tasks; establishing cause-and-effect relationships, making logically based conclusions that require a high level of competence. At the intermediate level, students individually compile a synopsis, a scheme; fill in the table independently; observations in groups that can be carried out individually or face-to-face. The task of such content is to

determine the completeness of knowledge due to the large number of concepts and connections in the system, to determine the in-depth explanation of each concept depending on the nature of the interrelated features that the student should learn [2].

Students with low learning abilities can be offered written dictations on facts, formulas, concepts, definitions of the studied material; terminological dictations with selective control (5-6 works); exercises with the student's survey etc.

In the process of performing these tasks, the nature of students' activities includes determining the conceptual system of the course, sections or individual topics, the signs of concepts and their relationship. Therefore, we have considered the system of functional literacy assessment tasks aimed at practice.

When organizing monitoring through the system of tasks for assessing functional literacy in computer science, it is necessary to combine its various forms. For example, if the learning material is easy, then it is better to organize pair or group work that allows students to independently check the level of their knowledge, determine the activity, learn to express their thoughts in pairs or groups, consciously accept new material and exercise self- and mutual control. Such an organization of observation allows students to conduct an in-depth inquiry with comments: one student answers, the rest complete one or another aspect of the studied material.

Comprehensive monitoring classes based on a broad combination of all forms of its organization with a level approach to determining students' knowledge are of great importance.

Therefore, the organization of monitoring the knowledge of students with different specific capabilities by the system of level tasks includes the use of appropriate forms, methods of organizing educational activities.

In the tasks for students of different levels presented in the table, the complexity of the learning activity and the increasing role of independence in its implementation are observed. The proposed distribution of forms for monitoring students' knowledge and practical skills allows the teacher to save time when planning control measures. Checking the works of students, the teacher analyzes how the student performs the proposed task. If the student does the work independently, you should choose tasks that are appropriate for the next level and make the learning activity more difficult for him/her. This creates conditions for the development of students' activity [3].

Features of tasks for assessing functional literacy in informatics

- life situations are described in each task, usually they should be close and understandable to the student;
- each project should have tasks that can be solved with the help of knowledge;

- the context of tasks should be close to the situations that arise in everyday life;
- the situation requires a conscious choice of a behavior model;
- questions should be in simple, clear language and usually have little meaning;
- information is presented in textual and non-textual form (tables, simple bar charts, advertisements, bank statements, etc.).

Evaluation criteria are developed taking into account standard requirements and methodological recommendations for the subject of study. Measurements are not absolute, the assessment of similar activities varies depending on the age of learners.

For grades 5–9 of the basic secondary education level, based on the model curriculum with updated content on the subject «Informatics», a system of level tasks for assessing functional literacy in informatics was created based on the criterion method. Let's consider an example of creating life-situational tasks in the formation of functional literacy in informatics:

Level 1:

Section «Computer systems».

1_1) Section of computer devices

Topic: «Digital carriers of information» (grade 5)

Task: Arman wrote an abstract about information. In the abstract, the modern computer can store various information in its memory: textual, graphic, digital and tabular, audio and video information. How do you understand the concept of information, what is information?

a) Describe the definition of information.



b) How do we perceive information in life?

Solution -----

Explanation -----

c) How is information given in life? Write the answer on the diagram.



Level 2:

Section «Computer systems».

1_1) Section of computer devices

Topic: «Digital carriers of information» (grade 5)

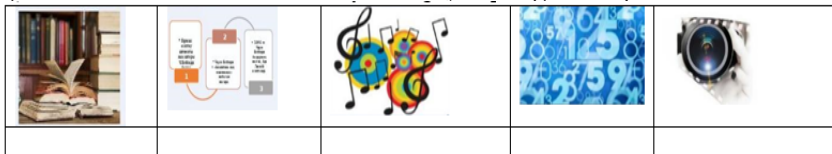
Task: Aidana reads a book. Human senses play the role of biological information channels. Read and understand how signals carry information from the senses to the brain. How does a person store information? Describe the types of information by looking at the picture.

a) Identify the media in the picture.



Explanation _____

b) Describe the sources of information by looking at the picture.



3 levels:

Section «Computer systems».

1_1) Section of computer devices

Topic: «Digital carriers of information» (grade 5)

Task: Askhat wrote an essay on the topic of human perception of information.

It is necessary to write information about how a person receives information about the objects of the surrounding world with the help of his senses. Let's help Askhat write an essay. Information can be received through what senses?

a) List the senses through which a person receives information about objects in the surrounding world.

Information Type	Description	Explanation

b) Find the current means of information transfer.



c) Find the wrong answer in the drawings and fill in the table

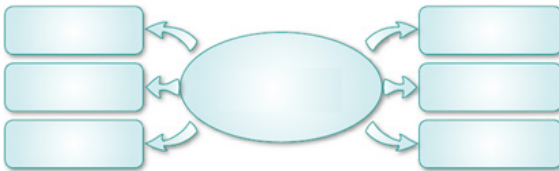
Life situation	Information carrier	Information carrier
The whole family will see the video of their favorite cartoon.		
Children will see a marble statue in the museum.		
"Soon there will be a storm at sea," someone wrote on the sand on the beach.		

- Photo paper
- Magnetic tape
- Sand
- Laser disc
- Marble

d) What were the types of information in ancient times? Describe by looking at the picture



e) Place the properties of information in the scheme and give an example



Evaluation criteria for level assignments:

№	Evaluation criterion	Descriptor	Task level complexity		
			1 level	2 levels	3 levels
1	Define the concept and types of information.	Define the amount of information;	0-3		
2	Describe the properties of information.	Define the scope of the document; Analyzes the units of measurement of information		0-3	
3	Prove the need to determine information properties.	Convert numerical values from one unit of information to another unit of measurement It examines and proves the size of files in different formats where information is stored.			0-3
General points - 9					

Note: 0 point did not complete the task, 1 point - low level of task completion, 2 points - medium level of task completion, 3 points - high level of task completion. The maximum mark for one task is 9 points.

Criterion method of student evaluation is comparison of the student's achievements with clearly defined, collectively developed criteria known in advance to all participants of the process. Evaluation criteria are developed for each subject. During the competent construction of the criterion scale, the student can independently assess the quality of his work, which contributes to the achievement of high educational results and the formation of learning independence.

The use of the criterion approach in the educational system allows to determine and improve the system of evaluating the progress of students using

certain parameters (criteria) that allow students to compete in high school with the objective goals of an individual subject.

In short, the features of using the criterial approach in assessing the functional literacy of students in computer science include self-examination through level tasks, they know their mistakes, conduct analysis, check the quality of education, clearly see the results of their acquired knowledge, perform tasks that increase thinking ability.

Thus, the student learns to act only in the learning process, and the daily work of the teacher in the classroom, the chosen educational models form the functional literacy of students. Therefore, an important task in the development of the skills of a modern teacher is the formation of his/her functional competence, including deep theoretical training and practical experience in the effective use of modern educational models in the classroom, readiness for flexibility, adaptation and transformation.

References

- 1 Avdarsol S. The role of criterion evaluation in the formation of students' functional literacy. //Newsletter, No. 2 (62), KazNPU named after Abay. Almaty. 2018. B 181-187.
- 2 Sagimbaeva A.E., Avdarsol S. Assessment of students' functional literacy in computer science based on the criteria approach // «Newsletter» of the Kazakh National Pedagogical University named after Abay. Physical and mathematical sciences» series. - Almaty. 2019. - No. 4 (68). -B. 244-249.
- 3 Basova E.A. The formation of functional literacy in teenagers in the field of communication (on the material of humanitarian subjects): dissertation. ... sugar. ped. Nauk / E.A. Basova. - St. Petersburg, 2012. - 221 p.

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Андрій Бекеша
аспірант

Світлана Криштанович
д. пед. наук, професор

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Важливо зазначити, що Україна володіє потужним туристичним потенціалом, який реалізується недостатньо. Зокрема, від 2021 року у час пандемії COVID-19 та від 2022 року — повномасштабного вторгнення Росії на нашу територію спостерігаємо сповільнення розвитку туристичної діяльності, а також і втрати частини туристичних ресурсів, які формують туристичний потенціал нашої країни.

Щоб зрозуміти природу сутності туристичного потенціалу, потрібно проаналізувати насамперед його значення. На сьогодні у світі існує безліч визначень дефініції «потенціал», яка запозичена з латинської мови та означає «potentia» – «можливості, влада, вплив, сила, здатності», пов'язаний з «potere» – могти, «potis» – могутній, здатний (до чогось), споріднений з дінд. «patih» – «пан», гр. – «пан (дому)» [1, с. 541].

Туристичний потенціал розуміємо як сукупність туристичних ресурсів і туристичних можливостей, зокрема це природні, культурно-історичні та соціально-економічні передумови для організації туристичної діяльності на певній території природних та рукотворних об'єктів, а також умов, можливостей і засобів, які придатні для формування туристичного продукту.

Велика кількість дослідників не розділяють категорії «туристичний потенціал», «туристичні ресурси» та «рекреаційні ресурси» і тому широко застосовують концепції туризму та рекреаційних ресурсів як комплекс природних і техногенних об'єктів, необхідних для виробництва туристичного продукту. Науковці В. Семенов, М. Балджи, В. Мозгальова наголошують, що в процесі інтенсивного розвитку туристичної діяльності створюється, уточнюється та вдосконалюється понятійний апарат, який належать до туристично-екскурсійної сфери [2].

Погоджуємося з думкою науковців М. Малькою та Н. Паньків, що до структури туристичного потенціалу входять «такі компоненти, як природний,

історико-культурний та соціально-економічний. Решта компонентів враховуються при коректуванні отриманих результатів. Туристичний потенціал оцінюється відносно найбільш масових форм туризму (оздоровчого, пізнавального, спортивного, ділового і т.д.)» [3, с. 22].

Аналізуючи структуру туристичного потенціалу територій, можемо виокремити такі дві групи, як туристичні ресурси (природні: флористичні, фауністичні, кліматичні, орографічні, гідрологічні, бальнеологічні та інші; культурно-історичні: матеріальні, духовні) та туристичну інфраструктуру (розміщення, транспорт, харчування, дозвілля та розваги, спеціалізовану сферу). Важливими чинниками туризму та рекреаційного розвитку регіону є саме ресурси, їх об'єм, структура, динаміка та збалансованість джерел формування. Туристичні ресурси та туристична інфраструктура мають спільну підгрупу – соціально-економічні ресурси, до яких належать такі елементи: трудові, інформаційні, управлінські, матеріально-технічні та інші [3].

Отже, безперечним є те, що основою туристично-екскурсійного потенціалу є туристичні ресурси. Наявність лише ресурсного компонента вже забезпечує мінімальний рівень розвитку туристично-екскурсійної сфери. Адже людині для відновлення витраченої за час трудової діяльності енергії достатньо змінити звичне середовище, виїхати за межі постійного місця проживання, навіть за умови відсутності комфортабельних засобів розміщення та якісної туристичної інфраструктури. Проте досягнути високого соціально-економічного ефекту від розвитку туризму можна тільки після реалізації заходів щодо благоустрою території, розвитку матеріально-технічної бази туризму тощо.

Також важливою ознакою туристично-екскурсійного потенціалу є те, що після його використання, корисні властивості зберігаються. Тож вони відіграють роль засобів праці в туризмі, завдяки яким можна виробляти різноманітні за своїм характером туристичні продукти та здійснювати подальший розвиток туристичної галузі.

Список використаних джерел

1. Етимологічний словник української мови : у 7 т. / Р. В. Болдирев та ін. ; за заг. ред. В. Т. Коломієць, В. Г. Складенко. Київ, 2003. Т. 4: Н-П. 656 с.
2. Семенов В. Ф., Балджи М. Д., Мозгальова В. М. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності : монографія. Одеса : Optimum, 2008. 201 с.
3. Мальська М., Паньків Н. Туристично-ресурсний потенціал територій : підручник. Київ : ФОП Піча Ю. В., 2022. 534 с.

УДК 338.48-53:63(292.451/.454)

ЗНАЧЕННЯ АГРОТУРИЗМУ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Марко Глух
аспірант

Світлана Криштанович
д.пед.наук, професор

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Одним із найефективніших засобів подолання депресивності та застою в соціально-економічному розвитку сільських територій можна вважати аграрний туризм. Цей вид туризму можна зарахувати до пріоритетних напрямів розвитку сіл, уважати одним із найважливіших соціально-економічних чинників, який у майбутньому зможе поліпшити загальний стан сільських територій.

Аграрний туризм відіграє одну з провідних ролей у розвитку сільських територій, оскільки за правильного алгоритму дій дасть змогу відродити українське село у виробничій сфері, а також надасть поштовх у розвитку сфер послуг та обслуговування.

Головна мета аграрного туризму – інноваційний туристичний продукт, який би виходив за рамки традиційного уявлення про туристичну пропозицію та неодмінно враховував би природну, історико-культурну специфіку регіонів [1].

В українських селах є великий потенціал для розвитку агротуризму, завдяки якому можна створити комплексний туристичний продукт, а особливо на території Карпатського регіону, оскільки він багатий на природні, туристичні та історико-культурні ресурси, що робить його привабливим в очах туристів. Результатом розвитку цього виду туризму є можливість реалізації власної продукції сільського господарства. Таким чином, агротуризм можна назвати підприємницькою туристичною діяльністю, яка здійснюється на основі аграрних підприємств і сільських садіб, та пов'язана із сільським господарством [2].

Скрутна економічна ситуація сільських територій зумовлює пошук сільськими жителями нових альтернативних джерел отримання доходу. Агротуризм є економічно вигідним для власників садіб, ферм та інших сільських мешканців, позаяк надає можливість диверсифікувати сільськогосподарську

діяльність та отримувати додатковий дохід завдяки здійсненню агротуристичної діяльності на селі.

Диверсифікований та автентичний характер традиційної сільсько-господарської діяльності, інтерес фермерів та їх готовність займатися агротуристичною діяльністю, наявність людських і природних ресурсів, а також сільського господарства визначені як основні сильні сторони та загальні можливості розвитку агротуризму в країні.

Основною формою діяльності міських жителів залишається сільсько-господарське виробництво, проте у разі поєднання з агротуристичною діяльністю може сприяти поліпшенню економічної ситуації за допомогою розширення зайнятості фермера не лише у виробництві, а й у сферах послуг та обслуговування. Така диверсифікація якнайкращим чином відобразиться на житті селян і розвитку села в цілому. Отримання додаткового доходу стимулює сільських жителів їх поліпшувати процес надання послуг, удосконалюючи матеріально-технічну базу для виробництва сільсько-господарської продукції, оснащуючи господарське подвір'я додатковими атракціями (басейн), що матиме позитивний вплив на задоволення потреб вибагливих туристів [3].

Так, з кожним роком агротуризм дедалі більше популяризується, захоплює більшу частку ринку, тим самим залучає щораз більше туристів не тільки українських, але й іноземних, які бажають цікаво відпочити, та задовольнити власні потреби. Тож, ураховуючи збільшувану кількість туристів виникає необхідність у задоволенні їх різноманітних запитів, що, відповідно, зумовлює розвиток не лише сфер обслуговування та виробництва, а й сфери послуг, тобто транспорту, зв'язку, торгівлі та інших послуг чи будівництві нових об'єктів інфраструктури.

Таким чином, позитивний вплив аграрного туризму на розвиток сільських територій очевидний, оскільки, по-перше, окрім задоволення потреб туристів задовольняються і власні, завдяки отриманню додаткового доходу від наданих послуг, по-друге, відбувається зниження безробіття, оскільки для надання послуг туристам і виконання їх запитів залучається дедалі більша кількість селян, по-третє, росте значущість села за рахунок залучення не лише сільських, а й міських жителів, що теж дає можливість розв'язати одну з основних проблем – міграції місцевого населення до міст. Аграрний туризм є чинником фактором активізації та сталого розвитку сільської місцевості.

Список використаних джерел

1. Ісаєнко В. М., Ніколаєв К. Д., Бабікова К. О. та ін. Стратегія сталого розвитку (туристична галузь). Київ: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2014. 295 с.
2. Мунін Г., Зінов'єв Г. Сільський туризм – альтернативний вид туризму. Сільський туризм, зелений. 2003. № 111. С. 44–45.
3. Андренко І. Б. Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект : монографія. Харків : ХНАМГ, 2010. 276 с.

СТРАХУВАННЯ В ГАЛУЗІ СПОРТУ

Оксана Грицина
канд.екон.наук, доцент

Ігор Лозинський
здобувач

*Львівський національний університет
природокористування (Україна)*

Спорт – це не лише успіхи, рекорди, перемоги. Значною мірою це підвищений ризик як на змаганнях, так і на тренуваннях. Під час тренувань чи спортивних заходів існує висока ймовірність нещасних випадків, травм. Разом із цим професійна спортивна діяльність пов'язана з високим фізичним та психологічним навантаженням. Здебільшого на тренуваннях спортсменам неодноразово необхідно виконувати незвичні для повсякденного життя рухи з різною швидкістю й навантаженням. Займаючись спортом, людина майже завжди потрапляє в небезпеку, більш ризикову ситуацію. Крім цього, на змаганнях спортсмен додатково потрапляє в стресову ситуацію, що також зумовлює виникнення більшого ризику. Це підтверджує і статистика SPORTINSURANSE®т – травми поза спортом отримували 25% клієнтів, які мали страхування від нещасного випадку із розширенням на тренування та змагання. Відповідно 75% травмувалися або в процесі тренування, або на змаганнях, серед них 42% застрахованих отримували травми на змаганнях та 58% – на тренуваннях. Тож у галузі спорту з високими швидкостями, конкуренцією, ймовірністю настання травм та відміни змагань постає необхідність у заходах для покриття непередбачуваних випадків, якими покликане стати страхування.

У розвинутих країнах держава та організатори змагань приділяють велику увагу особистому страхуванню професійних спортсменів на період спортивних змагань. Особисте страхування спортсменів є обов'язковим, його здійснюють організатори спортивних заходів, роботодавці й національні ліги за видами спорту. Наприклад, це здійснюється в Бельгії, Італії, Іспанії, Франції та інших країнах [1].

В Україні система страхування у спорті містить загальнообов'язкове соціальне страхування, обов'язкове державне страхування та різні види добровільного страхування. Слід відзначити, що у сфері спорту основне місце займає добровільне страхування, домінантними видами якого є:

- страхування спортсмена для участі в міжнародному змаганні. Це так званий «специфічний» вид обов'язкового страхування [2], який регламентований не законами України, а правилами або регламентами змагань. За відсутності полісу спортсмен не допускають до змагань;
 - страхування від нещасних випадків – у разі загибелі або смерті застрахованого під час підготовки до змагань та участі в них, втрати застрахованим працездатності внаслідок поранення, контузії, травми або каліцтва, захворювання чи інвалідності, які сталися під час підготовки до змагань або участі в них[2]. У договорі страхувальник може обумовлювати дії договору страхування в межах добового проміжку часу;
 - страхування частини тіла спортсменів – страхування в професійному спорті має яскраво виражену шоу-бізнес спрямованість, мета якого – реклама спортсмена. Наприклад, відомо, що чемпіон Європи та світу Зінедін Зідан застрахував ноги на 30 млн.дол.[2];
 - страхування ризиків під час організації спортивних заходів, яке містить страхування спортсменів та осіб, що їх супроводжують, від нещасних випадків, смерті і втрати працездатності, страхування їхнього особистого майна, спортивного інвентарю від вогню, води, крадіжки, страхування на випадок анулювання, перенесення спортивних заходів з причин, що не залежать від організаторів та учасників змагань [2].
- Основними причинами для страхування спортсменів у період тренувань та змагань можна вважати такі:
- непередбачуваність травм. Нещасні випадки, травми на тренуваннях і змаганнях, як бачимо зі статистики, відбуваються. Ці події характеризуються ймовірністю, випадковістю настання та непередбачуваністю наслідків. Відповідно, для таких подій неможливо спланувати сімейні фінанси. У разі оптимально використовувати страхування, яке дасть змогу нагромаджувати кошти завдяки сплаті і страхових платежів, а страхова компанія в разі травми компенсує шкоду здоров'ю в межах зумовленої в договорі страхування для спорту страхової суми;
 - важливе доповнення до страхових програм – оскільки підвищені спортивні ризики є винятками із звичних договорів, зокрема і медичного страхування та страхування від нещасних випадків;
 - відсутність винних осіб – травми на тренуваннях і змаганнях мають випадковий характер, а шкода здоров'ю спортсмена, яка може бути завдана, у переважній кількості випадків не усвідомлена і не очікувана. Тож спортсмени або їхні родичі змушені самотійно турбуватися про усунення наслідків подій і травм. І одним з інструментів подолання фінансових наслідків спортивних травм є страхування для спорту.

У цілому діяльність спортсменів в Україні регулюється трудовим законодавством, відповідно до якого вони підлягають обов'язковому соціальному страхуванню від нещасних випадків на виробництві й професійних захворювань. Однак, ухвалені останніми роками законодавчі та нормативні акти виключають форми соціально-страхового захисту спортсменів, а практика їхнього застосування не враховує специфіку праці в спортивній діяльності, що виражається в недостатності страхового захисту спортсменів. Загалом комплексне страхування спортсменів є додатковою соціальною гарантією, що сприяє зниженню спортивного травматизму та зменшенню негативних наслідків учасникам спортивних змагань.

Список використаних джерел

1. Тіхонова М. А. Види страхування у сфері фізичної культури і спорту. *Право і безпека*. 2011. № 1(38). С. 234-239.
2. Залетов О. Економічна сутність та особливості страхування спортсменів. *Ринок цінних паперів України*. 2013. № 1-2. С. 63-68.

УДК 005.95-051:[338.483.13:392.72

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ «АСЕСМЕНТ-ЦЕНТР» У ЗАКЛАДАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Андрій Кобрин
аспірант

Уляна Гузар
канд.екон.наук, доцент

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

У готельному та ресторанному бізнесі важливим чинником успіху є відбір та збереження висококваліфікованого персоналу. Для досягнення цієї мети індустрія гостинності використовує метод оцінювання персоналу «асесмент-центр», який дає змогу оцінити кандидатів на вакантні посади за допомогою різних методів та інструментів.

Метою наукової роботи є характеристика практичного застосування методу «асесмент-центр» у закладах готельно-ресторанної галузі.

«Асесмент-центр» – це комплексна система оцінювання кваліфікації та потенціалу кандидатів на вакантні посади. Вона містить оцінювання різних аспектів роботи, таких як комунікативні та лідерські навички, здатність до роботи в команді, аналітичні та рішення ухвалення в ситуаціях тиску та ін. Оцінювання кандидата проводять за допомогою інструментів, таких як інтерв'ю, тестування та різних завдань, що дає змогу отримати комплексну оцінку його здібностей та знань.

Застосування методу «асесмент-центр» у готельно-ресторанній галузі допомагає поліпшити процес відбору та збереження персоналу, а також знизити витрати на навчання та розвиток персоналу. Завдяки використанню цього методу менеджери можуть відбирати кандидатів, які мають потрібні навички та здібності для успішної роботи в готельно-ресторанній галузі.

Для проведення оцінювання кандидатів у «асесмент-центрі» можна використовувати різні методи та інструменти, які дають змогу отримати детальну інформацію про кандидатів та їхній потенціал. Найбільш поширені методи:

- Інтерв'ю. Інтерв'ю може бути структурованим або неструктурованим, однак в обох випадках його метою є отримання детальної інформації про кандидата, його досвід роботи, навички та здібності.

- Тестування. Тестування може містити тести на знання теорії та практичні навички, тести на персональність та стиль роботи, а також тести на здатність до ухвалення рішень та роботу в команді.
- Рольова гра. Рольова гра дає можливість оцінити здатність кандидата до роботи в команді та розв'язання проблем у ситуаціях тиску.
- Аналіз інтересів та цінностей. Цей метод дає змогу визначити, наскільки кандидат відповідає цінностям та інтересам компанії.

Застосування цього методу також допомагає визначити потенціал і можливість розвитку персоналу, навички та здібності, які необхідні для підвищення ефективності роботи кожного співробітника.

Таким чином, метод оцінювання персоналу «асесмент-центр» дає змогу поліпшити процес відбору та збереження персоналу в готельно-ресторанній галузі. Застосування різних методів та інструментів сприятимуть отриманню комплексної оцінки про кандидата та допоможуть визначити його потенціал і можливості розвитку. У результаті керівники закладів індустрії гостинності матимуть змогу залучати до роботи більш кваліфікованих та вмотивованих співробітників, що допоможе поліпшити якість наданих послуг та удосконалити власні конкурентні переваги на ринку.

Список використаних джерел

1. Armstrong M. *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. USA, 2010.
2. Farnham D. *Managing Hospitality Human Resources*. AHLEI, 2014.
3. Hoffman D. A., Woerhle L. M. *Hospitality Employee Management and Supervision: Concepts and Practical Applications*. John Wiley & Sons, 2016.
4. Roberts K. H. *New Challenges to Understanding Organizations*. *Administrative Science Quarterly*. 1991. Vol. 36(2). P. 308–309.
5. Society for Human Resource Management. *Assessment Centers*. URL: <https://www.shrm.org/resourcesandtools/tools-and-samples/hr-forms/pages/assessmentcenters.aspx>.

УДК 338.483:13:392.72:004

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В ПЕРІОД ВІЙНИ ПРИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ДИДЖИТЕЛ-ТЕХНОЛОГІЙ

Іван Коркуна
канд.екон.наук, доцент

Роман Боднар
аспірант

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Відомо, що війна в Україні триває уже понад рік. Ситуація для функціонування та розвитку економіки і всіх її галузей є надзвичайно складною. Беручи до уваги сферу індустрії гостинності, можемо відзначити, що вона в період війни постраждала удруге через внутрішню і зовнішню кризу. Першим негативним викликом для сфери індустрії гостинності була всесвітня пандемія COVID-19, яка пригальмувала розвиток індустрії гостинності мінімум на 5 років. Війна ускладнила ситуацію в рази. На теперішній час індустрія гостинності і всі супутні галузі потребують залучення інвестиційних коштів або входження в бізнес нових партнерів, для виведення галузі на достойний рівень функціонування. Головна мета — це запобігти банкрутству підприємств індустрії гостинності.

Основними прогнозами фахівців щодо розвитку індустрії гостинності загалом та зокрема готельного та ресторанного бізнесу після війни виокремлюють основні напрямки, а саме:

- розвиток змішаних форматів закладів, диджиталізація бізнес-процесів у підприємствах індустрії гостинності;
- доставляння, франчайзинг, проста кухня з локальних продуктів на підприємствах ресторанного бізнесу.
- Диджиталізація – це процес переведення різноманітної інформації у всіх її формах — текстовій, звуковій, графічній — у цифровий формат, зрозумілий сучасним гаджета [1].
- Диджиталізацію для індустрії гостинності зокрема та для бізнесу в Україні у період війни вважають рушійною силою, що сприяє його просуванню. Її основні переваги:

- економія часу і підвищення продуктивності — автоматизація, спрямована на виробничий процес та інші внутрішні процеси компанії, яка належить до будь яких форм українського бізнесу;
- оптимізація та поліпшення комунікацій як для внутрішніх, так і зовнішніх споживачів товарів і послуг;
- можливості крос-продажів / upsell-продажів — вихід на новий рівень обслуговування клієнтів і заохочення їх до придбання більшої кількості продуктів;
- конкурентні можливості за рахунок поліпшення клієнтського досвіду і загальної оптимізації робочого процесу.
- Диджитал-технології в бізнес-аналітиці для сфери індустрії гостинності відіграють ряд позитивних впливів, зокрема, це:
- інтелектуальний аналіз даних;
- поняття та характеристика інтелектуальних інформаційних систем;
- штучний інтелект як основний напрям досліджень розроблення інтелектуальних інформаційних систем у ринковій економіці України в період війни;
- розвиток і запровадження систем підтримки ухвалення рішень. Експертні системи, їх загальна характеристика;
- можливості використання елементів експертної системи у сфері індустрії гостинності [2].

Отже, проводячи аналіз розвитку індустрії гостинності в період війни під час запровадження диджитал технологій, можемо сказати, що зазначене впровадження — це наш квиток у завтрашній день, адже світ не стоїть на місці, все автоматизується та удосконалюється, щоб виконувати будь-яке завдання швидко та якісно з мінімальною затратою часу. Тож диджиталізація та цифровізація сфери індустрії гостинності — це наша перспектива розвитку та відновлення галузі індустрії гостинності в післявоєнний період.

Список використаних джерел

1. Тиждень: інтерактивна програма з історії України.
URL: <http://week.dp.gov.ua>
2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/digital-tehnologiyi-transformuyut->

УДК 338.483:13:392.72

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ SUPERFOODS: ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ, ЕКОЛОГІЇ, ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Олена Лихолат
д.біол.наук, професор

Університет митної справи та фінансів (Україна)

Збільшуваний інтерес до здорових звичок створив ринок продукції, що зазвичай називають «superfoods», а саме харчових продуктів із високим рівнем певних поживних речовин, таких як антиоксиданти, вітаміни чи мінерали, що здійснюють позитивний вплив на здоров'я споживачів. Згідно звітом The Business Research Company світовий ринок суперпродуктів зріс зі 164,38 мільярда доларів США у 2021 році до 175,49 мільярда доларів США у 2022 році за середньорічного темпу зростання (CAGR) 6,76 %. Очікують, що цей ринок у 2026 році досягне 228,04 мільярда доларів із середньорічним темпом зростання 6,77 % [1].

Харчові та інші біологічно активні природні складники, присутні в окремих харчових продуктах, відіграють незамінну роль у підтримці та зміцненні здоров'я людини, профілактиці багатьох захворювань. Рослини є багатим джерелом для збалансованого харчування завдяки високому вмісту біоактивних складників; отже, більшість із них останнім часом набули статусу суперпродуктів. Водночас для багатьох споживачів суперфуду представляють люксу харчовий продукт з цінами вище середніх. На ринку України найбільш поширені такі суперфуди, як ягоди годжі, асаї, гуарани, капуста келе, кіноа, спіруліна, псиліум, насіння чіа тощо.

Глобалізація та розвиток міжнародних логістичних мереж дедалі більше сприяють маркетингу продуктів харчування з різних країн і, отже, за межами традиційних періодів продажу. Багато споживачів сприймають це як позитивне, оскільки вони знаходять більше різноманітних продуктів за доступнішими цінами. Однак це також тягне за собою негативні аспекти через вплив транспорту на навколишнє середовище, втрату доходу місцевих виробників, які не можуть конкурувати в такому разі, значну обробку продукції хімічними речовинами для збереження товарного виду під час транспортування та зберігання. Це явище стосується і ринку суперфудів.

Насправді ж величезну кількість доступних продуктів, які традиційно практикуються в національній українській кухні, можна назвати суперфудами. Наприклад, буряк, шпинат, чорниця. Як доступний суперфуд можна

використовувати будь-яку ферментовану їжу, корисну для травлення. Різноманітні соління є невід'ємним складником культури харчування в Україні. Здавна в різних регіонах квасили, солили, мочили капусту, огірки, томати, буряки, яблука, кавуни тощо.

Насіння кунжуту, амаранту, льону, конопель – ще один вид суперфудів, що містять велику кількість омега-6 жирних кислот, є добрим джерелом білка, комплексу вітамінів А, Е, В1, В2, В3, В6, В9, С та мікроелементів (кальцію, фосфору, магнію, цинку). Ці корисні продукти більш доступні для споживачів, а для фермерів ці рослини є привабливими, адже маржа у разі їх вирощування досить висока. В українській гастрономічній культурі насіння цих культур додають до салатів, граноли, смузі, супів, хлібу, хлібців, млинців, крекерів, паштетів, десертів, корисних цукерок.

Таким чином, уже сьогодні українські продукти можуть скласти гідну конкуренцію відомим світовим суперфудам: гречка чи амарант не поступаються в поживній цінності кіноа, обліпіха – ягодам годжі, насіння льону – ціа, волоські горіхи – горіху макадамія тощо.

Таким чином, декілька чинників, включаючи доступність, вартість, харчову цінність і гедонічні уподобання, відіграють важливу роль у споживанні їжі, зокрема суперфудів. Такі характеристики, як піклування про здоров'я і знання споживачів, також можуть відігравати важливу роль. Застосування комунікаційних і маркетингових стратегій для популяризації українських регіональних суперфудів, на нашу думку, має декілька перспективних аспектів:

- економічний – підтримка українського виробника, розвиток фермерських господарств, що займаються вирощуванням овочевих і плодкових культур, а також «нішевих» культур, що мають біологічну й фізіологічну цінність, забезпечення населення корисними харчовими продуктами, створення коротких харчових ланцюгів, що здешевлюють собівартість продукції, поліпшення експортного потенціалу нашої країни, прогресування індустрії гостинності, а саме туризму, готельно-ресторанного господарства, відновлення пов'язаних місцевих народних промислів;
- екологічний – зниження впливу транспорту на навколишнє середовище, зменшення застосування пестицидів, відповідальне використання води, запобігання вирубці лісів для звільнення місця для вирощування культур суперфудів;
- психофізіологічний – розширення асортименту продукції з високою біологічною та фізіологічною цінністю для задоволення потреб споживачів, які обирають збалансоване, здорове, екологічно чисте та безпечне харчування, забезпечення доступності більш широких верств населення до суперфудів завдяки пропозиції прийнятних за ціною

продуктів, можливість для споживача відслідковування всього харчового ланцюга завдяки його локальності для отримання інформації про продукт, оцінювання його якості;

- гастрокультурний — ознайомлення з традиціями місцевої кухні, технологіями приготування і споживання місцевих продуктів, самою місцевістю з її історико-культурною спадщиною, кулінарними традиціями.

Список використаних джерел

1. The Business Research Company. Superfoods Global Market Report 2022. URL: <https://www.researchandmarkets.com/r/nmpn92>

ОСОБЛИВОСТІ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Марія Паска

д.вет.наук, професор

Алла Левчук

магістр

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Останніми роками на світовому ринку нових технологій і харчових продуктів визначилася тенденція до збільшення кількості якісно нових продуктів, призначених для запобігання різним захворюванням, зміцнення захисних сил організму, зниження ризику впливу токсичних сполук і несприятливих економічних чинників. Харчування сучасної людини має бути функціональним, тобто продукти, які населення споживає щоденно, повинні не лише забезпечувати організм поживними речовинами, але й виконувати профілактичні функції: знижувати ризик розвитку різних захворювань, захищати від несприятливих умов довкілля, зменшувати вплив неправильного способу життя.

Проблема поліпшення структури харчування, якості та безпеки харчових продуктів як основи життєдіяльності людини є сьогодні однією із найважливіших як у межах однієї країни, так і планети Земля в цілому. Разом з тим світовий досвід свідчить, що розв'язати цю проблему швидкого корегування структури харчування майже неможливо через просте збільшення обсягів виробництва і розширення асортименту традиційних харчових продуктів. Пошук альтернативних шляхів розв'язання цього надзвичайно важливого завдання привів учених і практиків до ідеї про необхідність розроблення та реалізації нових, значно досконаліших технологій виробництва харчових продуктів, адекватних за компонентних складом потребам сучасної людини. Це продукти оздоровчого, профілактичного, функціонального призначення, а також продукція крафтових виробників.

Здорове харчування – це харчування, яке забезпечує життєдіяльність людини, нормальний розвиток, зміцнює здоров'я і є профілактикою захворювань. Основною його метою є забезпечення організму поживними речовинами. Основне його завдання – підтримання здоров'я людини, а саме підтримання правильної роботи травної і видільної системи, мікрофлори

кишечника, рівня цукру в крові, гормонального фону, нормальної ваги. Забезпечення необхідної кількості калорій для активної життєдіяльності. Задоволення потреб організму у вітамінах, мінералах і мікроелементах. Варто вживати різноманітну їжу з усіх груп продуктів щодня. Збалансована дієта не передбачає нестачі або надлишку будь-яких поживних речовин, зниження або збільшення ваги. Достатня кількість речовин для підтримання організму. Основним складником нашого харчування є вуглеводи, білки, жири та інші мікроелементи. Вуглеводи – основна складова частина нашого раціону, далі йдуть білки, їх потрібно менше і жирів ще менше. Також важливо не забувати про клітковину (овочі, фрукти, хліб, зернові продукти крупи). Частіше вводити фрукти, овочі, цільні зерна, горіхи, бобові до свого денного раціону. Саме з цієї їжі отримують 55–65% усієї енергії. Слід обмежити вживання простих вуглеводів, цукру, червоного м'яса. Скоротити отримання енергії в жирах, особливо насичених, а продукти зі трансжирами бажано взагалі виключити з свого харчування. Намагатися більшою мірою забезпечити себе вітамінами, антиоксидантами і фолієвою кислотою.

Отже, розв'язання проблеми якісного й здорового харчування має стати одним із першочергових завдань, створивши українську індустрію здорового харчування, реконструювавши підприємства харчової промисловості й оснастивши їх потрібною технікою, впроваджуючи економічно вигідні технології виробництва продуктів як масового споживання, так і спеціального оздоровчого призначення.

Список використаних джерел

1. Сімахіна Г. О., Науменко Н. В. Харчування як основний чинник збереження стану здоров'я населення. Проблемы старения и долголетия. 2016. № 2. С. 204–214.
2. Бомба М. Я., Івашків Л. Я. Здорове харчування як стратегічний ресурс національної безпеки України. Вісник НАН України. 2013. № 6. С. 32–41.
3. Левчук А., Паска М. Упровадження концепції здорового харчування для учасників спортивних змагань. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез. доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (26–27 листопада 2020 року, м. Львів). Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2020. С. 76–79.

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ ЗА КОРДОНОМ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Наталія Прилепа
канд.екон.наук, доцент

Вікторія Кондратюк
студентка

Хмельницький національний університет (Україна)

Українська кухня стає дедалі популярнішою у світі. У різних куточках планети дізнаються про традиції та культуру харчування української кухні.

Так, прикладом є ресторан української кухні «StockPot», який був відкритий у Ризі українські ресторатори, які евакуювалися після початку повномасштабного вторгнення. Найпопулярніші страви – вареники, сирники та борщ.

У Польщі ресторан «Lviv Bistro», який був відкритий під час війни, пропонує своїм відвідувачам деруни в різних варіантах, львівські вареники та дріжджові млинці.

Ресторан української кухні «Борщ» у Вільнюсі може запропонувати відвідувачам декілька різновидів борщу. Тут його готують не лише за класичним рецептом, у меню закладу гуцульський рибний борщ та зелений борщ із щавелем.

Ще один заклад, який був відкритий з початком війни, – це ресторан «Mgiya» у Лондоні. Меню «Mgiya» складається з 24 страв української кухні та авторських страв шеф-кухаря.

Перший в Японії ресторан української кухні «Смачного» розпочав свою роботу у вересні 2022 року. Команда закладу – українці, які евакуювалися в Японію. У меню – борщ, гречана каша, голубці та котлети по-київські [1].

Попри війну, ресторани заклади в Україні також вимушені були підлаштуватися під нові воєнні реалії сьогодення. Так, у меню різних закладів з'являються страви з новими тематичними назвами (наприклад, «бандерівські деруни» або «галушки зі смаком перемоги»), а також запускаються нові кулінарні проекти та підтримують військових і тил іжею.

Отже, українська кухня – це величезна частина української культури, її популяризація за кордоном розповідає про сучасну Україну навіть під час війни.

Список використаних джерел:

1. Ресторани української кухні за кордоном: 14 закладів у різних країнах світу. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/1270/restorani-ukrainskoi-kuxni-za-kordonom-14-zakladiv-u-riznix-krainax-svitu>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Ольга Радзімовська
здобувач

Марія Паска
д.вет.наук, професор

*Львівський державний університет фізичної
культури імені Івана Боберського (Україна)*

Ресторанний бізнес є одним із найбільш значущих складників індустрії гостинності. Водночас ресторанний бізнес, з одного боку, є засобом високоліквідного використання капіталу, а з другого, середовищем із високим ступенем конкурентності [1].

Бізнес в Україні долає надважкі виклики. Повномасштабна війна стала важким випробуванням для підприємств. Проте найсильніші адаптувалися і навіть за таких умов волонтерять. Попри те, що сфера не була готова до повномасштабної війни, уже зараз значна частина підприємств трансформується та виходить на нові ринки.

Сучасні тенденції ринку HoReCa, які актуалізувалися після початку воєнних дій: збереження попиту на домашню їжу, фастфуд, напівфабрикати та швидкий відпочинок у закладах громадського харчування; вплив правил воєнного часу: комендантської години та необхідності дотримання норм повітряної тривоги; необхідність налагодження швидкої логістики доставленняїжі; вплив місця розташування ресторанного бізнесу: його наближення до зони бойових дій, розташування внутрішньопереміщених осіб, географічна диференціація діяльності ресторанного бізнесу, важливість підвищення кваліфікації працівників до роботи в умовах форсмажорних обставин; формування альтернативних логістичних ланцюгів; необхідність оптимізації витрат й собівартості продукції

Основні узагальнені тенденції щодо діяльності закладів ресторанного господарства під час війни: збільшення обсягів традиційних страв; соціальний кейтеринг; новітні напрямки у сфері громадського харчування (зокрема, сублімована та дегідрована їжа); готові страви з довгим терміном придатності (різноманітні способи продовження терміну придатності класичних ресторанных страв; та додаткове обладнання); невласлива для

ресторанів діяльність. Проте заклади ресторанного господарства швидко адаптували свою роботу під умови війни [2].

Отже, подальшому відновленню сфери HoReCa в Україні сприятиме підтримка світової спільноти, інвестиції в Україну після завершення війни, застосування інновацій та налагодження продовольчих ланцюгів, активізація співпраці з міжнародними професійними та благодійними організаціями, а також грантодавцями.

Список використаних джерел

1. Янчук А., Флейчук М., Косякевич К. Довідник для локальних виробників та закладів громадського харчування і HORECA з рекомендаціями щодо плану дій під час війни для забезпечення безперервного постачання продуктів харчування та посилення продовольчої безпеки держави. Львів, 2022.
2. Паска М. З., Радзімовська О. В., Буряк М. Інноваційні аспекти розробки нових видів делікатесних продуктів спеціального призначення. Наукові проблеми харчових технологій та промислової біотехнології в контексті Євроінтеграції : тези ІХ Міжнар. наук.-техн. конф. Київ : НУХТ, 2020. С. 119–221.

ЛІДЕРСТВО В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ У ВОЄННИЙ ЧАС

Ірена Свидрук
д.екон.наук, професор

Юрій Турянський
д.екон.наук, професор

Львівський торговельно-економічний університет (Україна)

Лідерство відіграє важливу роль у воєнний час і може бути критичним для успіху військової операції. Лідери повинні мати здатність ухвалювати рішення в складних ситуаціях, координувати дії військових підрозділів та підтримувати дух бійців.

У воєнний час лідери можуть виконувати різноманітні ролі, такі як командування військами, підготовка та планування бойових дій, спрямування бойових дій на полі бою, організація логістики, спрямування розвідки та ведення переговорів із противником.

Важлива роль лідерства в управлінській діяльності організацій у цей нелегкий час зумовлена необхідністю стабілізації української економіки, забезпечення робочими місцями внутрішньопереміщених осіб тощо.

Ключовою особливістю лідерства у воєнний час є здатність до прийняття рішень в умовах стресу та невизначеності.

Загалом лідерство – це соціально-психологічний процес у колективі чи групі, побудований на впливі особистого авторитету людини на поведінку їх членів. Лідерство – це стосунки домінування та підпорядкування, впливу і спрямування в системі міжособистісних стосунків у групі. Лідерство виявляється у вмінні пробудити у співробітників мрію, до якої вони прагнуть наблизитися, «вдихнути» в них необхідну для цього енергію. В основі цього процесу лежить здатність лідерів притягувати до себе людей, несвідомо викликати почуття захоплення і любові.

Американські авторитети в галузі менеджменту Гарольд Кунц і Сіріл О'Доннел зазначали, якщо підлеглі керуються лише правилами і потребами, які встановив керівник, то вони можуть працювати приблизно на 60–65% своїх можливостей, щоб утриматися на роботі. А для того щоб досягти повного використання здібностей підлеглих, керівник повинен викликати в них відповідний відгук, здійснюючи лідерство. Цього можна досягти за допомогою різних засобів, але в основі їх всіх лежать потреби підлеглих.

Загальне лідерство в групі складається з таких компонентів – емоційного, ділового й інформаційного. Лідер може бути керівником групи, а може і не бути.

Виокремлюють такі розбіжності між лідером і керівником:

- керівника, звичайно, призначають офіційно, а лідера висувають стихійно;
- керівникові надають за законом певні права й обов'язки, а лідер може їх не мати;
- керівник наділений певною системою офіційно встановлених санкцій, використовуючи які він може впливати на підлеглих, а лідерові ці санкції не надані;
- керівник представляє свою групу в зовнішній сфері стосунків, а лідер у сфері своєї активності обмежений внутрішньогруповими стосунками;
- керівник, на відміну від лідера, відповідає перед законом;
- висування лідера більшою мірою залежить від настрою групи, тоді як керівництво – явище стабільне;
- сфера дій лідера – переважно мала група; поле діяльності керівника ширше, оскільки він представляє трудовий колектив у широкій соціальної системі.

Важливу роль лідерство управлінця відіграє у воєнний час. Наукові дослідження щодо проявів лідерства майже всі стосувалися довоєнного стану. Виняток становить наукова праця С. Товстої, представлена на Всеукраїнській конференції «Публічне управління та адміністрування в умовах війни і в поствоєнний період в Україні», в якій автор представила бачення психологічних інтенцій лідерів в умовах війни [1].

Дослідження Європейської бізнес асоціації [2], проведене в травні 2022 р., стосувалося змін на ринку праці України, спричинених війною. Виявилось, що через 3 місяці війни 76 % підприємств змушені були ухвалювати рішення щодо персоналу, зокрема про оптимізацію бізнес-напрямів заявили 23 % керівників, про релокацію – 16 %, реорганізацію – 12 %, простій оголосило 10 % підприємств, призупинення діяльності на невизначений період – 8 %, закриття філій – 7 %. Так, 18 % підприємств жодних організаційних змін не планували, жодне з включених в опитування підприємств не планувало закриття бізнесу [19], що може свідчити про високу лідерську здатність їх керівників. Водночас під впливом війни 26 % керівників підприємств повідомили про плани замороження бюджетів на розвиток і навчання персоналу, 16 % – про замороження преміальних виплат, 13 % підприємств постали перед необхідністю скорочення персоналу, 11 % – зменшення рівня оплати праці, 2 % – звільнення частини працівників (про плани збільшення штату повідомило лише 3 % підприємств). Окрім того, 56 % керівників українських

підприємств повідомили, що працівники, які виїхали в країни ЄС і отримали там тимчасовий прихисток, продовжують працювати дистанційно з відповідною винагородою, 8 % запропонували таким громадянам оформити відпустку без збереження заробітної плати, 3 % підприємств виплачують таким працівникам матеріальну допомогу.

У частині дослідження, що стосувалася питань лідерства в організації та згуртованості колективу, виявлено, що у 38 % підприємств працівники обговорюють питання релокації або реорганізації, у 31 % підприємств бізнес-питання розв'язують лише на вищому рівні управління, 18 % керівників повідомили про відсутність такої практики. Водночас виявилось, що майже половина персоналу задоволена рівнем комунікації з керівництвом під час воєнного стану, 28 % – скоріше задоволені, близько 20 % працівників вважають, що ці питання потребують розв'язання, 6 % працівників не задоволені комунікаціями.

Список використаних джерел

1. Товста С. Д. Психологічні інтенції науково-педагогічних працівників та лідерів в умовах війни. Публічне управління та адміністрування в умовах війни і в поствоєнний період в Україні : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. м. Київ, 15-28 квітня 2022 р. Київ : ДЗВО УМО, 2022. Т. 3. С. 52-53.
2. Support employees and the army: how business works during the war. URL: <https://eba.com.ua/en/pidtrymuyut-komandy-ta-armiyu-yak-pratsyuye-biznes-v-umovah-vijny>

Зміст

СЕКЦІЯ 1	
Пріоритети і перспективи розвитку економіки України в умовах глобалізації та євроінтеграції	6

Марта Барна

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ	7
---	---

Василь Гуцуляк

БЕЗПЕКА ТА СТАБІЛЬНИЙ РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	9
---	---

Тетяна Дракохруст

ЕКОНОМІЧНА ДИПЛОМАТІЯ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	13
--	----

Ihor Zanevskyy, Lyudmyla Zanevska

LOGISTIC COLLAPSE OF A GRAIN EXPORT THROUGH WESTERN BORDERS OF UKRAINE CAUSED BY RUSSIAN INVASION	16
---	----

Наталія Зеліско

ВИКЛИКИ ДЛЯ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ	19
---	----

Вікторія Ільченко

РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ	22
---	----

Світлана Колач, Зоряна Мирончук, Оріся Василина

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	25
---	----

Ольга Комеліна, Ліліана Логвиненко

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНУ СИТУАЦІЮ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА	
---	--

ПЕРСПЕКТИВИ	28
<i>Ольга Комеліна, Дарія Хоруженко</i>	
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	31
<i>Іван Коркуна, Степан Мацюк</i>	
ФУНКЦІЇ ФОНДОВИХ БІРЖ У РОБОТІ З ФОНДОВИМ РИНКОМ	34
<i>Олександр Левченко, Ольга В'юнник</i>	
ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ПЕРЕХОДУ ДО ІНДУСТРІЇ 5.0	37
<i>Andrii Lytvynenko</i>	
MANAGEMENT IN CONDITIONS OF GLOBAL UNCERTAINTY	39
<i>Василь Мандрик, Володимир Мороз</i>	
АНАЛІЗ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	41
<i>Оксана Мельничук, Наталія Телічко, Марія Левіна-Костюк, Ірина Ажаман</i>	
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ	44
<i>Інна Міняйленко, Остап Кравченко</i>	
АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК НАПРЯМ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	47
<i>Інна Міняйленко, Антон Потьома, Володимир Гужва</i>	
РОЗУМНІ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ЯК ЗАСІБ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У СПІВПРАЦІ З ЄС	50

<i>Ольга Мульська</i>	
КАУЗАЛЬНІСТЬ МІГРАЦІЇ І КАПІТАЛІЗАЦІЇ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ	54
<i>Oksana Perkhach</i>	
PRINCIPLES OF PUBLIC POLICY ON CIRCULAR ECONOMY DEVELOPMENT	57
<i>Людмила Петришин, Олександра Бойко, Андрій Пятачук</i>	
НОВОВВЕДЕННЯ У ФОРМУВАННІ ТА ВИКОРИСТАННІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	60
<i>Пшик Богдан, Адамик Марія</i>	
РОЗВИТОК СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ НА БАЗІ ЦІЛЬОВОГО КАПІТАЛУ	63
<i>Ірина Стахів, Оксана Щуревич</i>	
ШЛЯХИ ПОЛІПШЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ	66
<i>Олена Христенко, Анастасія Добровольська, Поліна Кулик</i>	
РОЛЬ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	69
<i>Марина Чижевська, Олександра Кузьменко</i>	
ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	72
<i>Оксана Чуб</i>	
ЛІДЕРСТВО ТА ГЕНДЕР В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	75
<i>Тетяна Шевчук, Ганна Кудринська</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	78
<i>Ольга Шолудько, Маряна Богач</i>	

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ
ВКЛАДЕНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ 82

Світлана Щербініна

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ЕНЕРГЕТИЧНОГО
РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ 85

Світлана Яців

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ВПЛИВ
НА УКРАЇНУ 88

СЕКЦІЯ 2

**Соціально-економічні засади розвитку менеджменту та
маркетингу в сучасних умовах 91**

Христина Беспалюк, Христина Баранівська

ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ NPS У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ
СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВ 92

Володимир Биба, Наталія Пінчук

СУЧАСНІ МЕТОДИ ТА ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ 95

Інна Бойчук

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ 98

Оксана Булик

ВПЛИВ БРЕНДИНГУ НА ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО
ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ 101

Іван Гуль , Лешек Харатик

САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	104
<i>Вікторія Гуцуляк</i>	
ФОРМУВАННЯ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	107
<i>Вікторія Гуцуляк</i>	
ЕТИЧНІ ЦІННОСТІ ТА КУЛЬТУРА ДІЛОВИХ ВІДНОСИН СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА	110
<i>Інна Дибач, Владислава Черненко</i>	
КОНКУРЕНЦІЯ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	113
<i>Володимир Дудюк, Андрій Головка</i>	
УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГІЧНИМИ ПРОЄКТАМИ	116
<i>Ван Дунчен, Олена Красноносова</i>	
РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ	119
<i>Уляна Іванюк</i>	
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СТРЕСОМ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ	122
<i>Володимир Колодійчук</i>	
ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ	124
<i>Ірина Колодійчук</i>	
КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ПИТАНЬ ПОВОДЖЕННЯ З ВІДХОДАМИ	127
<i>Ольга Комеліна, Анна Ісіченко</i>	
ПІДТРИМКА ЛІДЕРСТВА В УМОВАХ КРИЗ	130

<i>Ольга Комеліна</i>	
СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УМОВАХ ЕКСТРЕМАЛЬНИХ ЕКЗОГЕННИХ ВИКЛИКІВ: НОВІ ЗАВДАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	133
<i>Галина Левків, Назар Мельник</i>	
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ТА ВИТРАТАМИ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ	136
<i>Христина Лешко</i>	
ТИМБУЛДИНГ ЯК КОМАНДНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	138
<i>Сергій Матюх</i>	138
ФОРМУВАННЯ АДАПТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ БЕЗПЕКОВОГО ПІДХОДУ	141
<i>Юрій Муравйов</i>	
ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ФОРМУВАННЯ ПЛАТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ МИСЛИВСЬКИХ ТВАРИН	144
<i>Наталія Павленчик</i>	
КРЕАТИВНІСТЬ – ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	147
<i>Любов Перетятко</i>	
РОЛЬ МЕНЕДЖЕРА В СУЧАСНОМУ СВІТІ	150
<i>Дмитро Петришин, Наталія Павленчик</i>	
НОВІ ТРЕНДИ В МЕНЕДЖМЕНТІ: РОЗВИТОК ЕДЖАЛЬНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ	153
<i>Дмитро Приходько</i>	
ІННОВАЦІЙНИЙ НАУКОВО-ПРИКЛАДНИЙ ПІДХІД ФОРМУВАННЯ АЛЬТЕРНАТИВ ЦИКЛУ МЕНЕДЖМЕНТУ	

ДЕВЕЛОПЕРСЬКИХ ПРОЄКТІВ 156

Володимир Семцов

ОПОРТУНІСТИЧНА ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА ЯК ФАКТОР
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГЕНТА
РИНКУ 159

Наталія Степаненко, Інна Волков

ЕМПІРИЧНІ ЗАСАДИ ДІАГНОСТИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ
РЕКЛАМНИХ ВПЛИВІВ 162

Володимир Холявка, Христина Лешко

МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ 165

СЕКЦІЯ 3

**Трансформація сфери обслуговування сучасні виклики
тенденції та домінанти інноваційного розвитку 168**

Оксана Крупа, Юлія Боруцька

ВІРТУАЛЬНІ ЕКСКУРСІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ВИД ТУРИЗМУ В
УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 169

Сергій Ліщук

ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО
РЕГУЛЮВАННЯ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ В
УКРАЇНІ 172

Анатолій Павленчик

СТАТИСТИСТИЧНИЙ І СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ 175

Yuliia Prus

CURRENT CHALLENGES AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT

OF THE HEALTHCARE SECTOR IN UKRAINE 179

Tetiana Tomalia, Maksym Piniar

THE MAIN ASPECTS OF THE RECREATIONAL CLUSTER
DEVELOPMENT IN THE KHMELNYTSKYI REGION 182

Софія Холявка

ЩОДО ПРОБЛЕМАТИКИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА
АВТОРСЬКОГО ПРАВА 185

СЕКЦІЯ 4

Актуальні проблеми розвитку сфер фізичної культури та спорту, рекреації та реабілітації в ринкових умовах 189

Bektayeva Nurila, Raimkulova Ayakoz, Beraliyeva Elmira

SOCIO-PEDAGOGICAL TECHNOLOGY FOR THE FORMATION
OF A HEALTHY LIFESTYLE IN STUDENTS 190

Галина Біда

ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЕМОЦІЙНИХ ХАРАКТЕРИСТИК
ПАЦІЄНТІВ З ІШЕМІЧНОЮ ХВОРОБОЮ СЕРЦЯ 193

Тетяна Гуцан, Валерія Дидіна

ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ФІТНЕСУ В УКРАЇНІ 196

*Мирослава Данилевич, Ольга Романчук, Ростислав
Коваль, Софія Перетятко, Ігор Дедишин*

СІДНІ КАТЦ (1924–2012): АМЕРИКАНСЬКИЙ ГЕРІАТР,
НАУКОВЕЦЬ І НОВАТОР У МЕДИЦИНІ 198

Наталія Жарська, Віра Будзин

ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНА РЕАБІЛІТАЦІЯ У СФЕРІ
ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ 204

Андрій Льїн

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОГРАМ ФІЗИЧНОГО

ТРЕНУВАННЯ В САМОСТІЙНІЙ РОБОТІ СТУДЕНТІВ 207

*Богдан Кіндзер, Dariusz W.Skalski,
Marek Graczyk, Олександр Хацаюк*

СИНДРОМ ДЕФІЦИТУ УВАГИ — ДИТЯЧА ХВОРОБА ЧИ
ПРОБЛЕМА ТЕХНОГЕННОГО СУСПІЛЬСТВА? 210

Ірина Оленич

УПРАВЛІННЯ СПОРТИВНИМИ СПОРУДАМИ 214

Ніна Петруха

ТЮТОРСЬКИЙ СУПРОВІД У СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ
ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПОРТУ 217

Ольга Римар, Олена Ханікянц

ВПЛИВ ZUMBA KIDS НА ФІЗИЧНУ ПІДГОТОВЛЕНІСТЬ ДІТЕЙ
МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ 220

Ольга Стасюк

ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ НА
СПОЖИВЧОМУ РИНКУ РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ПОСЛУГ 223

Ірина Стахів

ГОСПОДАРСЬКІ ВІДНОСИНИ У СПОРТИВНІЙ ГАЛУЗІ 226

Любов Чеховська, Ольга Жданова, Уляна Шевців

ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ТРЕНУВАННЯ НА ЗАНЯТТЯХ ІЗ
ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ 228

СЕКЦІЯ 5

**Сучасні тенденції та стратегії розвитку туристичної
галузі 232**

Людмила Безтелесна, Володимир Діковицький

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ
В УКРАЇНІ 233

<i>Оксана Богославець, Вікторія Михайлуца</i>	
УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПРОЄКТАМИ ЯК НАПРЯМ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	237
<i>Леся Бондаренко</i>	
КРЕВЕТКОВІ ФЕРМИ ЯК ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	242
<i>Юлія Боруцька</i>	
ПОЛІАСПЕКТНІСТЬ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	244
<i>Мирослава Босовська, Оксана Полтавська, Алла Домище-Медяник</i>	
ТРЕНДИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	247
<i>Andrii Holod, Fábio Lopes Alves</i>	
SOCIAL PROBLEMS OF TOURISM DEVELOPMENT IN CONDITIONS OF INSTABILITY	250
<i>Орислава Графська, Тарас Перегіняк</i>	
АНАЛІЗ ІНІЦІАТИВ, СПРЯМОВАНИХ НА ПОДОЛАННЯ НАСЛІДКІВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 ДЛЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	253
<i>Орислава Графська</i>	
ТЕРИТОРІАЛЬНА ГРОМАДА ЯК СУБ'ЄКТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	257
<i>Орислава Графська, Андрій Сиванич</i>	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	261
<i>Ірина Дидів, Оксана Березівська</i>	
ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ САНАТОРНО- КУРОРТНИХ ЗАКЛАДІВ ЛЬВІВЩИНИ	264

<i>Лілія Іванова, Ольга Вовчанська, Антон Шамов</i>	
МОЖЛИВОСТІ КЛІЄНТСЬКОГО ДОСВІДУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	267
<i>Володимир Ковалишин, Павло Кучер, Христина Попаца</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ЗАКАРПАТТЯ	274
<i>Володимир Ковалишин, Володимир Холявка</i>	
ПЕРЕДУМОВИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ СТАЛОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ	277
<i>Оксана Кулик</i>	
АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ НА ПРИКЛАДІ «PIZZA CELENTANO»	280
<i>Павло Кучер, Андрій Кухтій, Лідія Тимошенко</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	283
<i>Костянтин Лабарткава, Андрій Кухтій, Валентина Лабарткава</i>	
ЕКСТРЕМАЛЬНИЙ ТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ ЗРОСТАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ	286
<i>Василь Липчук, Наталя Липчук</i>	
СИЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ: НОВІ ВИКЛИКИ	290
<i>Світлана Павлюк</i>	
СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	292
<i>Роман Скабара</i>	
ДОСВІД ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЇ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ	294

<i>Володимир Худоба</i>	
ОЦІНЮВАННЯ ЦІННОСТІ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЕКОСИСТЕМНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ЗАВДАНЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	297
<i>Оксана Шевчук, Христина Бойко</i>	
ТУРИЗМ І ЙОГО ІНФРАСТРУКТУРА: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ	300

СЕКЦІЯ 6

Соціально-гуманітарні аспекти функціонування сфери менеджменту, туризму, готельно-ресторанної справи та фізичної культури і спорту	304
<i>S. Avdarsol</i>	
FUNCTIONAL LITERACY ASSESSMENT TASKS FOR INFORMATICS STUDENTS	305
<i>Андрій Бекеша, Світлана Криштанович</i>	
ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	315
<i>Марко Глух, Світлана Криштанович</i>	
ЗНАЧЕННЯ АГРОТУРИЗМУ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ	317
<i>Оксана Грицина, Ігор Лозинський</i>	
СТРАХУВАННЯ В ГАЛУЗІ СПОРТУ	320
<i>Андрій Кобрин, Уляна Гузар</i>	
ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ОЦІНЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ «АСЕСМЕНТ-ЦЕНТР» У ЗАКЛАДАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	323
<i>Іван Коркуна, Роман Боднар</i>	

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В
ПЕРІОД ВІЙНИ ПРИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ДИДЖИТЕЛ-
ТЕХНОЛОГІЙ 325

Олена Лихолат

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ SUPERFOODS: ЗНАЧЕННЯ
ДЛЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ, ЕКОЛОГІЇ, ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ 327

Марія Паска, Алла Левчук

ОСОБЛИВОСТІ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ В СУЧАСНИХ
УМОВАХ 330

Наталія Прилена, Вікторія Кондратюк

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ ЗА КОРДОНОМ ПІД
ЧАС ВІЙНИ 332

Ольга Радзімовська, Марія Паска

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ
ВІЙНИ 334

Ірена Свидрук, Юрій Турянський

ЛІДЕРСТВО В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ У ВОЄННИЙ
ЧАС 336

Наукове видання
**ЕКОНОМІКО-СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ
В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

Тези доповідей
V Міжнародної науково-практичної конференції
(27-28 квітня 2023 року, м. Львів)

За загальною редакцією Наталії ПАВЛЕНЧИК

Випусковий редактор
Оксана БОРИС

Редактор
Єлизавета ЛУПИНІС

Комп'ютерне верстання і дизайн *Христини Баранівської*

Підписано до друку 30.06.2023. Формат 60×84/16.
Папір офсет. Гарнітура Lora. Друк цифровий.
Ум. друк. арк. 20,46 Обл. вид. арк. 14,96.
Наклад 100 прим. Зам. № 289.



**Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського**

Редакційно-видавничий відділ
79007, м. Львів, вул. Костюшка, 11
тел. +38 (032) 261-59-90
<http://www.ldufk.edu.ua/>
e-mail: redaktor@ldufk.edu.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів
та розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 6963 від 5.11.2019 р.

Друк
ФОП ГНІДЬ Я. Б.
79069, Львівська обл., м. Львів,
вул. Шевченка, 352/34