

ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
НАУКОВЕ ТОВАРИСТВО МОЛОДИХ УЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ ЧТЕІ ДТЕУ

РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

**МАТЕРІАЛИ XII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ
СТУДЕНТСЬКОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Чернівці
22 грудня 2022 р.**

**УДК 330.1
Р45**

Реформування економіки України як фактор забезпечення сталого розвитку. Матеріали XII Всеукраїнської наукової студентської інтернет-конференції, м. Чернівці, 22 грудня 2022 р. Чернівці: ЧТЕІ ДТЕУ, 2022. 152 с.

До збірника увійшли матеріали XII Всеукраїнської наукової студентської інтернет-конференції «Реформування економіки України як фактор забезпечення сталого розвитку», які містять результати досліджень сучасних проблем розвитку економічної системи України. Значна увага приділяється актуальним питанням: соціально-політичному розвитку держави в умовах війни; європейській інтеграції України; розвитку фінансової системи, обліку, аналізу та аудиту; управління діяльністю підприємств і галузей; математичним моделям економічного розвитку України; сучасним технологіям маркетингу й ефективного менеджменту; туризму та ринку послуг; досліджуються прогресивні технології виробництва кулінарної продукції тощо.

Розраховано на аспірантів та студентів, що цікавляться проблемами реформування економіки України.

Роботи надруковано у авторській редакції.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

© ЧТЕІ ДТЕУ, 2022

Підписано до друку 09.12.2022 р.

ЗМІСТ

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Владика Павло, наук. кер. – Урсакій Юлія <i>ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ</i>	8
Продан Юлія, наук. кер. – Кормакова Інна <i>ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА СВІТОВУ ТОРГІВЛЮ ТА ІНВЕСТИЦІЇ</i> <i>СОЦІАЛЬНІ ТА ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ</i>	10
Бучко Олександра, наук. кер. – Томнюк Тетяна <i>НЕДЕРЖАВНЕ ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ</i>	13
Продан Юлія, наук. кер. – Верстяк Оксана <i>НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ ВІЙНИ НА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ</i>	15
Фербей Галина, наук. кер. – Маначинська Юлія <i>ДОПОМОГА ПІД ЧАС ВІЙНИ: ПІДТРИМКА БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ</i>	17
Фіцич Богдан, наук. кер. – Томнюк Тетяна <i>МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ПЕНСІОНЕРІВ</i> <i>ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ: ШЛЯХ ДО НОВИХ СТАНДАРТІВ</i>	19
Адам Валентина, наук. кер. – Романовська Ольга <i>ГАРМОНІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ З МІЖНАРОДНИМИ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ</i>	23
Бирзу Інна, наук. кер. – Романовська Ольга <i>ПЕРСПЕКТИВА МІЖНАРОДНОЇ СТАНДАРТИЗАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА НАБЛИЖЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ ДО ПРАВА ЄС</i>	25
Костинюк Іванна, наук. кер. – Томнюк Тетяна <i>ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ: ШЛЯХ ДО НОВИХ ПОДАТКОВИХ СТАНДАРТІВ</i>	28
Стойкова Юлія, наук. кер. – Маначинська Юлія <i>ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ</i>	30
Фербей Галина, наук. кер. – Рилєєв Сергій <i>ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ: ЇЇ ВАЖЛИВІСТЬ ТА ПОЗИТИВНІ НАСЛІДКИ ДЛЯ УКРАЇНИ</i>	33

Битян Максим, наук. кер. – Томнюк Тетяна <i>ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ</i>	35
Боднарюк Михайло, наук. кер. – Рошило Віолетта <i>НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН У КОНТЕКСТІ РЕФОРМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ</i>	37
Боднарюк Михайло, наук. кер. – Томнюк Тетяна <i>ПОДАТКОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ</i>	39
Костинюк Іванна, наук. кер. – Вудвуд Вікторія <i>ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ</i>	41
Мігорян Максим, наук. кер. – Чорновол Алла <i>РОЗВИТОК ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ</i>	44
Прокопів Ангеліна, наук. кер. – Вудвуд Вікторія <i>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ</i>	46
Фірчук Марія, наук. кер. – Євдошак Володимир <i>ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ</i>	49
<i>АДАПТАЦІЯ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА АУДИТУ ДО ЕКОНОМІЧНИХ ЗМІН</i>	
Боднар Інна, наук. кер. – Євдошак Володимир <i>ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ СИСТЕМИ «ДИРЕКТ-КОСТИНГ» У СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ</i>	52
Боднарюк Дмитро, наук. кер. – Маначинська Юлія <i>ВПЛИВ РЕЛЕВАНТНОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ</i>	54
Боднарюк Дмитро, наук. кер. – Мустеца Ірина <i>ОРГАНІЗАЦІЯ АУДИТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ</i>	56
Торак Діана, наук. кер. – Маначинська Юлія <i>ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ «СТАНДАРТ-КОСТИНГ» ПРИ ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ</i>	58
<i>АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ І ГАЛУЗЕЙ</i>	

Андрусенко Катерина, наук. кер. – Урсакій Юлія <i>КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА</i>	61
Бужора Марія, наук. кер. – Урсакій Юлія <i>ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ</i>	63
Дробот Катерина, наук. кер. – Кормакова Інна <i>ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ У ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ</i>	65
Конська Аделіна, наук. кер. – Євдошак Володимир <i>ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ: УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ</i>	67
Мельниченко Галина, наук. кер. – Євдошак Володимир <i>ОЦІНКА ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ</i>	69
Морошан Артем, наук. кер. – Урсакій Юлія <i>АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ</i>	72
Талалай Єлизавета, наук. кер. – Круглянко Андрій <i>РОЗВИТОК ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ</i>	76
Шупарська Ангеліна, наук. кер. – Урсакій Юлія <i>ЕФЕКТИВНІСТЬ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ</i>	79
<hr/> МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ <hr/>	
Зміївська Вікторія, наук. кер. – Зміївська Ірина <i>ПРОГНОЗУВАННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ АВТОРЕГРЕСІЙНОЇ МОДЕЛІ</i>	82
Келару Владислав, наук. кер. – Дрінь Ірина <i>АНАЛІЗ НЕЛІНІЙНИХ МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ ПОВЕДІНКИ ДВОХ КОНКУРЕНТНИХ ФІРМ</i>	85
Фіцич Богдан, наук. кер. – Дрінь Ірина <i>МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЯК МЕТОД НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ</i>	87
<hr/> СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ ТА РЕКЛАМИ <hr/>	
Аликсандрюк Марина, наук. кер. – Урсакій Юлія <i>СУТНІСТЬ ТА ВИДИ РЕКЛАМИ</i>	89

Басюк Анастасія, наук. кер. — Гут Любов <i>ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ МАРКЕТИНГУ ТА РЕКЛАМИ У ГАЛУЗІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА</i>	91
Дробот Катерина, наук. кер. – Зеленюк Оксана <i>ЛАТЕРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК КРЕАТИВНИЙ ПІДХІД ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</i>	94
Мельник Олег, наук. кер. – Зеленюк Оксана <i>ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВІРУСНОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ</i>	97
Патраш Крістіна, наук. кер. – Зеленюк Оксана <i>ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАКОРДОННИХ РИНКАХ</i>	99
Продан Юлія, наук. кер. – Зеленюк Оксана <i>ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ</i>	101
Трачук Софія, наук. кер. – Зеленюк Оксана <i>СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ</i>	103
<i>РОЛЬ ТУРИЗМУ ТА РИНКУ ПОСЛУГ У РЕФОРМУВАННІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ</i>	
Адам Валентина, наук. кер. – Паламарек Каріна <i>ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ</i>	106
Біла Анастасія, наук. кер. – Паламарек Каріна <i>РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ПІД ВПЛИВОМ КРИЗОВИХ ЯВИЩ</i>	109
Кобрак Марина, наук. кер. – Чичун Валентина <i>ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ</i>	111
Мироняк Вадим, наук. кер. – Чичун Валентина, <i>КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СКЛАДНИХ УМОВАХ</i>	114
Олексюк Христина, наук. кер. – Урсакій Юлія, <i>ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ</i>	116
Рибальченко Олена, наук. кер. – Чичун Валентина, <i>ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ</i>	120

Семовінчик Вікторія,
наук. кер. – Незвещук-Когут Тетяна,
*ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТАНДАРТІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ
ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ* 122

*ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ*

Баженова Наталія,
наук. кер. – Урсакій Юлія
*ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ* 127

Слежук Василина,
наук. кер. – Урсакій Юлія
РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ 129

*ПРОГРЕСИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА КУЛІНАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ
В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА*

Гридньова Дар'я,
наук. кер. – Золотухіна Олена
*ІННОВАЦІЙНІ ЗМІНИ В КЛАСИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ – ВІЗИТІВКА СУЧАСНОГО
РЕСТОРАННОГО ЗАКЛАДУ* 133

Забурмеха Андрій,
наук. кер. – Струтинська Любов
*ТЕХНОЛОГІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ПАЖИТНИКУ ЯК ПЕРСПЕКТИВНОЇ
СИРОВИНИ У ТЕХНОЛОГІЯХ РЕСТОРАННОЇ ПРОДУКЦІЇ* 135

Іванюк Катерина,
наук. кер. – Паращук Анастасія
ТЕХНОЛОГІЯ ТОРТИЛЬЇ ОЗДОРОВЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ 137

Корбан Ілля,
наук. кер. – Струтинська Любов
*ЕНЕРГООЩАДНІ ПЕКАРСЬКІ ПЕЧІ: НОВІ ТЕХНІЧНІ РІШЕННЯ В УМОВАХ
ЕНЕРГЕТИЧНОЇ КРИЗИ* 138

Купчук Тетяна,
наук. кер. – Паламарек Каріна
ТЕХНОЛОГІЯ МУСУ «МОЛОЧНОГО» ПІДВИЩЕНОЇ БІОЛОГІЧНОЇ ЦІННОСТІ 140

Рудніцький Антон,
наук. кер. – Брикова Тетяна
*ЗАСТОСУВАННЯ ПЕРЕДОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА КУЛІНАРНОЇ
ПРОДУКЦІЇ* 143

*REFORMATION OF UKRAINIAN ECONOMY AS A FACTOR OF
STEADY DEVELOPMENT*

Dolinska Vitalina,
scientific advisor – Maksymiuk Nataliya
PROSPECTS OF EUROPEAN INTEGRATION FOR UKRAINE 147

Ivanyuk Kateryna,
scientific advisor – Maksymiuk Nataliya
CULINARY TECHNOLOGIES AT RESTAURANT ESTABLISHMENTS 150

Владика Павло,
наук. кер. – Урсакій Юлія,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Сьогоднішні історичні виклики, з якими зіткнулася Україна, дають можливість побудувати нову систему взаємовідносин науки і суспільства, підвищити її значимість як у науково-технічному прогресі та інноваціях, так і в посиленні обороноздатності країни, прийнятті суспільно-значущих рішень, формулюванні національних стратегій розвитку, воєнних доктрин тощо.

Інновації генерують позитивні структурні зрушення в економіці та суспільстві, сприяють підвищенню продуктивності економіки, зайнятості населення, посилюють її здатність конкурувати в глобальному середовищі з економіками інших країн світу та забезпечувати стійкі темпи зростання в довгостроковій перспективі.

Постійній модернізації підлягають як технологічні процеси виробництва товарів та послуг, так і інституційна структура суспільства – удосконалення системи державного управління, розвиток правового поля для усіх аспектів життєдіяльності, розвиток громадянського суспільства.

Інновації не відбуваються самі собою. В суспільстві повинен бути стимул до інновацій. Виключно ринкові стимули не діють у високоризикових сферах.

Ще менше шансів на інновації в слаборозвинених економіках з низьким рівнем попиту і високим рівнем бідності і нерівності, зростаючим рівнем безробіття. Для широкого інноваційного процесу потрібна відповідна державна політика, яка має враховувати стан розвитку економіки та суспільно-економічних відносин.

Тому найважливішими структурними реформами, які в найкоротші терміни потрібно реалізувати в нашій країні – це безумовне створення достатньої кількості адекватно оплачуваних нових робочих місць та модернізація виробництва на інноваційній основі.

Перш ніж удосконалювати існуючі інститути потрібно відновити зруйнований інститут праці, адже право на працю – це первинна потреба людини у цивілізованому світі. Головна структурна реформа, яку потрібно реалізувати в Україні – це створення нових робочих місць

З досвіду післявоєнної відбудови Боснії та Герцеговини відомо, що ігнорування проблеми цілеспрямованого створення робочих місць призвело до виникнення зневіри населення у кращому майбутньому і хронічного безробіття, яке ще протягом 10 років після закінчення війни (у 1996-2007 рр.) зберігалось на рівні 30-40% робочої сили і донині залишається одним з найвищих в Європі (16%).

Після війни велика маса працездатного населення потребуватиме швидкої інтеграції в нову систему суспільно-економічних відносин.

Розв'язання виключно гуманітарно-інфраструктурних проблем та покращення умов для бізнес-ініціативи не вирішує проблему зайнятості. Потрібна цілеспрямована державна політика зайнятості.

Для зруйнованої війною економіки цінність створення нових робочих місць має значно вище інституційне значення, ніж судові, правоохоронні, антикорупційні, банківські і т. д. реформи, якими переважно займалась українська влада останні 5 років.

Проведення подальших ринкових реформ не буде мати успіху в країні, громадяни якої залишаються масово безробітними з доходами в рази нижчим, ніж в сусідніх країнах, з посттравматичним синдромом пережитої війни.

Мінекономіки з використанням непрямих методів розрахунку та інструментів моделювання на базі поведінкових показників економічних суб'єктів оцінює падіння ВВП минулого місяця, як і у серпні, в межах 35% [$\pm 2\%$]. Загалом, за підсумками перших трьох кварталів 2022 року падіння ВВП в Україні оцінюється на рівні 30%.

Серед позитивних економічних чинників спостерігалось покращення динаміки транспортних перевезень, як внаслідок зростання експорту агропродукції морським транспортом, так і через нарощування перевезень вантажів залізницею.

Так, завдяки реалізації «Зернової ініціативи» через порти Великої Одеси за серпень-вересень експортовано 5,5 млн тон агропродукції. У вересні, в порівнянні з серпнем, кількість експортованої продукції зросла у понад 2 рази, а кількість суден, які вийшли з портів, - майже втричі.

Минулого місяця обсяг українського експорту у грошовому еквіваленті виріс більш ніж на 23% у порівнянні з серпнем цього року, що є рекордним значенням з початку повномасштабного вторгнення РФ.

Також, за оперативними даними, у вересні АТ «Укрзалізниця» перевезла 11,7 млн т вантажів, що на 8,4% більше за обсяги перевезень серпня 2022 року та на 41% до березня відповідно.

Відбувається подальше продовження ремонтів та будівництва інфраструктурних споруд та прикордонних доріг і митних переходів,

пошкоджених внаслідок бойових дій, а також робіт з відновлення функціонування шляхів, створюються безпечні логістичні ланцюжки на деокупованих територіях. Минулого місяця капітальні видатки державного бюджету порівняно з серпнем 2022 року збільшилися на 33,2%.

У вересні спостерігалась стабілізація цін на пальне за рахунок налагодження логістичних ланцюгів постачання нафтопродуктів та оперативної диверсифікації постачальників, що в цілому врівноважило внутрішній ринок та сприяло зниженню інфляційного тиску на економіку на тлі падіння зовнішніх цін, особливо на енергоносії. За даними Світового банку ціни на нафту у вересні 2022 року порівняно з серпнем 2022 року скоротилися на 8,6%, на газ (середня ціна країн Європи) – на 15,6%. На залізну руду – на 8,3%, на базові метали – на 5,3%.

Також спостерігається покращення очікувань бізнесу щодо перспектив своєї економічної діяльності, хоча вони все ще і залишаються песимістичними (46,1 у вересні проти 44,1 у серпні).

Список використаних джерел:

1. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/> (дата останнього звернення 23.11.2022).

2. Сучасні реалії економіки України. *Українська правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/05/31/687649/> (дата останнього звернення 23.11.2022).

Продан Юлія,

наук. кер. – Кормакова Інна,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА СВІТОВУ ТОРГІВЛЮ ТА ІНВЕСТИЦІЇ

Воєнний конфлікт в Україні, що розпочався 24 лютого 2022 року, та в цілому війна, яка триває в Україні з 2014 року, спричинила багато людських втрат та завдала значного впливу на економіку країни і не тільки. Навіть після закінчення війни Україна ще довго відчуватиме наслідки та довго відновлюватиметься. Нижче розглянемо, які саме сфери економіки та інвестицій постраждали.

Війна в Україні спричиняє глобальні перебої в торгівлі та інвестиціях, впливаючи на автовиробників у Європі, власників готелів у Грузії та на Мальдівах, а також впливаючи на споживачів продуктів харчування та палива в усьому світі. Хоча бідні верстви населення світу, які витрачають значну частину своїх доходів на найнеобхідніше,

можливо і не так серйозно відчули вплив війни, однак, жодна країна, регіон чи галузь не залишилися байдужими до подій, що відбуваються.

У Світовому банку повідомили, що через війну в Україні, світова торгівля скоротиться на 1%, що призведе до зниження світового ВВП на 0,7% і ВВП країн з низьким рівнем доходу на 1%. Крім цих прямих наслідків, довгострокові наслідки війни для глобальної торгівлі та інвестицій значною мірою залежатимуть від того, як уряди реагують на зміну геополітичного середовища[1].

Війна приходить у важкий для світової економіки момент. З точки зору торгівлі, найбільшим наслідком війни є зростання цін на товари. Існує три основні категорії товарів: енергія, сільське господарство та метали. Війна торкнулася всіх трьох. Значне зростання цін впливає на міжнародні ланцюжки поставок і ринки. Результатом є вищі темпи інфляції в усьому світі. Зокрема, Національний банк прогнозує, що наприкінці 2022 року інфляція становитиме 30%, але вона сповільниться у наступні роки[2]. Це може спричинити зміни попиту, оскільки споживачі не хочуть або не можуть купувати те, що вони зазвичай купують.

Окрім впливу на імпорт, війна також вплинула на експорт в Україну. Порушений доступ до ринків є гострою проблемою для товарів, що швидко псуються, таких як свіжі фрукти та овочі. Деякі товари, які експортери не можуть доставити в Україну зараз, можуть бути перерозподілені на інші (європейські) ринки. Проте експортерам, можливо, не вдасться уникнути надлишку пропозиції. Перерозподіл також викликає зростання конкуренції та зниження цін. Водночас зростання цін на енергоносії та добрива спричиняє підвищення собівартості продукції. Це створює значний виклик для експортерів.

Після цін на продовольство ціни на енергоносії зазнають великого впливу. Втручання в торговельну політику ризикує погіршити і до того ж не надто хорошу ситуацію. Експортні обмеження ще більше скорочують світову пропозицію, тоді як заходи з лібералізації імпорту та субсидії збільшують попит. Збої в глобальних і регіональних ланцюгах постачання спричинили дефіцит ресурсів і підвищення цін. Україна є ключовим постачальником сировини, включаючи кабелі запалювання для автомобілів, неоновий газ для напівпровідників і залізну руду для металургійних заводів.

Війна та пов'язані з нею санкції розірвали ключові транспортні зв'язки між росією та Україною та рештою світу, порушивши торгівлю в цілому. Сполучення росії з європейськими портами було розірвано, а експорт товарів в інші напрямки обмежений. Чорноморські порти України були заблоковані або окуповані, в результаті чого в країни

залишилося мало шляхів для експорту товарів. Авіаційні вантажні перевезення між Європою та Азією тепер мають бути змінені, щоб уникнути російського повітряного простору. Залізничний транзит через росію сповільнюється через перевірки на дотримання санкцій, і подальші раунди санкцій можуть призвести до повної зупинки залізничного транзиту.

Туризм також постраждає, особливо в країнах, що розвиваються. Грузія, Болгарія та Чорногорія дуже залежать від українців. Зниження світового туризму принаймні тимчасово загальмує відновлення галузі після пандемії, оскільки регулярні рейси зриваються, а споживачі переглядають свої плани подорожей.

Є ймовірність, що війна призведе до руйнування глобалізації – двигуна зростання та розвитку протягом останніх 30 років. Швидше за все компанії одна за одною будуть переоцінювати геополітичні ризики та можуть переносити виробництво з країн, які вони вважають більш ризикованими, можливо, певною мірою змінюючи глобальні ланцюжки створення вартості. Але враховуючи наявний капітал, витрати на пошук альтернатив і різницю в заробітній платі в різних країнах, цей процес швидше за все буде поступовим, ніж раптовим. Тому без підтримки державного керівництва, це може призвести до згортання глобалізації.

Втрати України від війни, розв'язаної росією, зростають щодня. Однак рано чи пізно війна закінчиться, і тоді наступним етапом стане поступове відновлення. Світова історія демонструє нам, що після будь-якого руйнування можна не просто відновитися, а стрибнути високо вгору в економічному сенсі. Тому залишається лише чекати і сподіватися швидкого припинення війни, а пізніше спільними зусиллями відновлювати нашу країну.

Список використаних джерел:

1. У Світовому банку розповіли про вплив війни в Україні на глобальну торгівлю. URL: https://enovosty.com/uk/news-ukr/news_economy-ukr/full/1305-u-svitovomu-banku-rozpozvili-pro-vpliv-vijni-v-ukraini-na-globalnu-torgivlyu
2. Наприкінці року інфляція сягне 30% - Нацбанк. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3597352-naprikinci-roku-inflacia-sagne-30-nacbank.html>

Бучко Олександра,
наук. кер. – Томнюк Тетяна,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

НЕДЕРЖАВНЕ ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Сьогодні проблема реформування пенсійного забезпечення є актуальною в більшості країн світу, незалежно від їхнього рівня економічного розвитку, це є наслідком старіння населення та ускладнення економічної ситуації. Пенсійне забезпечення громадян в Україні є однією з найскладніших та соціально гострих проблем сучасності. У більшості людей, які досягли пенсійного віку, рівень пенсії є нижчим за прожитковий мінімум населення. Тому необхідність внесення реформ у пенсійну систему є першочерговою. Вивченням питання пенсійного забезпечення займалися багато вчених. Що стосується безпосередньо недержавного пенсійного забезпечення, то до них відносяться: Л.Є.Момотюк, Л.П.Шумна, О.М.Ярошенко, Ю.В.Вітка, Ю.М. Коваленко, О.В. Ярошенко.

В Україні запроваджено сучасну багаторівневу пенсійну систему, перш за все для того, щоб забезпечити людям гідний рівень життя після закінчення трудової діяльності. Система складається з трьох шарів. Два з них є обов'язковими, а один – добровільним [1].

Система недержавного пенсійного забезпечення - це складова частина системи накопичувального пенсійного забезпечення, яка ґрунтується на принципі добровільності юридичних та фізичних осіб, крім випадків, передбачених законами, у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання учасниками НПЗ додаткових до загальнообов'язкового державного пенсійного страхування пенсійних виплат [2].

Недосконалість пенсійного забезпечення в Україні зумовлює необхідність вивчення цього питання у контексті розвитку більш прогресивних країн. Розвиток НПЗ в Україні залежить, насамперед, від потенційних їхніх учасників та усвідомлення можливостей, які надає їм нова пенсійна система, це позитивно вплине на загальний економічний стан країни. У багатьох передових країнах світу була створена законодавча база для паралельного функціонування тільки двох систем. Одна – державна, яка гарантує досить скромний рівень загального пенсійного забезпечення, а друга – недержавна, що забезпечує додаткові пенсії. Такий підхід дістав назву дуалістичного. Історично в світі склалося п'ять основних напрямів побудови державних

та недержавних систем пенсійного забезпечення. Державні системи функціонують за двома принципами: виплата пенсій з державного бюджету та утримання працюючим населенням тих, хто не працює. Перший напрям є базовим для всіх держав, оскільки він забезпечує мінімальний рівень добробуту пенсіонерам. Джерелом фінансування такої пенсійної схеми є податки, які забезпечують певний ступінь відшкодування заробітку. Другий є характерним для країн, які розвиваються, де співвідношення кількості працюючих до непрацюючих знаходиться орієнтовно в межах 3:1. Але, як тільки це співвідношення починає скорочуватися, перед державою постає проблемою дофінансування пенсійних виплат із державного бюджету [3, с.159].

Як наслідок, державна пенсійна система в Україні сьогодні не повною мірою відповідає сучасним потребам. Тому для України була обрана трирівнева модель, яка практикується у більшості економічно розвинених країн світу. Насамперед, найважливіше для пенсійної системи країни зробити так, щоб усі ланки гармонійно співіснували між собою. Проблемою, яка призвела до уповільнення розвитку пенсійної реформи, стало зволікання із визначенням оптимальних шляхів підвищення ефективності діяльності системи недержавних пенсійних фондів. Щодо перспектив розвитку НПФ в Україні, то слід підкреслити, що ми маємо достатньо можливостей для впровадження недержавного пенсійного забезпечення, але для цього необхідно посилити зацікавленість потенційних учасників НПФ у недержавному пенсійному страхуванні та здійснити заходи з надання впевненості та довіри до НПЗ. Проте, слід зазначити, що допоки більшість українців буде отримувати мізерні заробітні плати, то розвиток НПФ неможливий.

Таким чином, ефективне впровадження та функціонування НПЗ в Україні можливо, насамперед, через економічні стимули, а саме податкові пільги від держави та сприяння розвитку малого та середнього бізнесу. Держава повинна активно сприяти розвитку та вдосконаленню системи недержавного пенсійного забезпечення, адже це звільнить солідарну систему від проблем, які існують багато років.

Список використаних джерел:

1. Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування : Закон України від 09.07.2003 р. № 1058-IV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1058-15> (дата звернення 29.11.2022).
2. Про недержавне пенсійне забезпечення : Закон України від 09.07.2003р. № 1057-IV. URL:<http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1057-15> (дата звернення 29.11.2022).
3. Ветухова І.А., Яковлева Г.О., Ярошенко О.М. Пенсійне забезпечення: навчальний посібник / за заг. ред.. Жернакова В.В. Харків: Ун-т Юридична акад.. України ім. Ярослава Мудрого, 2016. 230 с.

Продан Юлія,
наук. кер. – Верстяк Оксана,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ ВІЙНИ НА НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ

Вплив воєнних конфліктів на навколишнє середовище дуже різний. Деякі міжнародні збройні конфлікти можуть бути короткими, але дуже руйнівними. Деякі громадянські війни можуть тривати десятиліттями, але ведуться з низькою інтенсивністю. Багато сучасних конфліктів стирають межі, тривають роками, але з тривалими періодами високої інтенсивності війни. Хто воює, де вони воюють і як вони воюють – усе це сильно впливає на вплив конфлікту на навколишнє середовище.

Конфлікти високої інтенсивності вимагають і споживають величезну кількість палива, що призводить до величезних викидів CO₂ і сприяє зміні клімату. Масштабні переміщення транспортних засобів можуть призвести до масштабних фізичних пошкоджень чутливих ландшафтів і георізноманіття, як і інтенсивне використання вибухових боєприпасів. Використання вибухової зброї в міських районах створює величезну кількість уламків і уламків, які можуть спричинити забруднення повітря та ґрунту. Забруднення також може бути спричинене пошкодженням легкої промисловості та екологічно чутливої інфраструктури, такої як водоочисні споруди. Втрата постачання енергії може мати жахливі наслідки, які завдадуть шкоди навколишньому середовищу, закриваючи очисні споруди чи насосні системи, або може призвести до використання більш забруднюючого палива чи побутових генераторів.

Серйозні випадки забруднення можуть бути спричинені навмисним нападом на промислові, нафтові чи енергетичні об'єкти, випадковим пошкодженням або порушенням роботи. У деяких випадках навмисні напади на нафтові чи промислові об'єкти використовуються як зброя війни, щоб забруднити великі території та поширити терор. Інші методи випаленої землі включають знищення сільськогосподарської інфраструктури, як-от каналів, колодязів і насосів, а також спалювання посівів. Така тактика загрожує продовольчій безпеці та засобам існування, підвищуючи вразливість сільських громад. Ці широкомасштабні випадки забруднення можуть призвести до транскордонних впливів через забруднення повітря або через забруднення річок, водоносних горизонтів або моря, незалежно від

того, чи є вони ненавмисними чи навмисними. У деяких випадках вони навіть можуть впливати на погоду чи глобальний клімат.

Зброя та військова техніка, які використовувалися під час конфліктів, також залишають екологічну спадщину. Наземні міни, касетні боєприпаси та інші вибухонебезпечні пережитки війни можуть обмежити доступ до сільськогосподарських угідь і забруднювати ґрунти та джерела води металами та токсичними енергетичними матеріалами. Під час великих конфліктів можуть бути вироблені або залишені великі обсяги військового брухту, який може містити низку забруднюючих матеріалів, забруднювати ґрунти та ґрунтові води, наражаючи тих, хто працює на ньому, на гострі та хронічні ризики для здоров'я. Розбиті або пошкоджені кораблі, підводні човни та морська нафтова інфраструктура можуть спричинити забруднення моря.

Щодо сьогоденної ситуації в Україні, через війну шкода від забруднення повітря в грошовому еквіваленті вже досягла близько 923 млрд грн; ґрунтів і земель – понад 138 млрд. За півроку війни в Україні у 2022 році викиди в атмосферу становлять 46 млн тон токсичних речовин. Збитки рослинному світу та лісам становлять орієнтовно 183 млрд грн [1].

Багато звичайних видів зброї містять токсичні компоненти, інші, наприклад збіднений уран, який також є радіоактивними. Запалювальна зброя, така як білий фосфор, не тільки токсична, але й може завдати шкоди середовищу існування через вогонь. Незважаючи на обмеження, широке використання хімічних дефоліантів завдало шкоди громадському та екологічному здоров'ю на великих територіях В'єтнаму [2].

Легкий доступ до стрілецької зброї та легкої зброї може завдати шкоди дикій природі через сприяння полюванню та браконьєрству, а неконтрольовані простори, створені конфліктом, створюють ідеальні умови для злочинів проти дикої природи. Встановлено, що зброя, яка використовується для злочинів проти дикої природи, походить із країн, які постраждали від конфлікту. Вчені та дослідники можуть не мати доступу до територій через проблеми з безпекою, що шкодить програмам збереження. Тоді як національні парки та заповідні території можуть втратити той захист, який вони мали, або захистити їх може бути складніше, коли браконьєри озброєні.

Список використаних джерел:

1. Хімічні реакції, яких ми не бачимо. Як на наше здоров'я впливають залишки російських ракет. URL: <https://vikna.tv/styl-zhyttya/zdorovia-ta-krasa/yak-vijna-vplyvaye-na-ekologiyu-ukrayiny-ta-zhyttya-lyudej/>
2. Хімічна зброя. Інструкції з порятунку. URL: <https://ukrainer.net/himichna-zbroia/>

Фербей Галина,

наук. кер. – Маначинська Юлія,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

ДОПОМОГА ПІД ЧАС ВІЙНИ: ПІДТРИМКА БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Економіка нашої країни перебуває у вкрай складному становищі. Спочатку причиною цього була пандемія COVID-19 та наслідки цієї пандемії. А тепер на цьому шляху виникла ще одна перешкода – умови воєнного стану, що також вплинуло і на бізнес. Заради безпеки працівників багато установ, організацій, підприємств змушені у кращому випадку сповільнити свою роботу або перейти у дистанційний режим. А у гіршому – зовсім призупинити свою діяльність. До того ж, велика кількість підприємств є пошкодженими через напад країни-агресора або взагалі зруйновані.

В Європейській бізнес асоціації (ЕВА) відзначили такі позитивні кроки, як створення зернового коридору, транспортний та митний безвізи з Євросоюзом, спрощення адміністрування трудових відносин, напрацювання механізму бронювання співробітників тощо [1]. Також було названо низку інших, які може запровадити держава, для підтримки бізнесу в Україні в майбутньому. Ще підкреслюють в ЕВА, що зробити легшим бізнес-планування можна шляхом як найшвидшого прийняття законопроекту щодо бронювання військовозобов'язаних на період мобілізації у воєнний час [1].

На виконання доручення Президента України звільнено фізичних осіб-підприємців I та II групи від сплати ЄСВ протягом дії воєнного стану та протягом року після його завершення. А також фізичних осіб-підприємців III групи за найманих працівників, які були призвані до лав ЗСУ, територіальної оборони. Зокрема, уряд переносить термін сплати податків для всіх підприємств, які не мають можливості це зробити; скасовуються у всіх питаннях заходи споживчого та ринкового нагляду, окрім тих, що стосуються цін; відтермінуються для всіх фізичних осіб-підприємців впровадження РРО; перевірки для всіх видів бізнесу відстрочуються [2].

Дуже важливими для бізнесу є підтримка конструктивної взаємодії з владою, забезпечення передбачуваної податкової та фінансової політики, покращення пропускної здатності залізничних та автомобільних західних прикордонних переходів, розблокування українських портів й створення безпечних коридорів не лише для зернових, а й для інших вантажів. А також розробка й прийняття

законів для стимуляції розвитку українських військового та безпекового секторів. Варто також спростити систему звітування за платіжними операціями, здійсненими із застосуванням корпоративних платіжних карток [1]. Створена послуга, призначення якої – компенсація роботодавцю витрат на оплату праці за кожную внутрішньо переміщену працевлаштовану особу внаслідок проведення бойових дій під час воєнного стану в Україні за рахунок коштів резервного фонду державного бюджету [3].

Урядом на засіданні 14 жовтня 2022 року було ухвалено рішення, суть якого надання державою фінансової підтримки мікро-, малому та середньому бізнесу на відновлення виробничих потужностей, які були повністю або частково зруйновані внаслідок бойових дій [4]. Програму кредитів «5-7-9%» розширено. На відновлення виробничих потужностей підприємці зможуть отримати кредит під 9% на строк до 5 років на суму до 60 млн грн. До 80% виконання зобов'язань за такими кредитами забезпечуватиметься державною гарантією.

Умовами отримання кредиту на відновлення бізнесу є: підприємство здійснювало господарську діяльність протягом року до широкомасштабного наступу; внаслідок війни чи окупації або повністю, або частково зруйновано чи вкрадено виробничі потужності підприємства; не ближче ніж за 50 км від зони бойових дій розташовано відновлювальні виробничі потужності, які не перебувають під окупацією. Під час воєнного стану платникам податку I та II групи надано право добровільно сплачувати єдиний податок, для платників податку III групи запроваджено податок з обороту у 2%. Фізичним особам – підприємцям надано право не обчислювати, не обраховувати та не сплачувати ЄСВ за себе [4].

Підприємців, які змушені перемістити свій бізнес у безпечніші регіони без зміни виду діяльності з тих, де ведуться активні бойові дії, кредитує АТ «Ощадбанк». Свої виробничі потужності в центральній та західній Україні для релокації виробництва зі сходу країни пропонує Укрзалізниця. Роботодавці, які працевлаштовують переселенців отримують від держави виплати. Заради безпеки держава закликає до безготівкових розрахунків [5].

Отже, на загальнодержавному рівні забезпечується всіляка та всебічна, комплексна підтримка бізнесу в Україні. Адже, стратегічним завданням уряду на довготривалу перспективу є сприяння відбудові національної економіки України, продовольча та економічна безпека загалом.

Список використаних джерел:

1. Як влада може підтримати український бізнес в умовах війни надалі: пропозиції ЕВА. URL: https://24tv.ua/business/yak-vlada-mozhe-pidtrimati-ukrayinskiy-biznes-umovah-viyni-propozitsiyi_n2156146 (дата звернення: 14.11.2022).
2. Підтримка українського бізнесу під час війни: пакет рішень від Уряду. URL : https://jurliga.ligazakon.net/ru/news/209822_pdtrimka-ukranskogo-bznesu-pd-chas-vyni-paket-rshen-vd-uryadu (дата звернення: 14.11.2022).
3. Компенсація за працевлаштування ВПО. URL : <https://dija.gov.ua/services/kompensaciya-za-pracevlashtuvannya-vpo> (дата звернення: 14.11.2022).
4. Уряд надасть допомогу бізнесу, який постраждав від війни: яку та кому. URL : <https://therage.ua/ua/economy/dopomoga-biznesu-yakij-postrazhdav-vid-viyni> (дата звернення: 14.11.2022).
5. Програми підтримки бізнесу під час війни. URL : <https://buduvsvoe.com/publications/programy-pidtrymky-biznesu-pid-chas-viynu> (дата звернення: 14.11.2022).

Фіцич Богдан,
наук. кер. – Томнюк Тетяна,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ПЕНСІОНЕРІВ

Важливим елементом соціального захисту економічно активного населення є соціальне страхування, головним завданням якого є захист від соціальних ризиків – втрати заробітної плати (доходів), втрати працездатності, втрати місця роботи та тимчасової непрацездатності.

Національна модель соціального страхування функціонує за принципом солідарності і передбачає трансфертні платежі протягом життя людини. Чинна система соціального страхування повинна насамперед забезпечувати фінансову спроможність реалізації покладених на неї функцій, які висвітлюють суспільне значення цієї категорії та розкривають економічну сутність соціального страхування.

Сучасний етап розвитку соціального страхування характеризується тенденцією посилення зв'язків і взаємодією між країнами, що обумовлює нарощення взаємозалежностей держав у всіх сферах. Особливістю соціального страхування є його фінансування зі спеціальних позабюджетних фондів, що формуються з цільових внесків роботодавців і робітників за підтримки держави [1, с. 18].

Кожна країна має свої особливості системи соціального страхування. У зарубіжних країнах домінують три основні моделі соціального захисту: континентальна, англосаксонська та скандинавська [2].

Континентальна модель встановлює жорсткий зв'язок між рівнем соціального захисту та тривалістю професійної діяльності. В її основі лежить соціальне страхування, послуги якого фінансуються переважно за рахунок внесків роботодавців та застрахованих. Фінансування таких систем зазвичай не здійснюється з державного бюджету, оскільки принцип бюджетної універсальності протилежний такій моделі соціального захисту. Однак у сучасних умовах існування соціальної держави у Європі з його великою мережею соціальних програм ця модель соціальної політики, як правило, не завжди ґрунтується лише на даному принципі. Тому для малозабезпечених членів товариства, які не мають змоги отримувати страхові соціальні виплати з низки причин, національна солідарність реалізується через системи соціальної допомоги. У цьому випадку може йтися про допоміжні механізми, які є відступами від основної логіки моделі.

По допомогу мають право звернутися пенсіонери з невеликою пенсією. Таким чином, особливістю даної системи соціального захисту є те, що на допомогу можуть розраховувати не лише особи, які не мають взагалі жодного доходу, але і ті, хто мають недостатній дохід. Слід зауважити, що дана обставина відома не всім німецьким громадянам. Водночас деякі громадяни, обізнані про свої права на таку допомогу, не кваліфікуються її отримувати. Так, відомо, що за допомогою звертаються не менше третини осіб, що мають на неї право. Це пояснюється непростим статусом «соціального» в Німеччині.

Представником англосакської моделі є Сполучені Штати Америки. Головною особливістю системи соціального страхування в США є її спрямованість на соціальну підтримку пенсіонерів. Модель базується на наступних принципах: принцип універсальності системи соціального захисту - поширення її на всіх громадян, які потребують матеріальної допомоги; принцип однаковості та уніфікації соціальних послуг та виплат, що виражається в однаковому розмірі пенсій, допомог та медичного обслуговування, а також умов їх надання.

Державні гарантії пенсійного і медичного обслуговування літніх людей, включають не лише постійний і тривалий догляд, а й допомогу у пошуку та збереженні робочого місця, якщо буде присутнє бажання і здатність працювати після виходу на пенсію - додаткові податкові пільги. Розвиток приватних пенсійних планів, в свою чергу розповсюдження приватних пенсійних рахунків сприяли зміцненню економічної незалежності пенсіонерів, перетворенню їх на найбільш соціально захищену вікову групу населення країни, а отже і зведенню до мінімуму їх залежності від соціальної підтримки [1].

Особливістю пенсійної системи є наявність лише двох рівнів, це перший (система державного соціального забезпечення) та третій (система добровільних приватних пенсійних фондів) рівні пенсійної системи, і відсутність другого рівня обов'язкових пенсійних фондів, як в Україні. Кожному громадянину США надається можливість самостійно вирішувати, щодо дати виходу на пенсію, проте з урахуванням установлених трьох категорій пенсійного віку: 62 роки, 65-67 років, 70 років.

Скандинавська модель соціального захисту характерна у Данії, Швеції та Фінляндії. Соціальні виплати у ній розуміються як законне право громадянина. Відмінною рисою скандинавської моделі є широке охоплення різних соціальних ризиків та життєвих ситуацій, які потребують підтримки суспільства. Отримання соціальних послуг та виплат, як правило, гарантується всім жителям країни та не обумовлюється зайнятістю та сплатою страхових внесків. У цілому нині рівень соціальної захищеності, запропонований цією моделлю, досить високий. Не в останню чергу це досягається за рахунок активної перерозподільної політики, спрямованої на вирівнювання доходів. Необхідною попередньою умовою функціонування даної моделі є високоорганізоване суспільство, що будується на основі прихильності до принципів інституційного суспільства добробуту.

Фінансування соціального захисту у цій моделі здійснюється переважно з допомогою оподаткування, хоча певну роль грають страхові внески підприємців та найманих працівників.

Пенсійна реформа в Швеції почала проводитися ще в 1995 році. Основний елемент шведської політики добробуту – соціальне страхування. В офіційних документах підкреслювалося, що держава повинна забезпечити людину економічної захистом у разі хвороби, при наданні медичної допомоги, народженні дитини та по старості, а також у зв'язку з нещасними випадками і хворобами з виробничої причини і безробіттям [3, с. 75].

Нова пенсійна система Швеції, по-перше, враховує доходи, отримані протягом усього життя, по-друге, забезпечує гарантовану пенсію для тих, хто отримував дуже низькі доходи від зайнятості або взагалі не отримував ніяких доходів, і по-третє, включає систему обов'язкових внесків в приватні пенсійні фонди з індивідуальними рахунками [4].

Сучасна українська модель соціального страхування зазнала багато змін в структурі та функціонуванні, проте містить багато елементів попередньої планової економіки, що заважає цілком перелаштуватись та відповідати всім вимогам для забезпечення усіх

потреб своїх громадян. До джерел фінансування соціального захисту населення належать кошти бюджетів, соціальних державних позабюджетних та недержавних фондів, також фінанси суб'єктів господарювання різних форм власності, приватних осіб та домогосподарств [5].

У зв'язку з тим, що вагома частка населення ставиться досить скептично до пенсійного забезпечення зважаючи на обмежену тривалість життя населення, не відчуваючи реального обсягу відрахувань, та гідних пенсійних нарахувань вважає сплату відрахувань до цього фонду марними. Тому в нинішніх умовах, солідарна система пенсійного забезпечення України, загалом є дещо непристосованою до нинішніх реалій.

Порівняння основ національної моделі соціального страхування із найбільш поширеними моделями, які використовуються у різних державах, дає можливість зробити висновок, що національна модель повинна включати в себе як окремі елементи англосаксонської, так і скандинавської моделей. Від англосаксонської моделі є необхідність перейняття підходу щодо обмеження чисельності видів пільгових категорій громадян та різних соціальних допомог і виплат, а від скандинавської – запровадити розгалужену систему страхування працівників. Загалом, наявність в державі збалансованості систем соціального страхування і сфери соціального забезпечення як ключових складових соціального захисту населення сприятиме політичній та економічній стабілізації суспільства.

Список використаних джерел:

1. Григораш Г. В., Григораш Т. Ф., Олійник В. Я., Субачов І. Т. Система соціального страхування зарубіжних країн : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 144 с. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/xmlui/handle/123456789/2191>
2. Соціальне забезпечення в Європі. Європейська комісія. Люксембург, 1995. 278 с.
3. Козоріз Г. Г. Соціальне страхування як елемент державної соціальної політики. *Регіональна економіка*. 2016. N. 1. С. 70-77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2016_1_10
4. Коротич О. Б. Реалізація соціальної політики України в умовах реформування публічної влади. *Актуальні проблеми державного управління*. N 2. 2016 р. С. 6-10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdy_2016_2_4
5. Трофименко М. Ю. Фінансові аспекти розвитку соціальної інфраструктури в Україні. *Облік і фінанси*. 2018. N 4. С. 115-122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2018_4_19

Адам Валентина,
наук. кер. – Романовська Ольга,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ГАРМОНІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ СТАНДАРТІВ З МІЖНАРОДНИМИ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Підвищення продуктивності та цінності продукту чи послуги має важливе значення для гостинного бізнесу. Індустрія гостинності включає будь-яку компанію, яка надає неквапливі продукти та послуги та зосереджена на задоволенні клієнтів: подорожі та туризм: круїзи, пасажирські залізничні перевезення, літаки та інші види транспорту, які переміщують людей з одного місця в інше; проживання: готелі, курорти, кемпінги, гуртожитки, мотелі; відпочинок: парки розваг, кінотеатри, музеї, зоопарки, спортивні центри для глядачів та інші розважальні заходи; їжа та напої: ресторани, кафе, закусочні, бари.

Метою гостинних послуг є надання клієнтам приємних вражень. Незважаючи на те, що галузь існує багато років, вона зазнала багатьох змін. Національні тенденції у сфері гостинності включають: надання новітніх технологій для використання гостями у закладі; оновлення веб-сайтів і додатків, коли клієнти досліджують і планують свої подорожі; отримання більшої кількості міжнародних відвідувачів, що створює потребу пристосовувати досвід до різних потреб і культур; впровадження більше послуг, спрямованих на благополуччя, таких як фітнес-центри та здорове харчування [1, с. 35].

Успіх в індустрії гостинності залежить від якості задоволеності клієнтів, розміру наявного доходу та кількості вільного часу. Індустрія гостинності була однією з найбільш постраждалих під час пандемії коронавірусу. Обмеження подорожей, карантин і закриття громадських місць вплинули на ресторани, готелі та інші підприємства гостинності. Оскільки випадки зараження коронавірусом зменшуються і все більше підприємств відкриваються знову, індустрії гостинності потрібно буде продемонструвати своїм клієнтам, що здоров'я та безпека є пріоритетними. Наслідки пандемії коронавірусу й надалі залишатимуться очевидними в сфері гостинності, а це означає, що підприємствам доведеться звернути увагу на ці зміни та подолати їх, щоб швидше повернутися до показників до пандемії [2, с. 73].

Найпоширеніші міжнародні стандарти гостинності включають:

1. ISO 9001 є провідним стандартом систем управління якістю та найбільш широко використовуваним у світі. Він окреслює структуру та

набір принципів, які можуть використовувати гостинні компанії для практичного управління своєю організацією. У результаті можна отримати ефективних співробітників, процеси та послуги.

2. ISO 14001 – це глобальний стандарт систем екологічного менеджменту. Його принципова система менеджменту визначає вимоги до формування, впровадження, вдосконалення та підтримки системи екологічного менеджменту та її принципів і методів підтримки. Цей стандарт контролює екологічні аспекти, щоб зменшити вплив і забезпечити відповідність нормам.

3. ISO 50001 – це міжнародний стандарт для управління енергією. Він окреслює основу для досягнення оптимальної енергоефективності в таких організаціях, як заклади гостинності. Цей стандарт допомагає компаніям зменшити свій вуглецевий слід і експлуатаційні витрати.

4. ISO 45001 – це стандарт охорони праці та безпеки, який захищає працівників і клієнтів від нещасних випадків і захворювань. Сертифікація за цим стандартом створює здорове середовище шляхом контролю факторів, які можуть завдати шкоди фізичному та психічному благополуччю людей. Він сумісний з іншими стандартами охорони здоров'я та безпеки, такими як OHSAS 18001.

5. ISO 27001 – це міжнародний стандарт для систем управління інформаційною безпекою. Він зберігає конфіденційність і безпеку конфіденційної інформації та сприяє дотриманню законодавства. Компанії гостинного бізнесу можуть використовувати цей стандарт для захисту приватної інформації, як-от дані співробітників і клієнтів. Загальний регламент захисту даних (GDPR) не поширюється на цей стандарт.

6. ISO 22000 – це стандарт безпеки харчових продуктів, який стандартизує вимоги до управління безпечністю харчових продуктів у всьому ланцюжку постачання. Ця настанова забезпечує основу для розробки, впровадження, нагляду та інновацій систем управління безпечністю харчових продуктів. Мета полягає в тому, щоб створити систему, яка є більш інтегрованою та оптимізованою за межі правових вимог.

7. FSSC 22000 – це схема сертифікації, яка діє як стандарт для аудиту та сертифікації систем управління безпечністю харчових продуктів. Він базується на спеціальних програмах передумов (PRP) із ISO 22000 та додаткових вимогах FSSC. Це гарантує безпеку продукції при виробництві та виготовленні різноманітної продукції тваринництва та рослинництва [3, с. 123].

8. ISO 22301 – це стандарт управління безперервністю бізнесу, який допомагає підприємствам запобігати інцидентам, які порушують

бізнес, і реагувати на них. Мета полягає в тому, щоб допомогти компаніям гостинності мінімізувати збитки та продовжувати працювати у звичайному режимі.

З огляду на зазначене, у якості заходів до гармонізації національного законодавства у сфері гостинності пропонується здійснити офіційний переклад міжнародних стандартів діловою українською мовою, переглянути національні стандарти у сфері гостинності у відповідності до міжнародних стандартів, посилити відповідальність за дотримання сферою гостинності міжнародних стандартів.

Список використаних джерел:

1. Полчанінова І. Л. Конспект лекцій з дисципліни «Міжнародні стандарти обслуговування в засобах розміщення» для студентів 3 курсу денної форми навчання напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 64 с.
2. Стандартизація в готелях : конспект лекцій для студентів кооперативних коледжів. Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа» / Уклад. : Васишин М. В. Київ : НМЦ «Укоопосвіта», 2019. 102 с.
3. Саранча Г. А. Метрологія, стандартизація, відповідність, акредитація та управління якістю : підруч. Київ : ЦНЛ, 2006. 668 с.

Бирзу Інна,

наук. кер. – Романовська Ольга,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

ПЕРСПЕКТИВА МІЖНАРОДНОЇ СТАНДАРТИЗАЦІЇ В УКРАЇНІ ТА НАБЛИЖЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ ДО ПРАВА ЄС

Державні стандарти України (ДСТУ) – національні стандарти, чинні в Україні. ДСТУ розроблені відповідно до чинного законодавства України, з метою досягнення оптимального ступеня впорядкованості, розроблені на основі консенсусу та затверджені уповноваженим органом, не є обов'язковим до використання [1]. Тому тільки деякі категорії товарів позначені як обов'язкові до сертифікації. Тим самим виробники частіше керуються технічними умовами (ТУ) які розробляють самі. Технічні умови можуть бути стандартом, його частиною або іншим документом.

Технічні регламенти України розроблені частково або взагалі відсутні. Національні стандарти і норми України носять рекомендаційний характер. Тому виробники, які хочуть експортувати свою продукцію до ЄС, змушені самі вивчати Регламенти ЄС і доводити свої виробничі потужності і продукти до відповідності вимогам [3].

Метою роботи є дослідження перспективи міжнародних стандартів сфери харчової промисловості в Україні та наближення законодавства України до прав ЄС.

В Європейському Союзі і багатьох світових країнах давно визнана і здійснює контроль за якістю і безпекою товарів Міжнародна організація із стандартизації (ISO). Україна є повноправним членом цієї організації, але користування стандартами ISO також не стає обов'язковим.

Посилення вимог щодо якості продукції стала можливою завдяки інтеграції України в ЄС. Після повноцінного вступу в силу Угода про асоціацію України з ЄС ухвалена Всеохоплююча стратегія імплементації Глави 4 (Санітарні та фітосанітарні заходи) понад 250 актів ЄС, тим самим наближення законодавства України до Європейського Союзу [2].

Під час наближення права України до прав ЄС ухвалено та запроваджено низку законів, розроблено та впроваджено нормативно-правові акти, впроваджено систему HACCP.

Законодавчі зміни які ухвалено під час виконання «Всеохоплюючої стратегії імплементації»:

- Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів»;
- Закон України «Про побічні продукти тваринного походження, не призначені для споживання людиною» ;
- Закон України «Про безпечність та гігієну кормів»;
- Закон України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин»;
- Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції»;
- внесені зміни до Законів України: «Про насіння і садивний матеріал» та «Про охорону прав на сорти рослин»;
- Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» [2].

Ці зміни суттєво впливають на якість вітчизняної продукції та кінцевий продукт, який купує споживач. Тут використовувалась стратегія «Від лану до столу»: ключова думка якої зв'язок між здоровими людьми, здоровим суспільством та здоровою планетою.

Система менеджменту безпеки харчової продукції обов'язкова для впровадження та функціонування відповідно до закону України «Про основні засади та вимоги до безпеки і якості харчових продуктів». HACCP (Hazard Analysis and Critical Controlpoints) – лише одна зі складових Системи менеджменту безпеки харчової продукції, яка в

свою чергу забезпечує попередження виникнення небезпек на всіх етапах харчового ланцюжка, від первинного виробника сировини до кінцевого споживача [3]. В Україні вимоги щодо розробки та впровадження систем НАССР задекларовані ДСТУ 4161-2003 «Система управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги» та ДСТУ ISO 22000:2007 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга». З 20 вересня 2019 року в Україні НАССР стає обов'язковим для всіх, зокрема для малих потужностей [4].

Оскільки Україна є великим експортером аграрної продукції в країнах ЄС та світі, посилені вимоги до якості продукції є вигідними не лише для вітчизняного споживача, але й для посилення міжнародної співпраці та торгівлі.

Економіка Європейського Союзу є однією з найбільших, виробники з усього світу хочуть продавати свою продукцію в країнах ЄС, так як цей ринок дуже привабливий. Міжнародна торгівля приносить важливі економічні вигоди, але також призводить до поширення хвороб. Тому ефективний гігієнічний контроль є життєво необхідний. Для того, щоб вийти на ринок ЄС виробник повинен довести, що його продукція безпечна, і що вона відповідає необхідним вимогам якості, не становитиме загрози для споживача, не завдасть шкоди навколишньому середовищу.

Наслідком реалізації заходів імплементації права ЄС з Українським є постійне зростання обсягів торгівлі між Україною та ЄС, аграрної та харчової продукції. Постійно зростає кількість підприємств, які мають дозвіл на експорт до ЄС: 310 українських підприємств тваринної продукції мають право експорту до країн ЄС, з яких 130 є виробниками харчових продуктів для споживання людиною, зокрема риби, м'яса птиці, яєць, меду, молока та молочних продуктів [2].

Отже, під час дослідження перспектив міжнародної стандартизації в Україні, можна зазначити, що після інтеграції України в ЄС вимоги до якості продукції в харчовій промисловості стають жорсткішими, також стає обов'язковим впровадження системи НАССР. Тим самим всі ці чинники дають змогу зробити більш якісний продукт для вітчизняних споживачів та збільшити експорт продукції до країн ЄС.

Список використаних джерел:

1. Державні стандарти України. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D1%96_%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%B8_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8
2. Наближення законодавства України до права ЄС. URL: <https://dpss.gov.ua/mizhnarodne-spivrobotnictv/yevropejska-integraciya/nablizhennya-zakonodavstva-ukrayini-do-prava-yes>

3. Харчова безпека по-європейськи, або реалізація принципів HACCP. URL: http://nvppoint.com/uk/harchova-bezpeka-po-yevropeyski/?fdx_switcher=true

4. HACCP. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/HACCP#HACCP_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96

Костинюк Іванна,
наук. кер. – Томнюк Тетяна,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ: ШЛЯХ ДО НОВИХ ПОДАТКОВИХ СТАНДАРТІВ

Європейська інтеграція на сучасному етапі – це основний напрямок розвитку континенту, який визначить ситуацію в самій Європі у третьому тисячолітті, так і її місце у світі. З часу свого заснування Європейський Союз поступово перетворився на один із найпотужніших політичних і фінансово-економічних центрів сучасного світу, ключовий компонент новоствореної архітектури європейської безпеки, ядро системи європейських стандартів.

Інтеграційні процеси в Західній Європі тісно пов'язані з поглибленням міжнародного поділу праці та задоволення суспільних потреб розвитку світового господарства. Вони підштовхувались високим рівнем розвитку продуктивних сил, поглибленням спеціалізації виробництва в умовах відносно незначних масштабів внутрішніх ринків країн Західної Європи [1, с. 206-207].

Євроінтеграція є головним і незмінним зовнішньополітичним пріоритетом України, а подальша розбудова та поглиблення взаємовідносин між Україною та ЄС здійснюється на принципах політичної асоціації та економічної інтеграції.

Угода про асоціацію визначає якісно новий формат відносин між Україною та ЄС і слугує стратегічним орієнтиром системних соціально-економічних реформ в Україні, а поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі між Україною та ЄС, яка є частиною Угоди, визначає правову базу для вільного переміщення товарів, послуг, капіталів, а також регуляторного наближення, спрямованого на поступове входження економіки України до спільного ринку ЄС.

Утворена ефективна платформа для співпраці на регіональному рівні в рамках Транспортної панелі Східного партнерства, основною метою якої є сприяння у покращенні транспортних сполучень між ЄС та його найближчими сусідами.

Транспортні мережі та послуги відіграють ключову роль у поліпшенні якості життя громадян країни та у зростанні можливостей розвитку промисловості. Тому, транспорт є однією з ключових сфер співпраці між ЄС та Україною, й відповідно до статті 368 Угоди про асоціацію основною метою такої співпраці є сприяння реструктуризації та оновленню транспортного сектору України і поступовій гармонізації діючих стандартів та політики з існуючими в ЄС. [2]

Однак країна-кандидат, яка претендує на членство в ЄС, повинна зробити ряд так званих євроінтеграційних кроків, зокрема шляхом внесення необхідних змін до податкового законодавства.

Кожне положення правового акту ЄС повинно бути належним чином реалізація в національне законодавство кожної країни-члена ЄС, забезпечуючи однакове застосування тих положень оподаткування, які гармонізовані на рівні ЄС.

Податкова політика ЄС складається з двох компонентів: прямого оподаткування, яке залишається виключною відповідальністю держав-членів, і непрямого оподаткування, яке впливає на вільний рух товарів і свободу надання послуг на єдиному ринку. Існують також правила адміністративної співпраці, які забезпечують належне функціонування податкової системи.

Непряме оподаткування. Оскільки ЄС має власну економічну зону, більшість директив про непряме оподаткування встановлює рівні умови для компаній з усіх держав-членів, насамперед у частині податку на додану вартість та акцизів. Угода про асоціацію між Україною та ЄС містить положення про гармонізацію ПДВ та акцизних тарифів.

Пряме оподаткування. Основний принцип ЄС передбачає баланс між стандартами оподаткування фізичних осіб та юридичних осіб. Найважливішими є заходи щодо запобігання ухиленню від сплати податків та подвійного оподаткування. У зв'язку з цим необхідно реалізувати ряд директив ЄС у національне законодавство.

Адміністративна співпраця. Хоча членство в ЄС не позбавляє країну повної незалежності в прийнятті рішень, воно вимагає певної взаємної інтеграції в обраних сферах. Це безпосередньо стосується податкових органів.

Адаптації податкового законодавства України до законодавства ЄС недостатньо, потрібно розбудовувати адміністративний потенціал податкової адміністрації для застосування таких норм. Крім того, мають бути запущені певні IT-рішення. Зокрема, Державна податкова служба України зобов'язана підключитися до:

1. Спеціальної захищеної мережі CCN/CSI.

2. IT-систем для автоматичного збору та обміну податковою інформацією.

3. VIES (Системи обміну інформацією про ПДВ).

4. E-commerce та One-Stop Shop (OSS).

5. Відшкодування ПДВ.

6. Системи моніторингу за переміщенням акцизних товарів контролю (EMCS) [3].

Європейська інтеграція наразі набуває в Україні якісно нового змісту: з декларативного зовнішньополітичного курсу вона поступово перетворюється на комплексну внутрішню політику реформ. На цьому етапі надзвичайної важливості набуває громадська думка щодо євроінтеграції, адже саме рівень підтримки певного інтеграційного вектору є невід'ємним компонентом успішної політики євроінтеграції суспільства загалом.

Отже, євроінтеграційні прагнення України – це бажання стати розвинуеною, демократичною країною з пануванням законів, повагою прав і свобод людини ринковою, конкурентоспроможною економікою. Однак, відсутність суспільного консенсусу щодо напрямків та темпів соціально-економічних реформ, практично стабільно неефективна діяльність урядів суттєво віддалили перспективу повного членства України в ЄС [1, с. 213].

Список використаних джерел:

1. Європейська та євроатлантична інтеграція: навчальний посібник / О.В.Баула, Т.В. Божидарнік, Т.М. Вісіна, Н.М. Галазюк, О.М. Зелінська О.Я.Кравчук, П.Я. Кравчук, Л.В. Корольчук, О.М. Лютак, Т.Л. Никитюк, Л. В. Савош, О. А.Урбан. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. 328 с.
2. Євроінтеграція. URL: <https://mtu.gov.ua/timeline/Evrointegraciya.html>. (дата звернення 22.11.2022).
3. Податкові зміни, що необхідні Україні для вступу в ЄС. URL: https://biz.ligazakon.net/news/212565_podatkov-zmni-shcho-neobkhdn-ukran-dlya-vstupu-v-s. (дата звернення 22.11.2022).

Стойкова Юлія,
наук. кер. – Маначинська Юлія,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ

Питання європейської інтеграції України та шлях до нових стандартів є надзвичайно актуальним для нашої країни. 23 червня 2022 року Європейська рада ухвалила рішення про надання Україні статусу

кандидата на членство до Європейського Союзу. На сучасному етапі це неабияке випробовування для наших державних і загальноприйнятих стандартів.

Інтеграція в перекладі з латинської означає «взаємопереплетіння», об'єднання окремих частин в єдине ціле. Європейська інтеграція – це шлях модернізації економіки подолання технологічної відсталості, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентної спроможності товаровиробника, вихід на світові ринки, насамперед на ринок ЄС [1, с.1]. Іншими словами європейська інтеграція – це зближення України з Європейським Союзом як на рівні законів, так і на рівні правил та звичаїв, що існують у суспільстві.

Від часу свого заснування ЄС поступово перетворився на один з найпотужніших політичних центрів світу, ключовий компонент новостворюваної архітектури європейської безпеки, ядро системи європейських цінностей і стандартів. Український народ завжди мав ціль до вступу до ЄС, деь вона була яскраво виражена, деь стримана. Люди постійно ділились на 2 типи: тих хто хоче змін і тих кого все влаштовує.

Шлях до нових стандартів стає не таким тернистим, коли його підтримують з усіх сторін. Згідно з євроінтеграційним курсом уряд взяв на себе зобов'язання проводити реформи, і поступово перетворюють Україну на розвинену країну з високим рівнем життя. Євроінтеграція спрямована на практичні речі, які ведуть до покращення життя українців. Безвізовий режим з Європейським Союзом; сучасні Центри надання адміністративних послуг; державні сервіси, які можна отримати без черг онлайн через додаток Дія; дороги, які будуються у відповідності до стандартів ЄС – це перші результати інтеграції, здійснені за підтримки Євросоюзу [2, с.1]. А найголовніше ще буде, це нові будинки, нові ще більш розвинені міста, які були знищені російською агресією. Зараз, коли змін потребує все суспільство, можна дійти найвищих результатів і за найкоротші терміни.

Здобутки, які принесе євроінтеграція, громадяни бачать, насамперед, у соціальній площині – це підвищення якості життя і ріст доходів, зниження безробіття і створення нових робочих місць, отримання сучасних технологій, модернізація підприємств.

Євроінтеграція – це практичні вигоди, які отримує кожний громадянин України від того, що країна починає жити за новими, високими стандартами. Це можливості, які відкриваються для українських підприємців, адже тепер легше буде відкривати мережеві магазини, і в загальному мережевий бізнес за кордоном, тепер легше

продавати українське, спрощений доступ до ринку ЄС – одного з найбільших ринків світу; для студентів, які почнуть здобувати освіту у найкращих вищих навчальних закладах, які вже навчають по стандартам ЄС; виробників завдяки можливості навчатися в Європі і постачати туди свої товари. Це також безпечна продукція для споживачів, що вироблена за європейськими стандартами [1, с. 2].

Євроінтеграція є головним і незмінним зовнішньополітичним пріоритетом України, а подальша розбудова та поглиблення взаємовідносин між Україною та ЄС здійснюється на принципах політичної асоціації та економічної інтеграції [3].

Найголовніший стандарт в євроінтеграції – це, насамперед, зміна в собі, зміна свого світогляду, своїх звичок, це повага та гідність. Простіше кажучи, якщо ви з повагою ставитеся до оточення, паркуєтеся у дозволених місцях, дбаєте про чистоту свого будинку і свого міста, ощадливо ставитеся до ресурсів своєї країни – то ви вже дієте як європеєць [1, с.2]. Як казав В. Чорновіл «Україна починається з тебе».

Можна дійти висновку, що вступ України до ЄС – це питання перспективи, воно є вигідним і залежить від багатьох факторів. Зокрема як від ефективності внутрішніх реформ, так і від трансформаційних процесів в середині ЄС. У найближчій перспективі Україну очікує повсякденна кропітка робота, але найважливіше, що Україна вже пройшла етап вибору між європейським і євразійським векторами розвитку держави.

Список використаних джерел:

1. Історія становлення та джерела права Європейського Союзу. URL: <https://arm.naiu.kiev.ua/books/eulaw/info/lec2.html#:~:text=%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B9%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%E2%80%93%20%D1%86%D0%B5%20%D1%88%D0%BB%D1%8F%D1%85%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97,%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D0%B8%2C%20%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%20%D0%BD%D0%B0%20%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D0%84%D0%A1> (дата звернення: 15.11.2022).
2. Про інтеграцію простими словами. URL: <https://www.drs.gov.ua/yevrointegratsiya/pro-yevrointegratsiyu-prostymy-slovamy/>
3. Євроінтеграція : Міністерство інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua/timeline/Evrointegraciya.html> (дата звернення: 17.11.2022).

Фербей Галина,
наук. кер. – Рилєєв Сергій,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ: ЇЇ ВАЖЛИВІСТЬ ТА ПОЗИТИВНІ НАСЛІДКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Європейська Рада на саміті у Брюсселі 23 червня 2022 року ухвалила рішення про надання Україні статусу кандидата в Європейський Союз. Про це повідомив президент Європейської ради Шарль Мішель [1].

Європейська інтеграція є пріоритетом української влади і являє собою зближення України з Європейським Союзом як на рівні законів, так і на рівні правил та звичаїв. Її метою є вступ України до ЄС, оскільки українці отримають від цього практичні вигоди, у тому числі позитивний вплив на економіку.

Євроінтеграція відкриває перед нашою країною великі можливості, але одночасно і виникають додаткові зобов'язання, а саме здійснення різних реформ, які спрямовані на поліпшення різних сфер.

Україна є однією з найбільших країн-виробників електроенергії в Європі та постачає електроенергію до чотирьох країн-членів ЄС. До того ж, країнам Євросоюзу потрібні сланцевий та природний газ, літій, титанові руди, якими багата наша країна [2].

Найбільшим економічним партнером України за відновлюваними галузями є ЄС. У 2021 році Україна наростила експорт до ЄС в півтора рази. Це металургійна промисловість, сільськогосподарська продукція, машинобудування. А ІТ-експорт перевищив 5 мільярдів доларів. 30 відсотків усього світового чорнозему знаходиться в Україні. Тому Україна має великий потенціал для економічних і торговельних зв'язків з Євросоюзом [2].

Вступ України до ЄС буде вагомим стимулом для продовження реформування держави та виходу на якісно інший рівень розвитку нашої держави, зростання торгівлі.

Крім того, такий статус дає можливість скористатись фінансовою програмою, яка допомагає країнам-кандидатам проводити різні реформи, необхідні для вирішення складних переговорів [3].

Вступ до Європейського Союзу вплине не тільки на економіку, а й на багато інших сфер. Перевагами Євросоюзу є демократія, стабільність, антикорупційна політика, участь в Європейській колективній безпеці, реформування недієздатного національного

судочинства, стимулювання зростання ВВП, збільшення робочих місць, підвищення рівня зарплат та пенсій, зниження цін на товари та підвищення якості цих товарів, зростання внутрішнього ринку та внутрішнього попиту, підвищення соціального захисту [3].

Також вступ позитивно вплине на макроекономічні наслідки: зростання надходжень прямих іноземних інвестицій через підвищення довіри бізнесу; зниження ризиків, більш мобільна робоча сила; доступ до ринків третіх країн; підвищення ефективності транспортної логістики. А ще зменшення нетарифних торговельних бар'єрів.

Україна є достойним кандидатом для вступу до Євросоюзу. Зрозуміло, що процедура вступу до Європейського Союзу є процесом тривалим та виснажливим, як для країни кандидата так і для ЄС в цілому. При цьому, якщо фактор війни в Україні, наразі активізував і пришвидшив процес вступу України до ЄС, то на досягнення консенсусу країнами членами ЄС можуть вплинути інші фактори. Наприклад, демографічний розмір України, який складає близько 40 мільйон громадян, а також географічне розташування. Одним із найбільш дієвих інструментів зовнішньої політики Європейського союзу залишається перспектива членства в Європейському Союзі.

Список використаних джерел:

1. ЄС остаточно надав Україні статус кандидата. URL : <https://suspilne.media/253241-es-ostatocno-nadav-ukraini-status-kandidata/> (дата звернення: 15.11.2022).
2. Чому Україні треба ЄС, а ЄС зараз треба Україна. URL : <https://ukrainer.net/ukraina-eu/> (дата звернення: 15.11.2022).
3. Вступ України до ЄС: переваги для громадян та бізнесу. URL : https://jurliga.ligazakon.net/analitics/211004_vstup-ukrani-do-s-perevagi-dlya-gromadyan-ta-bznesu/ (дата звернення: 15.11.2022).

Битян Максим,
наук. кер. – Томнюк Тетяна,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ

За економічним змістом податки – це фінансові відносини між державою та платниками податків з метою створення загального централізованого грошового фонду для виконання державою своїх функцій. При цьому ці відносини є односторонніми від платника до бюджету. Питання визначення економічної суті ПДВ нині є актуальним, а саме визначення порядку формування доданої вартості, адже тягар сплати даного податку покладається на кінцевого споживача. Загалом податок на додану вартість – це непрямий податок, який є частиною новоствореної вартості товарів (робіт, послуг), яка формується на кожному етапі виробництва, обігу та включається до ціни товару і сплачується кінцевим споживачем. В результаті використання податку на додану вартість ліквідується каскадний ефект (кумулятивний) системи оподаткування.

ПДВ представляє собою податок на внутрішнє споживання продукції, являючи при цьому, надбавку до ціни товарів (робіт, послуг), які споживаються на митній території України. Податок на додану вартість, з фіскальної точки зору, має високу ефективність. Зокрема, широка база оподаткування цього податку забезпечує надійність та стабільність надходжень до зведеного бюджету України (рис. 1).

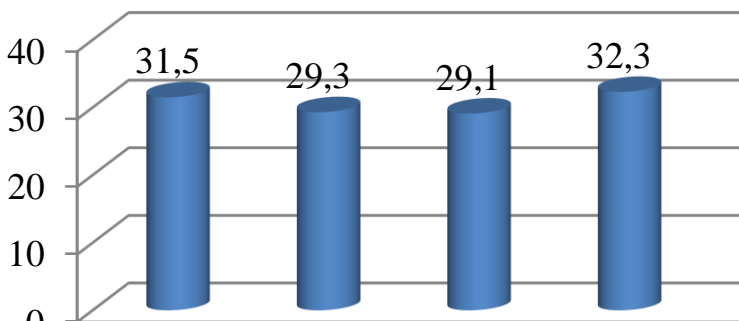


Рис. 1. Значення ПДВ в структурі доходів зведеного бюджету, %*

*Джерело: побудовано за даними [1].

Стягнення цього податку на всіх етапах руху товару забезпечує рівномірний розподіл податкового тягаря між суб'єктами господарювання, які безпосередньо задіяні в процесі виробництва, реалізації товару. З точки зору прогресивності об'єкта оподаткування ПДВ наближається до прямих податків завдяки оподаткуванню доданої вартості, створеної на конкретному етапі руху товару.

Перша складова не залежить від зусиль товаровиробника і тому вона суто арифметично включається в ціну товару. Наступні складові (заробітна плата, прибуток, відрахування на соціальні заходи та амортизація) є доданою вартістю, оскільки вони є тими частинами повної вартості товару, які створюються на конкретному етапі в процесі виробництва товару [2, с.278].

Проте розглядаючи економічну природу податку на додану вартість, зокрема суть доданої вартості, яка в свою чергу є об'єктом оподаткування, необхідно відмітити певну невідповідність поняття доданої вартості та поняття об'єкту оподаткування. Так, відповідно до Податкового кодексу [3] об'єкт оподаткування – це операції платників податку, пов'язані із постачанням товарів на митній території України, ввезення товарів в режимі імпорту, вивезення товарів у митному режимі експорту.

Відповідно до теорії товарної вартості К. Маркса, додана вартість – це частина новоствореної вартості, яка формується на кожному етапі руху товару від виробника до кінцевого споживача, як різниця між валовим прибутком і затратами понесеними під час господарської діяльності при виробництві товару. З точки зору економічної теорії додана вартість створюється робочою силою та засобами праці. Тобто, при формуванні доданої вартості необхідно враховувати лише суму валового доходу суб'єкта господарювання. Звідси випливає, що твердження про те, що заробітна плата, відрахування на соціальні заходи, амортизація є складовими доданої вартості є некоректним. Адже відповідно до класичної теорії вартості вище наведені складові є засобами праці, а засоби праці не можуть бути доданою вартістю, оскільки фактично вони формують вартість товару [4, с. 469]. Звідси можна зробити наступний висновок, що доданою вартістю у виробництві повинен бути плановий валовий прибуток, у торгівлі – торгова націнка, адже її додають до ціни товару.

Отже, функціонуючий нині податок на додану вартість є фактично податком з продажу, адже відповідно до чинного податкового законодавства він нараховується на загальну вартість товару, яка підлягає реалізації. Тому перш за все для гармонізації податкової системи необхідно привести у відповідність назву податку та механізм

його адміністрування, що, відповідно, дасть змогу зменшити собівартість продукції та, відповідно, і ціну товару, а також значно спростить процедуру бухгалтерського обліку зобов'язань та податкового кредиту з ПДВ внаслідок спрощення розрахунків між підприємствами, які задіяні в процесі «виробництво-споживання». Це призведе також до звільнення від оподаткування заробітної плати, виробничих запасів, основних засобів, в тій частині, які не реалізуються.

Список використаних джерел:

1. Доходи зведеного бюджету України. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/cons/income/2022/> (дата звернення 26.11.2022).
2. Семюелсон Пол А. Мікроекономіка; Пер. з англ. Київ: Основи, 1998. 676 с.
3. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1011.47.11&nobreak=1> (дата звернення: 26.11.2022).
3. Базилевич В.Д., Баластрик Л.О. Макроекономіка: підручник. Київ: Атіка, 2009. 688 с.

Боднарюк Михайло,
наук. кер. – Рошило Віолетта,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН У КОНТЕКСТІ РЕФОРМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Міжбюджетні відносини є важливим складником бюджетної політики, інструментом розвитку фінансових відносин між державою і місцевими органами влади. Розвиток місцевого самоврядування, створення об'єднаних територіальних громад, передача ресурсів, повноважень на місця в рамках проведення реформи з децентралізації влади передбачає насамперед підвищення фінансової спроможності, економічної, інвестиційної привабливості території для якісного й комфортного проживання її мешканців.

Сьогодні стан фінансування видатків органів місцевого самоврядування на виконання функцій і завдань у межах власної компетенції та реалізації делегованих центральною владою повноважень є надзвичайно складним, а нинішню структуру наповнення місцевих бюджетів не можна вважати досконалою, хоча ці бюджети повинні функціонувати як злагоджений механізм, забезпечуючи відповідність фінансових ресурсів запланованим асигнуванням.

Міжбюджетні трансферти, як інструмент фінансового вирівнювання, спрямовані на збалансування фінансової спроможності

місцевих бюджетів. Ефективно діюча система міжбюджетних відносин повинна адекватно відображати процеси формування достатніх обсягів фінансових ресурсів, в тому числі з урахуванням міжбюджетних трансфертів, необхідних для виконання органами місцевого самоврядування покладених на них повноважень; формульні розрахунки обсягів міжбюджетних трансфертів не повинні спричиняти бюджетні дисбаланси; трансфертна підтримка повинна узгоджуватись із фіскальними потребами адміністративно-територіальних одиниць, бути стабільною та прозорою.

У 2021 році з Державного бюджету України до місцевих бюджетів Чернівецької області надійшло державних трансфертів у сумі 5075332,7 тис. грн.. Динаміка офіційних трансфертів в 2021 році зменшились на 2274433,4 тис. грн., або 30,9% відносно 2019 року та зросла на 272411,9 тис. грн., або 5,7% порівняно з 2020 роком. Питома вага міжбюджетних трансфертів у доходах місцевих бюджетів області в 2021 році становила близько 54,1%, що менше на 19% порівняно з 2019 роком та на 0,6% ніж за 2020 рік. В структурі трансфертів, найбільша питома вага 73,4% в 2021 році припадає на субвенції, хоча їх частка зменшилась на 8,1% та 0,9% порівняно з 2019-2020 роками. В той же час, зросла частка дотацій в доходах бюджету області, яка склала в 2021 році 26,6%.

Відповідно до Бюджетного кодексу України одним із принципів, на яких ґрунтується бюджетна система України, є принцип справедливості і неупередженості, який передбачає, побудову міжбюджетних відносин на засадах справедливого і неупередженого розподілу суспільного багатства між громадянами і територіальними громадами. При цьому вказаний принцип порушено в ході компенсації втрат місцевих бюджетів у зв'язку з наданням державою податкових пільг тим чи іншим платникам податків. Слід зазначити, що відповідно до статті 103 Бюджетного кодексу України, надання державою податкових пільг, які зменшують доходи місцевих бюджетів, має супроводжуватися наданням додаткової дотації з державного бюджету місцевим бюджетам на компенсацію відповідних втрат доходів місцевих бюджетів [1]. З моменту прийняття зазначеної норми місцеві бюджети Чернівецької області жодного разу не отримували відповідну компенсацію з державного бюджету, при тому, що окремі бюджети місцевого самоврядування області через це втрачають майже половину своєї дохідної бази. Це обумовлює необхідність компенсувати втрати місцевих бюджетів Чернівецької області у зв'язку з наданням державою податкових пільг за рахунок цільової субвенції.

Основними передумовами удосконалення механізму організації міжбюджетних відносин є: зниження рівня диференціації бюджетної забезпеченості адміністративно-територіальних утворень; збалансування доходних джерел та видаткових повноважень органів місцевого самоврядування; підвищення рівня фінансової автономії та спроможності місцевих бюджетів; надання цільових міжбюджетних трансфертів інвестиційного характеру; підвищення зацікавленості органів місцевого самоврядування до нарощення власних доходів; забезпечення постійного моніторингу якості надання суспільних послуг та ефективності використання бюджетних коштів з дотриманням цільового їх використання.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України: Закон України від 08.07.2010 р. № 2456 - VI. Дата оновлення: 23.10.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text> (дата звернення: 17.11.2022.).
2. Макогон В. Д. Напрями розвитку системи міжбюджетних відносин в умовах децентралізації. *Економічний вісник університету*. 2022. Випуск 53. С. 201-208.

Боднарюк Михайло,
наук. кер. – Томнюк Тетяна,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПОДАТКОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В умовах воєнного стану податкова система України зазнала кардинальних змін, адже саме вона виступає одним із головних інструментів підтримки національної економіки в періоди посилення зовнішніх і внутрішніх загроз та небезпек.

Забезпечення стабільних податкових надходжень до державного бюджету є необхідною умовою функціонування країни в умовах воєнного стану. Водночас, з метою підтримки вітчизняних суб'єктів господарювання, Верховна Рада України прийняла ряд Законів України, направлених на зменшення податкового навантаження для забезпечення адаптації національної економіки до реалій воєнного стану та швидкого відновлення після війни.

Згідно Законом № 2118-IX, який набрав чинності з 7 березня 2022 року передбачено зупинення перебігу строків, визначених податковим законодавством; мораторій на всі види 123 податкових перевірок; звільнення від відповідальності за порушення податкового законодавства [1]. Закон № 2120-IX, який набрав чинності 17 березня, доповнив і частково уточнив прийняті зміни, зокрема: дозволено деякі

види податкових перевірок; запропоновано пільги з єдиного податку, плати за землю; уточнено особливості застосування податкових пільг для благодійників; визначено особливості формування податкового кредиту та реєстрації податкових накладних тощо [1].

Фізичні особи-підприємці, самозайняті особи та члени фермерського господарства з 1 березня 2022 року до припинення або скасування воєнного стану в Україні мають право не нараховувати, не обчислювати та не сплачувати єдиний соціальний внесок за себе. Також, роботодавці-фізичні особи-підприємці, платники єдиного податку 2 та 3 групи, а також юридичні особи, які належать до 3 групи платників єдиного податку мають право за власним рішенням не сплачувати ЄСВ за найманих працівників, які були призвані під час мобілізації на військову службу. У такому випадку, за цих працівників сплата ЄСВ буде здійснюватися з державного бюджету. Верховна Рада України також запровадила низку податкових пільг щодо благодійної допомоги державним органам, підприємствам, організаціям тощо, яка стимулює громадян допомагати державі під час воєнного стану:

1) не оподатковується ПДВ гуманітарна допомога у вигляді пального, яке передане Збройним силам України або територіальній обороні;

2) не оподатковується податком на доходи фізичних осіб і військовим збором цільова благодійна допомога, надана учасникам бойових дій та особам, які проживають на території бойових дій або які вимушено покинули місце проживання у зв'язку з бойовими діями та нецільова благодійна допомога, яка надається особам, які постраждали внаслідок збройної агресії російської федерації;

3) до податкової знижки фізичної особи зараховуються сума коштів та вартість майна, пожертвованого неприбутковим організаціям, у розмірі, який не перевищує 16% суми річного оподаткованого доходу такої особи. За загальним правилом податкова знижка становить до 4% річного оподаткованого доходу;

4) особи, які провадять незалежну професійну діяльність та фізичні особи-підприємці на загальній системі оподаткування можуть віднести на витрати усю суму коштів або вартість майна передану у якості благодійної допомоги державним органам, підприємствам, організаціям тощо [2].

Надходження єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування до Пенсійного фонду та фондів соціального страхування у квітні 2022 року становили 29,7 млрд грн. Загалом за січень-квітень 2022 року до державного бюджету надійшло 412,5 млрд грн, у тому числі до загального фонду – 365,9 млрд гривень [3].

Отже, нові положення податкового законодавства покликані не тільки зменшити податкове навантаження на бізнес, стабілізувати важливі сегменти економіки, а й стимулювати благодійну допомогу Збройним силам України й іншим державним органам, підприємствам, організаціям, діяльність яких є критично важливою у період воєнного стану.

Список використаних джерел:

1. Закон України № 2118-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану» від 3.03.2022. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#Text>
2. Закон України № 2120-IX «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» від 15.03.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>
3. Доходи державного бюджету. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/>

Костинюк Іванна,
наук. кер. – Вудвуд Вікторія,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

У фінансовій сфері країни соціальний захист та соціальне забезпечення відіграє головну роль у гарантуванні добробуту громадян, особливо це стосується тих, які є найменш захищеними від дії різного роду соціальних ризиків і загроз. Однією з найвагоміших елементів зазначеної сфери є її фінансове забезпечення. Адже сучасні виклики і обмежені фінансові можливості держави потребують визнати об'єктивною необхідністю формування соціального захисту та соціального забезпечення як перевагу у державній політиці реалізації найважливіших суспільних потреб через пошук різних джерел його фінансування. Особливо питання соціального захисту (забезпечення) актуалізувались в Україні сьогодні, в умовах воєнного стану.

Соціальне забезпечення виступає об'єктом правового регулювання права соціального забезпечення і є серцевиною його змісту. Соціальне забезпечення – це сукупність суспільних відносин щодо спрямування частини суспільних фондів споживання на компенсацію фізичним особам у випадках і на умовах, передбачених законом, втрати трудового доходу і/або понесення додаткових витрат чи різниці між доходом та прожитковим мінімумом або відсутності засобів до існування, а також вартості отриманих соціальних послуг [4, с. 27].

На думку Б. І. Сташкова, соціальне забезпечення як економічна категорія - це система розподільчих відносин, у процесі яких за рахунок частини національного доходу утворюються і використовуються суспільні фонди грошових коштів для матеріального забезпечення і обслуговування відповідних категорій громадян. За цією концепцією різні види соціального забезпечення надаються всім громадянам за наявності певних умов із суспільних фондів споживання [4, с. 24].

В. В. Утвенко розглядає соціальне забезпечення (соціальний захист) як систему суспільно-економічних заходів, спрямованих на матеріальне забезпечення населення від соціальних ризиків. Як соціально-економічна категорія соціальне забезпечення є відносинами щодо перерозподілу національного доходу з метою забезпечення встановлених соціальних стандартів життя для кожної людини в умовах дії соціальних ризиків [5, с. 8].

Водночас, в умовах воєнного стану надзвичайно важливим та одним з визначальних елементів у регулюванні суспільних відносин у соціальній сфері є додержання принципу пропорційності між соціальним захистом громадян та фінансовими можливостями держави, а також гарантування права кожного на достатній життєвий рівень [2, с. 12].

Фінансове забезпечення соціального захисту населення Л. В. Осіпова та В. Г. Плахтій визначають як систему грошових відносин розподільчого характеру, в процесі яких за рахунок податків та спеціальних внесків формуються централізовані та децентралізовані фонди фінансових ресурсів, які в подальшому використовуються на фінансування соціальних виплат і допомог [3, с. 49].

Відтак, процес фінансового забезпечення умовно можна поділити на два етапи:

- 1) формування коштів фінансування соціальних програм і проєктів у контексті забезпечення соціального захисту населення;
- 2) використання фінансових ресурсів на соціальний захист та соціальне забезпечення.

На думку Р. О. Бившева, Л. С. Черненко, Г. А. Петросян, І. В. Грибоедової [1], серед основних проблем у сфері соціального захисту населення України, які вимагають негайного вирішення, можна виділити такі:

- надзвичайно високий рівень участі держави у сфері соціального захисту, надзвичайно слабка участь в її функціонуванні населення;
- надзвичайно стрімке зростання вартості послуг, які надають заклади охорони здоров'я, освіти культури, що не відповідає їхній якості;

– неефективність бюджетного управління наявними фінансовими ресурсами як головними розпорядниками, так і окремими соціальним установами;

– недостатність коштів для фінансування заходів у сфері соціального захисту населення.

На нашу думку, дуже важливою причиною недостатнього фінансування соціального захисту сьогодні є війна в Україні, яка спричиняє не тільки руйнування будинків, закладів освіти, охорони здоров'я, електростанцій та інших складових національної галузі країни, а й спричиняє відволікання грошових коштів на військову сферу та відбудовування зруйнованого.

Для вирішення розглянутих проблем пропонується такий комплекс заходів:

– запровадження системи раннього виявлення осіб та сімей, як і перебувають у складних життєвих обставинах;

– модернізацію системи соціального обслуговування;

– надання пільги в обсязі, достатньому для забезпечення нормальної життєдіяльності особи (сім'ї);

– сприяння розвитку молодіжних ініціатив у трудовій сфері, перепідготовки та підвищення кваліфікації молоді, її профорієнтації, запобігання негативним проявам у молодіжному середовищі;

– створення правових, економічних та соціальних умов для функціонування і зміцнення сім'ї, поліпшення демографічної ситуації, забезпечення рівних прав та можливостей чоловіків та жінок в українському суспільстві.

Отже, сьогодні простежується напрям зниження ефективності й результативності проведених заходів у зазначеній сфері, низькій якості тих соціальних послуг, які надаються. Тому настання миру, розробка теоретичних і практичних питань з реалізації соціального захисту та соціального забезпечення в Україні, а також розробка та реалізація шляхів забезпечення ефективного його фінансування в Україні, на сьогодні, варто оцінювати як одне із переваг у загальній системі заходів щодо оптимізації державної системи соціального захисту населення.

Список використаних джерел:

1. Бившев Р. О., Черненко Л. С., Петросян Г. А., Грибоєдова І. В. Проблеми фінансування сфери соціального захисту населення в Україні. *Економічний вісник Донбасу*. 2020 № 2(60). С.115-121. URL: <http://evd.luguniv.edu.ua/index.php/evd/article/view/152/153> (дата звернення: 1.12.2022).

2. Кадикало О. І. Актуальні проблеми соціального захисту населення України в умовах воєнного стану. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: юридичні науки*. 2022. Том 33 (72) № 2 С. 10-14. URL: https://www.juris.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/2_2022/2.pdf (дата звернення: 1.12.2022).

3. Осіпова Л. В., Плахтій В. Г. Фінансове забезпечення соціального захисту населення в Україні : сучасний стан та перспективи. *Проблеми економіки та політичної економії*. 2018. № 1. С. 125-138. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/per_e_2018_1_9 (дата звернення: 1.12.2022).

4. Сташків Б. І. Право соціального забезпечення. Загальна частина : навчальний посібник. Чернівці : ПАТ "ПВК "Десна", 2016. 692 с. URL: <http://www.stashkiv.ho.ua/files/10.pdf> (дата звернення: 1.12.2022).

5. Утвенко В.В. Система соціального забезпечення та соціальної підтримки : навч. посіб. / Київ : ДП "Вид. дім "Персонал", 2018. 254 с. URL: https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/syst_soc_zab.pdf (дата звернення: 1.12.2022).

Мігорян Максим,

наук. кер. – Чорновол Алла,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

РОЗВИТОК ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Одним з ключових пріоритетів реалізації фінансової політики як в світі, так і в Україні, є послаблення негативного впливу факторів на економічне зростання та створення умов для розвитку фінансової системи держави. Відсутність єдиної стратегії органів державного управління у фінансовій сфері загострює ризики зниження її результативності. Саме тому необхідні нові підходи щодо розвитку системи державного фінансового регулювання та удосконалення її інструментів, що залежить від забезпеченості адаптованості державної фінансової політики до соціально-економічних процесів.

Вагомим напрямом є функціонування фінансової системи, що є основою економічної диверсифікації. Вплив зовнішніх факторів на розвиток фінансової системи зумовлює посилення глобалізації.

Питанням розвитку фінансової системи в умовах глобалізації займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Дж. Кейнс, Р. Масгрейв, П. Самуельсон, Ю. Пасічник, І.Сало, В. Федосов та інші.

У сучасних умовах розвитку країн змінюються підходи щодо формування й реалізації фінансової системи в умовах глобалізації. В багатьох країнах світу зросли обсяги державної підтримки, міжнародні фінансові організації з метою мінімізації впливу наслідків пандемії COVID рекомендують спрямовувати додатковий інвестиційний ресурс в сферу охорони здоров'я та освіти, розвиток інфраструктури, забезпечуючи також достатній контроль за результативністю таких витрат [2].

Одним із головних завдань при формуванні фінансової політики держави є оптимізація джерел державних надходжень та напрямів державних витрат, підвищення їх результативності та ефективності. Проте, наявний моніторинг фіскальних ризиків не охоплює всі фінансові показники та не передбачає розроблення заходів щодо мінімізації цих ризиків [3].

Основними напрями корекції існуючих ризиків є:

- мінімізація дисбалансів у системі державних фінансів та недопущення зростання боргового навантаження;
- недопущення надмірного збільшення дефіциту державного бюджету та його зниження;
- удосконалення механізму адміністрування сплати податків;
- реалізація вираженої політики щодо державних витрат;
- досягнення оптимального балансу між видатками соціального та капітального характеру.

На даний час фінансовій політиці України притаманні пом'якшення фіскальних правил, пошук шляхів більш раціонального перерозподілу державних фінансових ресурсів та їх збільшення на розвиток людського капіталу при зниженні надходжень.

Реалізація фінансової політики повинна здійснюватись у напрямку забезпечення поетапного зниження дефіциту державного бюджету, зменшення державного і гарантованого державою боргу та вартості його обслуговування. Основним завданням є забезпечення впровадження системного моніторингу оцінки макроекономічних дисбалансів, що дасть можливість для врахування макроекономічних та фіскальних ризиків, їх мінімізації при формуванні та реалізації державної фінансової політики.

Відповідно до «Бюджетної декларації 2022-2024 рр.» визначено важливість:

- нарощення дохідної частини бюджету, зокрема шляхом застосування заходів щодо зниження рівня тіньового сектору економіки, погашення податкового боргу;
- створення умов для нарощення експорту вітчизняних товарів та підвищення їх конкурентоспроможності;
- створення умов для залучення інвестицій у нові виробництва;
- створення індустріальних парків з податковими стимулами для нових підприємств;
- удосконалення механізму управління державним боргом;
- перегляду джерел формування та напрямів використання спеціального фонду державного бюджету;
- підвищення рівня соціальних стандартів;

- удосконалення механізму перерозподілу бюджетних видатків;
- здійснення капітальних вкладень на достатньому рівні;
- зміцнення фінансової спроможності територіальних громад та закріплення за місцевими бюджетами стабільних джерел їх наповнення;
- підвищення рівня відповідальності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з одночасним розмежуванням сфер їх відповідальності у зв'язку з посилення децентралізаційних процесів [4].

Отже, на даному етапі розвитку фінансової системи України вагомим завданням є розробка нових підходів щодо напрямів розвитку фінансової системи. Фінансова політика повинна здійснюватись у напрямку забезпечення поетапного зниження дефіциту державного бюджету, зменшення державного і гарантованого державою боргу та вартості його обслуговування. Механізм державного фінансового регулювання повинен бути спрямованим на збалансований розвиток всіх її складових. У зв'язку з цим вагомим напрямом розвитку фінансової системи в умовах глобалізації є формування середовища, яке стимулюватиме залучення інвестицій у вітчизняну економіку.

Список використаних джерел:

1. Єпіфанов А., Макаренко М. Економіка і суспільство: до 75-річчя утворення Сум. обл. Суми: Мрія-1, 2015. 203 с.
2. Пасічник Ю. В. Методологічні основи формування видатків державного бюджету України. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка.* 2020. № 17. С. 79-83.
3. Федосов В., Юхименко П. Інституціональне середовище та його вплив на формування і використання бюджетних ресурсів держави. *Ринок цінних паперів України.* 2018. №1-2. С. 3-14.
4. Про бюджетну декларацію на 2022-2024 роки : Постанова Верховної ради України від 15.07.2021р. №1652-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1652-20>.

Прокопів Ангеліна,

наук. кер. – Вудвуд Вікторія,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

У сучасних умовах страхові організації займаються не тільки страховою діяльністю, але й фінансовою, користуючись тимчасово вільними коштами зі страхових резервів та інших нагромаджень. Діяльність страхової організації в умовах ринку припускає не тільки

відшкодування страхових збитків, але й одержання прибутку. Прибуток від страхових операцій являє собою позитивний фінансовий результат страхової діяльності, при якому досягається перевищення доходів над витратами щодо забезпечення страхового захисту страхувальників. Його головним джерелом у більшості цивілізованих країн є фінансова діяльність, яка проявляється шляхом вкладення частини тимчасово вільних коштів резервного капіталу в цінні папери, державні короткострокові облигації, на депозити й ін.

Страхова організація володіє певними фінансовими ресурсами, використання яких є джерелом доходу. За рахунок фінансових ресурсів страховик виконує свої зобов'язання перед страхувальниками, може стабілізувати власний фінансовий стан, зменшити тиск та пропонувати на страховому ринку менш прибуткові види страхових послуг [4, с. 71].

Фінансові ресурси страхової організації - це сукупність тимчасово вільних коштів, що знаходяться в обігу у страхової компанії та використовується для здійснення страхової, інвестиційної, фінансової діяльності. Страхова організація володіє певними фінансовими ресурсами, використання яких є джерелом фінансового доходу. За рахунок фінансових ресурсів страховик виконує свої зобов'язання перед страхувальниками, може стабілізувати власний фінансовий стан, зменшити інфляційний тиск, пропонувати на страховому ринку різні прибуткові види надання страхових послуг [2, с. 58].

Для забезпечення фінансової стійкості й платоспроможності обсяг страхових зобов'язань повинен відповідати розміру власного капіталу страховика. Л. Горбач стверджує, що страхові компанії (страховики) утворюють страховий резерв у грошовому вираженні, який утворюється з внесків страхувальників з метою відшкодування з нього збитків, спричинених окремим страхувальникам у результаті настання страхових випадків, передбачених договором страхування або чинним законодавством [1, с. 9].

Шелехов К. В., Бідаш В. Д. звертають увагу на те, що важливою особливістю фінансової діяльності страховиків є формування страхових резервів для забезпечення стійкості й виконання зобов'язань перед клієнтами. Кошти страхових резервів використовуються для виплат страхових сум і страхових відшкодувань у тих випадках, коли для забезпечення виплат страхувальникам не вистачає надходжень страхових премій [5].

Нагайчук Н. Г. наголошує, оскільки страхові організації на фінансовому ринку виконують роль посередників фінансового типу, мобілізуючи страхові премії страхувальників, вони забезпечують переміщення і перерозподіл вартості в масштабі національної та світової

економіки, що дає підстави говорити про мобілізаційну та розподільну функцію фінансів страхових компаній [3].

Специфічними принципами організації фінансів страховика можна вважати:

- створення цільового грошового фонду являє собою кошти зі сформованого фонду страховими преміями учасників фонду, які витрачаються тільки на компенсацію шкоди, причому лише тим учасникам, з якими стався страховий випадок;

- замкнута розкладка можливих збитків між зацікавленими особами — учасники, що формують цільовий грошового капітал, не можуть вимагати назад сплачені кошти, навіть якщо протягом тривалого часу з ними не відбувся страховий випадок;

- принцип солідарності.

Доцільно також враховувати й такі принципи:

- поверненість мобілізованих страхових премій;

- принцип перерозподілу страхових премій — дія договору страхування є більшою за календарний рік існує невизначеність місця і часу настання страхового випадку, тому страховик напевне не знає, коли і де відбудеться виплата страхового відшкодування;

- принцип фінансової еквівалентності — усі грошові кошти, що за визначений період надійшли від усіх учасників страхових відносин і призначені для відшкодування збитку, повинні бути повернуті у вигляді страхових виплат за такий же період;

- принцип фінансової стійкості і безпеки — предметом безпосередньої діяльності страхових компаній є надання страхового захисту, який можливий тільки за умови їх фінансової спроможності, тому таку діяльність суворо регулює держава, яка висуває вимоги до забезпечення фінансової стійкості страховиків, особливо це стосується її інвестиційної діяльності, яка повинна бути безпечною.

Усі ці принципи тісно пов'язані між собою і не розглядаються окремо. Недотримання будь-якого впливає на стан фінансових ресурсів страховика і призводить до змін його фінансових показників.

Отже, під фінансовими ресурсами страхових організацій розуміють сукупність тимчасово вільних коштів, які використовуються для здійснення різних видів діяльності. Вони є неоднорідними та є чинником фінансової стійкості. Джерелами формування можна вважати залучені кошти, власний та позиковий капітал. Величина капіталу залежить від вимог держави та повинна бути достатньою для гарантування фінансової безпеки. Якщо ефективно сформувати фінансові ресурси, їх структуру та джерела, то механізм формування фінансових потоків та

методів управління ними дозволять забезпечити надійний страховий захист в процесі надання страхових послуг.

Список використаних джерел:

1. Горбач Л.М. Страхова справа: навч. посібник 2-ге вид. Київ : Кондор, 2017. 252 с. URL: https://chytalnya.at.ua/publ/gorbach_l_m_strakhova_sprava_navchalnij_posibnik_kijiv_kondor_2003_252_s/1-1-0-82 (дата звернення: 28.11.2022).
2. Лахметкіна Н. І. Інвестиційна стратегія підприємства : навч. посібник. М.: КНОРУС, 2016. 184 с. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7435> (дата звернення: 28.11.2022).
3. Нагайчук Н. Г. Теоретичні підходи до визначення змісту поняття «фінанси страхових організацій». *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. №11. С. 32–35. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2010/10.pdf (дата звернення: 28.11.2022).
4. Нестерова Д. Фінансові ресурси страхових організацій та напрямки їх розміщення. *Вісник Київського національного університету ім. Т.Шевченка: Економіка*. 2019. №12. С. 71–75. URL: https://www.researchgate.net/publication/289925355_the_financial_resources_of_insurance_companies_and_directions_of_their_placement/fulltext/57aa725b08ae42ba52ac55ea/the-financial-resources-of-insurance-companies-and-directions-of-their-placement.pdf (дата звернення: 28.11.2022).
5. Шелехов К. В., Бідаш В. Д. Страхування : навч. посібник. Київ : МАУП, 2018. 424 с. URL: <https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/strahovanie.pdf> (дата звернення: 28.11.2022).

Фірчук Марія,

наук. кер. – Євдошак Володимир,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Фінансова безпека підприємств є однією з основних складових національної безпеки будь-якої країни, оскільки підприємства є платниками податків, які утворюють дохідну частину бюджету та забезпечують створення нових робочих місць. Рівень заробітної плати, безробіття та валовий внутрішній продукт залежить від фінансового стану суб'єктів господарювання. Тому, для умов післявоєнного відновлення України, економічної та політичної нестабільності, мінливості факторів мікро- та макросередовища, що впливають на діяльність підприємства, оцінка фінансової безпеки постає особливо актуальним питанням.

Дослідженням проблем фінансової безпеки підприємства займаються багато науковців. В рамках дослідження варто виокремити найбільш ґрунтовні напрацювання, зокрема: С. І. Мельник [1] сформував визначення фінансової безпеки підприємства, виходячи із суті базових складових апарату. О. С. Шуміло [2] та К. В. Савченко [2] дослідили сутність понять «фінансова безпека» і «фінансова стійкість

підприємства». Н. С. Краснокутська [3] та Г. М. Коптева [3] на основі проведеного контент-аналізу і визначених сутнісних ознак фінансової безпеки підприємства визначили дефініцію, яка відрізняється комплексністю та логічною узгодженістю з базовими категоріями «безпека» та «фінанси». Ю. О. Швець та К. С. Цикало [6] розробили авторську модель оцінки рівня фінансової безпеки з урахуванням особливостей галузі промисловості та поточного стану ринкової кон'юнктури.

Необхідно зазначити, що рівень економічної безпеки підприємства може характеризуватися ступенем часу та простору, що забезпечує гармонізацію інтересів підприємства та її контрагентів (клієнтів, постачальників, конкурентів, інвесторів, уряду, суспільства). Інтереси підприємства визначають його взаємодію з суб'єктами зовнішнього середовища, проведеного постійно або протягом обмеженого періоду часу, силою або обраним напрямом розвитку [1].

Контент-аналіз наукових висновків з цього питання дозволяє визначити перелік фінансових інтересів підприємств, що включають: максимізація добробуту власників підприємств; збільшення прибутковості капіталу; адекватність фінансових ресурсів на всіх етапах розвитку компанії; фінансова стабільність компанії в умовах його зростання; високий рівень інвестиційної діяльності та ефективність інвестицій; ефективна нейтралізація фінансових ризиків; високий рівень фінансової інноваційної діяльності; швидке подолання кризи [2].

При визначенні фінансової безпеки підприємства як стабільної системи можна виокремити такі пріоритетні моменти:

1. Стабільність системи фінансової безпеки підприємства (ФБП) розглядається як динамічна зміна економічних характеристик. Разом з параметрами статичного стану ФБП може характеризуватися глобальними тенденціями та змінами у розвитку.

2. Стабільність системи ФБП не є абсолютною - значення певних параметрів розвитку може мати циклічний або ситуативний характер. Однак, коливання окремих параметрів системи ФБП підтримують необхідний рівень захисту фінансових інтересів [3].

На різних етапах розвитку система ФБП може змінюватися та отримати новий рівень стабільності параметрів (такі періоди переходу можна віднести до нового життєвого циклу підприємства, який є переживає фінансову кризу або реорганізацію). Можуть бути реалізовані за допомогою наступних важелів: доходи, витрати, прибуток, кредит, капітал, інвестиції, запаси, облігації, страхові платежі, ставки, ціни, заробітна плата, амортизація, податки, стимули, санкції, дивіденди, правила безпеки та стандарти, межі та резерви [4].

Тому досягнення достатнього рівня фінансової безпеки вимагає ретельного вивчення внутрішніх та зовнішніх факторів діяльності підприємства.

Існує дві групи чинників, що призводять до виникнення фінансової кризи на підприємстві:

1. Стратегічні помилки в організації ділової активності, які роблять підприємство неконкурентоздатним на ринку незалежно від кількості наявних ресурсів та якості управління (неправильно обрана сфера діяльності, оцінка ринкових умов, стратегія розвитку тощо).

2. Помилки у здійсненні управління підприємством - неправильно визначена структура капіталу, неоптимальний розподіл ресурсів, невдачі у фінансовому плануванні тощо. Таким чином, криза на підприємстві виникнути під впливом різних факторів зовнішнього середовища [5].

Зовнішнє середовище розглядається як сукупність рушійних сил, що впливають на діяльність підприємства на ринку. Внутрішня (ендогенна) субгрупа, що складається з сил та факторів, що пов'язані з організаційною структурою, економічним потенціалом, географічними межами діяльності, фінансами, управлінням та маркетингу. Підприємство здатне контролювати ці фактори [6].

Діяльність підприємства на ринку значно залежить від здатності ефективно реагувати на ключові зміни у зовнішньому середовищі. Фактори (умови, дії), які запобігають повній реалізації фінансових інтересів компанії у процесі своєї діяльності, повинні розглядатися як загрози.

Список використаних джерел:

1. Мельник С. І. Фінансова безпека підприємства: сутність та сучасні проблеми забезпечення. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. № 1(2). С. 7–12.
2. Шуміло О. С., Савченко К. В. Взаємозв'язок категорій фінансова безпека підприємства і фінансова стійкість підприємства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. № 2(2). С. 38–42.
3. Краснокутська Н. С., Коптева Г. М. Дефініція поняття «фінансова безпека підприємства»: основні підходи та особливості. *Бізнес Інформ*. 2019. № 7. С. 14–19.
4. Сердюков К. Г., Головченко Ю. В. Теоретичні аспекти фінансової безпеки підприємства. *Економіка та суспільство*. 2017. № 9. С. 627–631.
5. Химич І. Г., Винник Т. М., Константюк Н. І., Тимошик Н. С., Юрик Н. Є. Фінансова безпека підприємства як антикризовий метод управління. *Modern Economics*. 2021. № 25. С. 153–159.
6. Швець Ю. О., Цикало К. С. Методичний підхід до оцінки рівня фінансової безпеки промислових підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2017. № 25(1). С. 162–168.

Боднар Інна,
наук. кер. – Євдошак Володимир,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ СИСТЕМИ «ДИРЕКТ-КОСТИНГ» В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

За сучасних умов цифрової економіки все більше зростає потреба в інформації про витрати на виробництво продукції, її реалізацію, та уникнення викривлень при розподілі непрямих витрат для великих промислових підприємства. Зарубіжна облікова практика свідчить про ефективність системи калькулювання собівартості на основі змінних витрат, яка дістала назву «директ-костинг» та ефективно використовується в системі менеджменту.

Метод калькулювання «директ-костинг» виник у період Великої депресії в США і набув широкого поширення в 50-х рр. ХХ ст. До цього для розрахунку собівартості використовувалася система обліку повних витрат, але це призвело до штучного викривлення показників прибутку, на думку аналітиків того часу. Для вирішення даної проблеми була розроблена нова система, яка отримала назву «директ-костинг», запроваджена американцем Д. Харрісоном. На початкових етапах застосування цієї системи в собівартість, що обчислюється за змінними витратами, були включені тільки прямі витрати, а всі види непрямих витрат списувались на фінансові результати. В результаті цього загальна сума змінних витрат співпадала з сумою прямих затрат, що і знайшло відображення в назві. Тому що «директ-костинг» буквально означає «облік прямих затрат». У наш час «директ-костинг» включає в собівартість не тільки прямі змінні витрати, але й частину змінних непрямих витрат [1].

Серед особливостей «директ-костингу» можна виділити такі: планування та облік собівартості здійснюється лише за змінними витратами, причому постійні витрати списуються безпосередньо на фінансовий результат; цінування залишків готової продукції й незавершеного виробництва проводиться лише за змінними витратами; існує можливість вивчення взаємозв'язку й взаємозалежності між обсягом виробництва, витратами і прибутком [3]. Система «директ-костингу» може здійснювати оперативний контроль за постійними витратами ефективніше, ніж при застосуванні системи повного розподілу витрат, тому що в процесі контролю за собівартістю продукції

використовують стандартні витрати або гнучкі бюджети. Як і всі інші системи обліку, «директ-костинг» має свої переваги та недоліки.

До переваг можна віднести [4]:

- повне концентрування уваги під час змін маржинального доходу не лише по підприємству в цілому, але й по окремих виробках;
- здатність швидко переорієнтувати виробництво за зміною умов ринку;
- відсутність складних розрахунків при розподілі постійних витрат;
- за допомогою визначення собівартості продукції на основі змінних витрат можна спростити нормування, планування, облік та контроль;
- прибуток в залежності від впливу постійних накладних витрат при зміні залишків запасів не змінюється;
- звіт про витрати виробництва та доходи більшою мірою відповідають інтересам керівництва фірмою, ніж ті, які складені за системою розподілу витрат між виробами.

Недоліками цієї системи вважають:

- при класифікації витрат на постійні та змінні виникають труднощі;
- виникають серйозні проблеми у визначенні суми податку на прибуток при переході від системи повного розподілу витрат до системи «директ-костинг»;
- не рекомендується для складання фінансової звітності та оподаткування;
- необхідно паралельно розподіляти постійні накладні витрати в позасистемному порядку для потреб довгострокового планування та інших потреб управління [2].

Спроба подолати зазначені недоліки спричинила появу методу розвинутого «директ-костингу», який виник завдяки тому, що виявлено блок специфічних постійних витрат, які можуть бути віднесені прямо на певні вироби, їх групи, центри відповідальності без умовного розподілу. Розвинутий «директ-костинг», зберігаючи переваги простого «директ-костингу», позбавився його основної вади завдяки врахуванню специфічних постійних витрат, пов'язаних із відповідними виробами або сегментами діяльності [1].

«Директ-костинг» розширює аналітичні можливості обліку і можна спостерігати процес тісної інтеграції обліку та аналізу. Інформація, яка отримана в цій системі, дозволяє знаходити більш вигідні комбінації ціни і обсягу, добиватись підвищення ефективності управління. Досліджуваний метод калькулювання застосовується у внутрішньому

обліку для проведення техніко-економічного аналізу та обґрунтування прийнятих як перспективних, так і оперативних управлінських рішень при оцінці рівня беззбитковості виробництва та ціноутворення. Сутність вищевикладеного зводиться до актуальності питання активного використання на вітчизняних підприємствах методу «директ-костинг». Адже дана система забезпечує інтеграцію управлінського та фінансового обліку, тобто досягається можливість регулярного контролю за собівартістю і розміром отриманого прибутку.

Список використаних джерел:

1. Добровський В. М., Гнилицька Л. В., Коршикова Р. С. Управлінський облік : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2005. 278 с.
2. Маніліч М. І. Собівартість продукції : теоретичний аспект. URL : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/ZnpEn/2012_8/01SPTA.pdf.
3. Нападowska Л. В. Управлінський облік : монографія. Д. : 2000. 450 с.
4. Яцкевич І. В. Методи управління витратами в галузі зв'язку. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 1. С. 60-62.

Боднарюк Дмитро,

наук. кер. – Маначинська Юлія,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВПЛИВ РЕЛЕВАНТНОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Управлінський облік – це система спостереження, збору, оцінки, реєстрації, виміру, обробки, систематизації і передачі інформації в інтегрованій системі планування, прогнозування, нормування, обліку, контролю й аналізу для вироблення стратегічної політики ухвалення управлінських рішень, розкриття їх для зацікавлених користувачів [1, с. 789]. Згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», внутрішньогосподарський (управлінський) облік – це система збору, обробки і підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством. Тобто, метою управлінського обліку є забезпечення необхідною управлінською інформацією менеджерів підприємства для прийняття ними обґрунтованих рішень [2, с. 14].

Роль управлінського обліку зростає з подальшим розвитком ринкових відносин, підвищенням рівня динамічності і глобалізації підприємницького середовища та загостренням конкуренції. У зв'язку з чим підвищується відповідальність менеджерів за обґрунтоване прийняття стратегічних і поточних управлінських рішень [2, с. 15].

Релевантна інформація – це така інформація, яка може вплинути на рішення менеджера. Таким чином, бухгалтер з облікових даних повинен відібрати тільки ту частину інформації, яка необхідна для прийняття конкретного рішення [2, с. 166].

Релевантні витрати – це витрати, які можуть бути змінені внаслідок прийняття певного управлінського рішення. Поняття релевантних витрат дуже широко використовується в управлінському обліку, тому зупинимося на їхній характеристиці дещо детальніше. Релевантні витрати повинні відповідати таким критеріям: 1) бути пов'язаними із завданням підприємства, конкретними проектами, рішеннями, сприяти зростанню потенціалу підприємства та зміцненню добробуту власників; 2) змінюватися залежно від можливого управлінського рішення, тобто залежати від нього; 3) належати до майбутніх витрат, тому що всі минулі витрати залишаються незмінними, щоб не сталося в майбутньому [3, с. 132].

У системі бухгалтерського обліку підприємств накопичується багато різноманітної інформації. Утім це не означає, що вся така інформація буде корисною для менеджера. Релевантною є тільки та інформація, що може бути оперативно передана менеджеру, оскільки з часом вона втрачає свою цінність. Нарешті, дані обліку не повинні містити помилок або упереджених оцінок. Таким чином, роль бухгалтера в процесі підготовки рішення полягає у своєчасному забезпеченні менеджера достовірною і релевантною інформацією.

Релевантна інформація важлива для формування альтернативних рішень по різним питанням і задачам.

Альтернативними називаються управлінські рішення пов'язані з вибором альтернативних варіантів дії на підставі аналізу відповідної інформації. До альтернативних відносяться рішення про спеціальне замовлення, рішення про розширення чи скорочення сегмента діяльності, рішення "виробляти чи купувати" тощо.

З написаного вище робимо висновки, що релевантна інформація відіграє велику роль в орієнтуванні підприємства на майбутнє. Якісна інформація дає можливість визначити і обрати найбільш правильне рішення яке дасть підприємству поштовх для покращення своїх економічних показників.

Отже, релевантна інформація має великий вплив на прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Малахова А. В., Мартиненко О. В., Мартиненко А. О. Проблеми і перспективи розвитку управлінського обліку на підприємствах. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 8. С. 785–798.
2. Пилипів Н. І., Максимів Ю. В., П'ятничук І. Д. Управлінський облік : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Івано-Франківськ, 2018.

3. Верланов Ю. Ю., Бурлан С. А., Верланов О. Ю. Управлінський облік: сучасна теорія і практика : навчальний посібник. Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2015. 340 с.

Боднарюк Дмитро,
наук. кер. – Мустаца Ірина,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОРГАНІЗАЦІЯ АУДИТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Аудит – це спосіб незалежного фінансового контролю, що використовується для перевірки достовірності публічної бухгалтерської звітності, обліку первинних документів та іншої інформації щодо фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання з метою визначення достовірності їх звітності, обліку, його повноти і відповідності чинному законодавству та встановленим нормативам [с. 26].

Законом України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» дається таке визначення аудиту: аудит фінансової звітності – це аудиторська послуга з перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності юридичної особи, або представництва іноземного суб'єкта господарювання, або іншого суб'єкта, який подає фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність групи, з метою висловлення незалежної думки аудитора про її відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності або іншим вимогам [с. 8].

Аудиторська діяльність – незалежна професійна діяльність аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності, зареєстрованих у Реєстрі аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності, з надання аудиторських послуг [2,с. 23].

Управління аудиторською діяльністю в Україні здійснюється Аудиторською палатою України. Аудиторська палата є юридичною особою, веде відповідний облік та звітність, має свою печатку, емблему та іншу атрибутику, рахунки в банках, наділена цивільною правоздатністю і дієздатністю, може набувати майнові та немайнові права, бути позивачем та відповідачем у суді, мати у власності рухоме та нерухоме майно, що необхідне їй для виконання статутних завдань 25 та організації своєї діяльності та не має на меті отримання прибутку, утворюється з метою забезпечення реалізації завдань аудиторського самоврядування [2,с. 24].

Щорічно Аудиторська палата України отримує від аудиторських фірм та аудиторів звіти про виконані ними роботи, здійснює їх аналіз та подає до Кабінету Міністрів України узагальнену інформацію про стан аудиторської діяльності в Україні. Для цього у складі Аудиторської палати України з метою забезпечення проведення перевірок суб'єктів аудиторської діяльності створюється Комітет з контролю якості аудиторських послуг.

Внаслідок воєнної агресії Росії нормальна робота АПУ та комітету була призупинена. До 17.06.2022 р. з часу введення воєнного стану в Україні (Указ президента України від 24 лютого 2022 року №64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні») Комітет керувався Рішенням Ради АПУ № 81/2 від 14.03.2022 р. «Про зупинення розпочатих перевірок з контролю якості аудиторських послуг» та положення Рішення Ради АПУ № 81/3 від 14.03.2022 р. «Про зупинення виконання Плану–графіку перевірок з контролю якості аудиторських послуг».

З 17.06.2022 перевірки з контролю якості аудиторських послуг виконуються згідно пунктом 21 розділу Х «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» 21 грудня 2017 року № 2258- VIII (зі змінами, внесеними Законом № 2285-IX від 31.05.2022) виключно за згодою САД, що включені до плану-графіку перевірок на 2022р. За таких же умов будуть проведені перевірки протягом 6 міс. після припинення воєнного стану в Україні.

Перевірки проводяться як дистанційно, так і за місцезнаходженням Комітету. На тривалість перевірки впливає формат проведення перевірки, особливі умови роботи у воєнний стан працівників САД та Комітету (можливість забезпечення безпечної роботи обох сторін) та технологічна спроможність САД.

З початку 2022 року Комітетом здійснено 11 перевірок з контролю якості, з них 7 перевірок завершено після введення воєнного часу, і це значно менше, ніж в минулому році за той же проміжок часу.

З вищенаписаного робимо висновки, що аудиторська діяльність внаслідок війни значно ускладнилась, але все одно робота продовжується і в такий скрутний час.

Список використаних джерел:

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21 грудня 2017 року № 2258-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text>
2. Про введення воєнного стану в Україні : Указ президента України від 24 лютого 2022 року №64/2022. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397>
3. Про зупинення розпочатих перевірок з контролю якості аудиторських послуг : Рішення Ради АПУ № 81/2 від 14.03.2022 р. URL: pu.com.ua/wp-content/uploads/2022/07/«Аналіз-результатів-перевірок-за-2021-рік.-Про-перевірки-з-контролю-якості-у-2022-році».pdf

4. Про зупинення виконання Плану-графіку перевірок з контролю якості аудиторських послуг: Рішення Ради АПУ № 81/3 від 14.03.2022 р. URL: <https://www.apu.com.ua/2022/09/01/%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8-%D0%B0%D0%BF%D1%83/>

5. Методика проведення функціонального аудиту органів виконавчої влади в умовах воєнного стану : Наказ національного агентства України з питань державної служби № 57-22 від 14.07.2022. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0848-22>

6. Огійчук М. Ф., Рагуліна І. І., Новіков І. Т. Аудит : навч. посібник. Вид. 4-тє, перероб. і допов. Київ : Алерта, 2020. 852 с.

7. Рязанова Н. О. Аудит : навчально-методичний посібник. Старобільськ : ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2021. 234 с.

Торак Діана,
наук. кер. – Маначинська Юлія,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ «СТАНДАРТ-КОСТИНГ» ПРИ ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Система «стандарт-костинг» – це система обліку витрат і калькуляції собівартості з використанням нормативних витрат. Досліджуваний термін «стандарт-кост» складається з двох слів:

«стандарт», що означає кількість необхідних виробничих витрат для виробництва одиниці продукції, або раніше розраховані витрати на виробництво одиниці продукції або надання послуг, а слово «костинг» – це грошовий вираз виробничих витрат, що відносяться на одиницю продукції. Таким чином, «стандарт-костинг» в повному розумінні змісту слова означає стандартна вартість витрат.

Систему нормативного визначення витрат розробив і впровадив в Сполучених Штатах Америки Ч.Гаррісон. В статтях, присвячених темі: «Обліку собівартості на допомогу виробництву», ним не лише було звернуто увагу на неув'язку системи обліку «історичної» собівартості, але й наводились описи варіантів організації системи «стандарт-костинг». Зміст системи «стандарт-костинг» полягає в тому, що обліковується лише те, що повинно відбутись, а не те, що відбулося і обґрунтовано відображаються відхилення, які виникли. В основі системи лежить чітке тверде запровадження норм витрат матеріалів, енергії, робочого часу, праці, заробітної плати та інших витрат, пов'язаних з виготовленням будь-якої продукції або напівфабрикатів. Стандарт-костинг незамінний в галузях, де ціни на ресурси відносно стабільні, а самі вироби не змінюються протягом довгого часу

(підприємства оброблювальних галузей, швейного, взуттєвого, меблевого виробництва).

В основу системи стандарт-костинг покладені наступні принципи:

- попереднє нормування витрат по елементах і статтях;
- складання нормативних калькуляцій на виріб;
- облік нормативних витрат і відхилень;
- аналіз відхилень;
- уточнення калькуляцій при зміні норм [1].

Система «стандарт-костинг» в зарубіжній практиці не регламентована нормативними актами, в зв'язку з чим не має єдиної методики встановлення стандартів і ведення облікових реєстрів. В результаті цього, навіть в межах однієї компанії діють різноманітні норми: базисні, поточні, ідеальні, прогностичні, досяжні і полегшені стандарти. Найголовнішим в системі «стандарт-костинг» являється контроль за найбільш точним виявленням відхилень від встановлених стандартів витрат, що сприяє удосконаленню і самих стандартів витрат. За відсутності такого контролю, застосування «стандарт-костинг» буде мати умовний характер і не дасть відповідного ефекту.

В той же час система «стандарт-костинг» є системою калькулювання повних витрат. О. М. Губачова та С. І. Мельник звертають увагу на те, що це – система обліку повних витрат, основана на розподілі витрат на прямі та непрямі, передбачає включення до собівартості продукції усіх виробничих витрат – як змінних, так і постійних. Відповідно, всі виробничі витрати розподіляються між виробами і включаються у собівартість незавершеного виробництва та готової продукції. Це підтверджує, що система обліку повних витрат здебільшого орієнтована на виробництво, а її принципи обліку сприяють відображенню технологічних аспектів виробничого процесу. Вони повною мірою проявилися у методах обліку і калькулювання за замовленнями та процесами [2, с. 386].

Система «стандарт-костинг» корисна при прийнятті рішень, особливо якщо стандарти розроблені окремо по змінних і постійних елементах витрат, а також при правильному встановленні ціни на матеріали та норми витрат робочої сили. Коли стандарти реальні і детальні, вони можуть стимулювати роботу окремих осіб або більш ефективно виконання завдання. Хоча стандарти часто діють, пригнічуючи робітників і начальників цехів та відділів, вони мають швидше негативний вплив, і не створюють стимулів до роботи.

Також однією з важливих переваг використання системи «стандарт-костинг» над іншими є економія ведення облікових записів. Вона не є відокремленою або самостійною. Її можна застосовувати як у

позамовному, так і по процесному методах калькулювання собівартості або в інших комбінаціях.

Проте система «стандарт-костинг» має і недоліки. Наприклад, на практиці дуже важко встановити стандарти відповідно технологічної карти виробництва. Зміна цін, викликана конкурентною боротьбою за ринки збуту товарів, а також інфляцією, ускладнюють розрахунок собівартості залишків готових виробів на складі та незавершеного виробництва. При виконанні компанією великої кількості різних за характером і типом заказів, за порівняно короткий час, встановлювати стандарти на кожне замовлення практично неможливо. В цих випадках, замість науковообґрунтованих стандартів на кожне замовлення установлюють середню вартість, що вважається базисом для визначення ціни замовлення. Не зважаючи на ці недоліки, керівники фірм продовжують застосовувати систему «стандарт-костинг» як потужний інструмент контролю за витратами виробництва і калькулювання собівартості продукції, а також для управління, планування і прийняття необхідних рішень.

З часу свого виникнення система «стандарт-костинг» успішно розвивалась і досі широко застосовується багатьма провідними виробничими підприємствами корпоративного типу та є актуальною в умовах відновлення бізнесу та його продажу як цілісного майнового комплексу.

Список використаних джерел:

1. Тупота М. О. Концепції системи управління витратами. *Економіка підприємства: теорія та практика* : 36. мат. Міжнар. наук.-практ. конф. 23-24 березня 2016 р. / Відп. за вип. Г. О. Швиданенко. Київ : КНЕУ, 2006. 208 с.
2. Губачова О. М., Мельник С. І. Облік у зарубіжних країнах : підручн. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 432 с.

Андрусенко Катерина,
наук. кер. – Урсакій Юлія,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність підприємства – одна з найважливіших категорій ринкової економіки, яка характеризує можливість й ефективність адаптації підприємства до умов зовнішнього конкурентного середовища, а також здатність вступати у конкуренцію на даному ринку та перемагати в ній [2].

Управління конкурентоспроможністю підприємства – це аспект менеджменту підприємства, який спрямований на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг, забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі [3]. Концепція управління конкурентоспроможністю виходить з необхідності прискореного задоволення вимог ринку, насичення його товарами та послугами першочергового або підвищеного попиту, створення умов для гідного виходу на зовнішній ринок і виживання підприємства в умовах жорсткої конкуренції з урахуванням наявних ресурсів [5].

Саме проблема управління конкурентоспроможністю підприємства стає нагальною для сучасних підприємців, оскільки світова криза загострила важку ситуацію в конкурентній боротьбі підприємств. За відсутності проведення адекватної й своєчасної оцінки рівня власного конкурентного потенціалу, виявлення й аналізу факторів безпосереднього впливу на конкурентні позиції підприємства, його керівництво унеможливує розробку і впровадження стратегії не тільки функціонування підприємства, а й його існування [1].

В умовах глобалізації та широкого розповсюдження інформаційних технологій забезпечувати конкурентоспроможність підприємству дозволяє вміння ефективно використовувати свої нематеріальні конкурентні переваги. Вагомим значення набувають такі види ресурсів, які не мають матеріальної форми, проте вирішальною мірою впливають на формування результатів діяльності підприємства. Значення матеріальних ресурсів поступово зменшується, тоді як нематеріальних активів, таких як репутація

фірми, імідж підприємства, корпоративна та організаційна культура та ін., постійно зростає [2].

Важливою умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємства є ефективне використання ресурсів, кваліфікації та здібностей персоналу, досягнень сучасного менеджменту, інноваційних, інформаційних та фінансових можливостей підприємства, що у сукупності становить його потенціал, який повинен бути конкурентоспроможним [5]. Також необхідно враховувати, що для покращення діяльності підприємству потрібно обирати певні пріоритети у виробленні стратегії, які будуть максимально відповідати ринковій ситуації та використовували сильні сторони підприємства.

Стратегічний підхід у управлінні конкурентоспроможністю реалізується через організаційно-економічний механізм, що являє собою систему досягнення цілей управління конкурентоспроможністю і необхідного кінцевого результату. Без створення і вдосконалення даного механізму підприємству в сучасних ринкових умовах неможливо отримати бажаний результат діяльності [5].

У сучасних умовах для забезпечення конкурентоспроможності та ефективної діяльності підприємства потрібно завжди мати план дій на майбутнє, добре розроблений з прорахованими ризиками та мати певні часові рамки для його виконання, в такому плані повинні бути певні блоки по яких підприємство буде орієнтуватися, наприклад маркетинговий, фінансовий тощо. Процес формування потенціалу підприємства дуже залежить від обраної стратегії, якою керується підприємство в процесі свого розвитку. Розробка стратегії управління та стратегічний потенціал системи керування на підприємстві в умовах нестабільності ринкового середовища покликана перш за все визначити на що саме потрібно орієнтуватися підприємству для досягнення конкурентних переваг серед найближчих конкурентів, що досягається за рахунок впровадження взаємопов'язаних елементів управлінської діяльності у сфері стратегічного планування, які дозволяють отримати обґрунтовану оцінку діючих стратегій та визначити, у якому напрямку з урахуванням ризиків слід діяти на перспективу [6].

Таким чином, управління конкурентоспроможністю – стратегічне завдання підприємства, вирішення якого можливо на основі проведення глибокого дослідження, а також розробки і впровадження інноваційних, інформаційних та фінансових можливостей, реалізація яких буде сприяти результативному здійсненню управлінських рішень в цій сфері діяльності.

Список використаних джерел:

1. Шемет Я. В., Тутьчинська С. О. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2013. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/12390/1/2013_1_Shemet%202.pdf

2. Бондаренко С. М., Бодько Є. С. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства. *Теорія та практика управління в державному, муніципальному та корпоративному секторах*. 2020. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/17280/3/zb_conf_28-12-2020_P007-009.pdf

3. Нападовська Л. А. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства. *Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні*. 2015. URL: <https://knute.edu.ua/file/MTc=/1e8a62d3ca6647b78fd23992ec0eb32d.pdf#page=179>

4. Літвінова Ю. О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. Харків: Видавництво ХНЕУ, 2012. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/985.pdf>

5. Лихашенко К. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Удосконалення процесів та обладнання харчових та хімічних виробництв. 2020. URL: https://card-file.ontu.edu.ua/bitstream/123456789/16060/1/Udosk_protseviv_2020_Bundyuk.pdf

6. Донець С. Управління конкурентоспроможністю стратегічного потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих*. 2022. URL: <http://www.vtei.com.ua/doc/11konf/zb10.pdf#page=220>

Бужора Марія,
наук. кер. – Урсакій Юлія,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ХАРАКТЕРИСТИКА СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Незважаючи на те що адміністративний менеджмент як наука зародився давно (кінець XIX – початок XX ст.), дискусія щодо визначення суті адміністративного менеджменту не втихає і до сьогодні. Це пов'язано з наявністю різних підходів до розуміння суті адміністрування. Якщо дана проблема не буде вирішена, то впровадження сучасних технологій адміністративного менеджменту на вітчизняних підприємствах не дасть позитивних результатів [1].

Вчені визначили різні підходи, які стали основними:

1. Історичний.
2. Адміністративний.
3. Правовий.
4. Економічний.
5. Соціальний.
6. Соціально-економічний.
7. Статистичний.
8. Порівняльний.
9. Прогностичний.
10. Моделювання.

Але з часом сучасний світ знаходить та просуває нові підходи до адміністративного менеджменту. Вони полегшують роботу, дають кращий результат. Одним із таких є підхід «новий державний менеджмент» – це підхід у державному управлінні, який застосовується в сучасних умовах проведення адміністративних реформ у розвинених країнах Заходу і в якому робиться акцент на результат.

Наступний – підхід «розмежування політичних і адміністративних функцій», тобто цей підхід базується на тому, що адміністративна і політична діяльність вимагають різних знань та вмінь.

Ще одним можна назвати «підходи до аналізу роботи керівника» – це низка підходів до виявлення особливостей діяльності керівника, що спираються на різні погляди стосовно неї. Цей підхід є більш практичним, оскільки спирається на аналіз завдання і методики професіографії, тобто на вже розроблені основи психологічної теорії цієї діяльності.

Підходи до прийняття управлінських рішень – це загальні методологічні установки, що визначають вибір конкретними управлінськими працівниками правил здійснення процесу прийняття рішення залежно від співвідношення в цьому процесі раціонального та інтуїтивного компонентів.

Підходи до формулювання мети – це загальні методологічні установки, що визначають вибір способу формулювання мети.

Адміністративною реформою в Україні передбачено застосування підходу «розмежування політичних і адміністративних функцій», зокрема посилення політичних функцій Кабінету Міністрів України й зосередження його діяльності на стратегічних питаннях з метою встановлення цілей, пріоритетів та визначення чітких завдань для всіх органів виконавчої влади щодо того, яких цілей державні органи мають досягти у середньо- і довгостроковій перспективі, а також реалізацію державної політики у різних сферах суспільної діяльності відповідними міністерствами [2].

Основною ознакою, яка відрізняє одну галузь від іншої, є особлива, визначена сфера та підходи до управління. Тому на сьогодні важливо досліджувати, винаходити та удосконалювати нові сучасні підходи для подальшого розвитку адміністративного менеджменту.

Список використаних джерел:

1. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Ekonomika-i-suspilstvo-4-2016.pdf#page=127>.
2. URL: <https://scicenter.online/derjavne-upravlinnya-munitsipalne-scicenter/rozdil-pidhodi-printsipi-administrativnogo-132186.html>.

Дробот Катерина,
наук. кер. – Кормакова Інна,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ У ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

Експортно-імпортні операції можна охарактеризувати як комплекс операцій у сфері економічного, фінансового і правового характеру взаємин між численними партнерами, що здійснюються на комерційній основі, спрямованих на виконання зовнішньоекономічного договору (контракту). Експортні операції передбачають продаж і вивезення товарів за кордон з метою передачі їх у власність іноземному контрагенту. Імпортні операції – це закупівля і ввезення іноземних товарів для продажу на внутрішньому ринку країни-імпортера або для виробництва та споживання підприємством-імпортером [1].

Основними об'єктами експортно-імпортних операцій є матеріально-речовинна продукція, проекти й послуги, у тому числі результати виробничої й науково-технічної співпраці, які в обміні набувають вартості, тобто стають товаром. При цьому під товаром розуміється будь-яке спонукуване й нерухоме майно, роботи й послуги, що є предметом зовнішньоекономічного договору (контракту).

У міжнародній практиці існує велика різноманітність договорів, зміст яких залежить від операції, яку має намір здійснити контрагент, але, незважаючи на всю розмаїтість таких угод, усі вони ґрунтуються на умовах класичного договору купівлі-продажу, тому детального розгляду потребує експортно-імпортне постачання товарів.

Війна росії проти України зумовила різку необхідність у тому, аби спростити митне оформлення різних груп товарів, вкрай необхідних як для забезпечення ЗСУ та ТрО додатковим захисним та військовим спорядженням, так і для забезпечення цивільних їжею, ліками та іншою гуманітарною допомогою.

На досягнення цієї мети законодавець запровадив низку нових норм, які заслуговують на увагу суб'єктів господарювання. По-перше, постанова КМУ від 18 березня 2022 р. №314 «Деякі питання забезпечення провадження господарської діяльності в умовах воєнного стану» передбачає спрощення ведення господарської діяльності в період дії воєнного стану шляхом зменшення кількості необхідних документів у період воєнного стану. Особливо це стосується новостворених підприємств.

Суб'єкти господарювання мають можливість подавати до Міністерства економіки України чи Міністерства внутрішніх справ України не окремий ліцензійний документ, а декларацію про провадження господарської діяльності, залежно від виду діяльності. Але це спрощення не поширюється на зовнішньоекономічну діяльність (включаючи нові підприємства), для здійснення якої необхідно отримувати відповідні ліцензії, наприклад, експорт окремих категорій товарів [2].

Основним документом, який врегульовує види товарів, що підлягають ліцензуванню та квотуванню під час здійснення ЗЕД під час воєнного стану, є постанова КМУ від 29 грудня 2021 р. №1424 «про затвердження переліків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню, та квот на 2022 рік». Введення воєнного стану в Україні вплинуло передусім на ліцензування та квотування саме експорту товарів. Парламент вже декілька разів змінював перелік товарів, експорт яких підлягає ліцензуванню та/або квотуванню. Так, відповідно до останньої редакції змін Постанови КМУ 1424 квотуванню/ліцензуванню підлягають наступні товари: пшениці та суміші пшениці та жита (меслин), кукурудзи, м'яса курей свійських, яєць курей свійських, олії соняшникової.

Для отримання ліцензії на експорт вказаних попередньо товарів суб'єктам господарювання необхідно звернутися до Міністерства економіки України. Для цього необхідно подати заявку в електронному вигляді про видачу ліцензії, лист-звернення щодо отримання ліцензії та копії документів про підтвердження експортної діяльності. Запит буде оброблено протягом 24 годин [3].

Парламент певною мірою спростив процедуру митного оформлення окремих категорій товарів у режимі імпорту, а для інших категорій товарів порядок проходження митних формальностей залишився без змін [4]. Проте, враховуючи оперативність прийняття законодавцем рішень щодо спрощення митного оформлення товарів, виникла певна неоднозначність у тлумаченні та застосуванні новоприйнятих норм. Тому, нормативно-правові акти спрощують митне оформлення окремих категорій імпортованих товарів в Україну, зокрема: благодійна допомога; товари відповідно до Постанови КМУ 236; товари, які імпортують платники 3 групи; бензин, газ, важкі дистилати та інші нафтопродукти; транспортні засоби; товари військового та подвійного призначення.

Є певна особливість розрахунків в імпортованих/експортних операціях, а саме: з 5.04.2022 року НБУ значно скоротив строки розрахунків в експортно-імпортованих операціях з 365 до 90 днів.

Висновок. Суб'єктам господарювання слід уважно стежити за

змiнами податкового митного та валютного законодавства, оскiльки пiд час воєнного стану законодавцi дуже активно змiнювали, скасовували дiючi та запроваджували новi норми, щоб оперативнo реагувати на виклики, якi iснують у зовнiшньоекономiчнiй дiяльностi пiд час вiйни в Украiнi.

Список використаних джерел:

1. Студопедiя. URL: <https://studopedia.com.ua> (дата звернення: 06.11.2022).
2. LIGA ZAKON. URL: <https://biz.ligazakon.net/analitycs> (дата звернення: 20.09.2022).
3. Юридична фiрма INTEGRITES. URL: <https://www.integrites.com> (дата звернення: 21.06.2022).
4. ProdUkraine. URL: <https://produkraine.org> (дата звернення: 15.08.2022).

Конська Аделiна,

наук. кер. – Євдошак Володимир,
Чернiвецький торговельно-економiчний iнститут ДТЕУ,
м. Чернiвцi

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМIЧНОЇ БЕЗПЕКИ: УПРАВЛIНСЬКИЙ АСПЕКТ

В умовах воєнного стану на територiї Украiни, численних загроз руйнацiї промислової, транспортної, торговi, бiзнес-iнфраструктур реалiзацiя системного пiдходу до забезпечення економiчної безпеки пiдприємств передбачає пошук бiльш ефективних пiдходiв до пiдготовки та прийняття управлiнських рiшень з урахуванням нових викликiв та загроз з боку зовнiшнього середовища функцiонування пiдприємств, екстремальних впливiв та кризових ситуацiй соцiально-економiчного та полiтичного характеру.

Забезпечення економiчної безпеки вiтчизняних пiдприємств є, на практицi, регулярним i безперервним процесом, пов'язаним з пiдготовкою, обґрунтуванням, прийняттям, контролем реалiзацiї та оцiнкою ефективностi управлiнських рiшень, спрямованих на перетворення стану небезпеки на стан вiдносної захищеностi за рахунок контролю використання ресурсiв та власностi, нейтралiзацiї зовнiшнiх факторiв негативного впливу, прогнозування та монiторингу викликiв та загроз, якi впливають на економiчний суб'єкт [1].

Як зазначають вiтчизнянi дослiдники, такi як М. В. Задорожний, I. Д. Бенько, Ю. А. Бiла та Л. В. Нападovська [4], в основi реалiзацiї економiчного механiзму захисту вiтчизняного суб'єкта господарювання лежать вiдповiднi заходи, спрямованi на пiдвищення економiчної стабiльностi пiдприємств, усунення стану невизначеностi, який

породжує відповідні ризики, що потребує зважених та оперативних управлінських рішень.

В умовах сьогодення підготовка та прийняття управлінських рішень, що спрямовані на реалізацію комплексу захисних заходів, орієнтовані на:

- усунення існуючих та потенційних загроз, пов'язаних з можливостями знаходження вітчизняних підприємств у зоні бойових дій та тимчасової окупації, ракетних обстрілів, авіаційних та артилерійських ударів; виявлення джерел та подальше попередження ключових загроз, пов'язаних можливим завданням ударів по підприємству.

- необхідність переходу управлінського обліку на модель інформаційного та практичного управління в умовах надзвичайно складних, динамічних ситуацій. Відповідно, змінюється і екстремальних процес накопичення інформації, який має бути спрямований на аналіз реально існуючих загроз та ризиків, вразливості підприємства перед цими загрозами, ретельного аналізу небезпек, виявлення їх впливу на стан підприємства, і на цій основі узгодження відповідних заходів нейтралізації загроз [5], положеннями, які мають безпосереднє відношення до безпеки підприємств у воєнний час.

На ситуацію в економіці впливають наслідки збройного конфлікту: руйнування виробничих потужностей, інфраструктури, транспорту, втрата можливості використання земельних угідь внаслідок обстрілів, мінування, забруднення. Крім того, переміщення робочої сили з території країни, втрати серед цивільного населення мають побічний вплив на цей показник. Серед ризиків, що тим чи іншим чином пов'язані із знаходженням підприємств у зоні конфлікту в умовах воєнного часу, виникають і інші ситуації, які мають бути враховані, зокрема: держава має право, використовувати потужності та трудові ресурси підприємств, установ і організацій усіх форм власності для потреб оборони, змінювати режим їхньої роботи, проводити інші зміни виробничої діяльності, а також умов праці відповідно до законодавства про працю [2].

Фахівцям управлінського обліку слід розуміти, що в екстремальних ситуаціях виникає так званий «ефект доміно», коли події, що безпосередньо не впливають на підприємство, тим не менш, призводять до негативних наслідків, зменшуючи його економічну сталість. Поряд із цим, збитки, завдані елементам критичної інфраструктури, можуть спричинити додаткові збитки, зокрема, перебої в постачанні на фоні транспортних проблем, заторів на дорогах, проблем з подачею електроенергії [1]. Для належної оцінки наслідків повного чи часткового виходу з ладу елементів критичної інфраструктури фахівцям

управлінського обліку слід постійно відслідковувати ситуацію в регіоні та в країні в цілому та прогнозувати наслідки завданих руйнувань.

При цьому вся аналітична робота повинна мати суворо конфіденційний характер, оскільки самі відомості, якими оперує управлінський облік, мають характер комерційної таємниці, що також потребує відповідних заходів для захисту цієї інформації [3]. Тому саме тісна інтеграція управлінського обліку та системи ризик-менеджменту з урахуванням специфіки військово-політичної ситуації можуть сприяти зниженню ризиків, які несе для вітчизняних підприємств військова агресія; сприяти прийняттю виважених управлінських рішень щодо організації безпечної роботи бізнесу в умовах військових ризиків.

Список використаних джерел:

1. Живко З. Б. Економічна безпека підприємства: сутність, механізм забезпечення та управління: монографія. Львів : ЛігаПрес, 2012. С. 240–256.
2. Про правовий режим воєнного стану : Закон України від 12 травня 2015 року №389-VIII. (за станом на 06.09.2022). URL: <https://www.slideshare.net/tsnua/ss-123975114> (дата звернення: 16.11.2022).
3. Як військові конфлікти впливають на економіку. URL: <https://mind.ua/openmind/20173685-як-vijskovii-konflikti-vplivayut-na-ekonomiku> (дата звернення: 16.11.2022).
4. Нападівська Л. В. Управлінський облік : монографія. Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2000. 355 с.
5. Базовий захист для організації цивільного захисту та надання допомоги / *Schutz kritischer Infrastrukturen Das Konzept der Basisschutzmaßnahmen*. URL: <https://www.yumpu.com/de/document/view/11165330/basisschutz-fur-katastrophenschutz-und-hilfsorganisationen> (дата звернення: 18.11.2022).

Мельниченко Галина,

наук. кер. – Євдошак Володимир,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОЦІНКА ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Для вітчизняних підприємств вихід на міжнародні ринки збуту є пріоритетним завданням в умовах сучасних реалій та воєнного становища.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – це галузь господарської діяльності, пов'язана з експортними та імпортними операціями. Простіше кажучи, основою поняття ЗЕД є взаємодія між економічними суб'єктами, які представляють різні держави. Слід зазначити, що організації можуть не тільки продавати чи купувати один в одного

товари (послуги), а й здійснювати спільні проекти, вкладати інвестиції, надавати кредитні позики – всі ці дії підпадають під визначення зовнішньоекономічної діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність має низку особливостей:

1. ЗЕД є невід'ємною частиною загальноекономічної діяльності. Саме за допомогою зовнішньоторговельних угод здійснюється реалізація виробленої у країні продукції. А імпорт задовольняє внутрішній дефіцит.

2. ЗЕД виступає у ролі ефективного важеля впливу у зовнішній політиці держави. Зокрема, за допомогою обмежувальних заходів можна створити штучний дефіцит товарів, загальмувати чи зупинити виробництво в іншій країні тощо.

3. ЗЕД вимагає великих матеріальних витрат через високий рівень конкуренції, що існує на світових ринках.

На формування експортного потенціалу впливає безліч факторів, що визначають успішність виходу на світовий ринок, які можна умовно поділити на два типи – зовнішні й внутрішні. До зовнішніх факторів відносять глобальну конкуренцію; особливості розвитку світової економіки; місце країни у світовій торгівлі; рівень економічного розвитку й використання досягнень науки, техніки і виробництва. Вони існують поза рамками національних господарських систем, представляючи тенденції розвитку світового ринку. Внутрішні фактори – це економіко-географічне положення, комплекс наявних ресурсів, об'єм внутрішнього ринку та його інфраструктурна облаштованість, транспарентність умов участі в світогосподарських зв'язках [1].

Україна відіграє дуже велику роль на світовому продовольчому ринку. До війни вона експортувала понад 15% світової продовольчої кукурудзи та близько 10% зерна. Тож ми були одним із найбільших експортерів у світі в різних галузях. Але нині український продовольчий ринок перебуває у кризовому стані через дію ряду чинників, які діяли поступово протягом достатнього періоду часу, дуже несприятливого для врожаю (ми в Україні цього не відчували, бо минулого року у нас був рекордний урожай). Безумовно, добрива є важливим чинником вартості зерна та іншої сільськогосподарської продукції. По-третє, звичайно, відсутність експорту зерна з України також спричинила зміни світових цін на продовольство. Зростання цін на зерно також почало збільшувати ціни на м'ясо та інші продукти харчування.

Головною проблемою на шляху відновлення та розвитку є недостатня кількість вирішуваних клієнтів на внутрішньому ринку, свідчать результати останнього дослідження. Ініціативи відновлення економіки, підприємництва та розвитку експорту. Одним із шляхів

вирішення цієї проблеми є розвиток експорту. Компанії, які тільки починають виходити на закордонні ринки, тепер використовують різноманітні інструменти підтримки, від аналізу закордонних ринків, освітніх заходів і консультацій, інструментів пошуку іноземних партнерів до субсидій від країн і донорських організацій.

Експорт завжди вважався однією із найголовніших ніш прибутку в Україні. Багато країн світу щороку отримували від нашої держави мільйони тон сировини, зокрема велика частка припадала на зерно.

Звернемося до статистичних даних щодо експорту у 2022 році, під час воєнних дій, які підготував онлайн-журнал Forbes [2]. За 8 місяців 2022 року український експорт склав \$29 млрд. Це на третину менше за результат аналогічного періоду минулого року. У натуральних показниках український експорт становить 63 млн т, що на 59% менше від показника минулого року. У січні та лютому 2022 року український експорт демонстрував дуже позитивну динаміку – зростання до аналогічного періоду минулого року становило 34%. Проте вже в березні відбувся обвал експорту – скорочення становило 50%. Повільне відновлення експорту почалося в травні, а найбільший обсяг експорту з початку широкомасштабної війни був зафіксований у серпні у зв'язку із розблокуванням українських чорноморських портів (\$3,4 млрд).

За даними прес-служби Міністерства економіки України [3], найбільші проблеми стосуються експорту руд, металів та сільськогосподарської продукції. Проте обсяги продажу деяких товарів із високим ступенем обробки (тобто з високою доданою вартістю) залишилися майже без змін. Однак відомо, що їх частка в структурі вітчизняного експорту незначна. Більшу частину валютних надходжень країна все ще отримує від торгівлі сировиною. Тому основною проблемою, яку має вирішити Україна, щоб хоча б частково відновити свій експортний потенціал, є налагодження нових шляхів транспортування сировини та товарів до іноземних споживачів.

Важливим завданням є перенаправлення поставок ключових товарів для внутрішнього експорту з портів Чорного та Азовського морів на альтернативні маршрути. Бо в мирний час майже 90% українського зерна, руди та інших великогабаритних товарів вивозилося за кордон саме через заблоковані нині морські порти. Тому Україна обговорює з міжнародними партнерами як мінімум три альтернативні варіанти забезпечення транспортування. Адже нині в зерносховищах, елеваторах та складах країни накопичується велика кількість зерна, яке до серпня аграрії планують вивезти.

Зокрема, за даними міжнародної консалтингової фірми, в липні-серпні Україна має на експорт близько 25 млн. т. пшениці та кукурудзи.

Водночас темпи реалізації зерна наприкінці 2021 року були низькими, незважаючи на минулорічний рекордний урожай зернових та олійних культур (понад 110 млн т). Оскільки світові ціни постійно зростали, багато виробників продовжували накопичувати свій урожай.

Негативна динаміка зовнішньої торгівлі в основному зумовлена наслідками воєнного стану в Україні, надмірним внутрішнім та зовнішнім інфляційним тиском, чинниками високих порівняльних показників минулого року та наступними обставинами. Зовнішні ринки товарів, що складають основу українського імпорту та експорту. Довгострокові зусилля України, спрямовані на подолання дефіциту палива та пошук альтернативних логістичних шляхів для експорту сільськогосподарської продукції, дозволять збільшити імпорт енергоресурсів та експорт зерна.

Список використаних джерел:

1. Інвестиційна політика в Україні: досвід, проблеми, перспективи : монографія / Чумаченко М. Г., Аптекар С. С., Білопольський М. Г. та інші; відпов. ред. М. Г. Чумаченко. Донецьк, 2003. 292 с.

2. Петрушко Л. Україна з початку року експортувала до ЄС 62% товарів. Хто найбільший покупець? URL: <https://forbes.ua/news/ukraina-z-pochatku-roku-eksportovala-do-es-62-tovariv-khto-naybilshe-kupue-ukrainskikh-tovariv-03102022-8738> (дата звернення: 16.11.2022).

3. Український експорт знизився вдвічі, а імпорт – втричі: Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=81cbbe03-405e-42f7-bb35-37249aee966d&title=CHerezAgresiiuRosiiUkrainskiiEksportZnizvisiaVdvichi-AImportVtrichi> (дата звернення: 18.11.2022).

Морошан Артем,
наук. кер. – Урсакій Юлія,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Вивчення закордонного досвіду іноземних компаній, порівняльна характеристика конкурентів (бенчмаркінг) за певними показниками, зокрема обсягами капіталізації, дозволяє зробити загальний висновок про те, що в 21 ст. ще далеко не розкритий прихований потенціал для покращення результатів макро- і мікроекономіки, зокрема, завдяки розробленню грамотних управлінських рішень з використанням цифрових технологій, раціональному розподілу критичних ресурсів у просторі і в часі, що особливо важливо у часи поглиблення системної кризи в світі і в Україні. Згідно зі звітом Data Science, зараз щоденний вихід даних перевищує 2,5 квінтильона байт. Використання робо-

консультантів і широкого пулу джерел даних важливо в умовах перерозподілу економічних і різних політичних функцій між державою і приватними корпораціями. Зміна функціоналу виробничих структур повинна відповідати світовим трендам розвитку промисловості, ринків праці, реальним ресурсним можливостям прискорення темпів інноваційного розвитку та підвищення доступності до технологічних інновацій.

Вихід із системної кризи не буде вірогідним у найближчу перспективу без розроблення системних заходів, які враховують, по-перше, практику розвитку бізнесу в минулому, допущені методологічні помилки та недоліки при стратегічному управлінні (незадовільний результат – це також досвід для зміцнення компетенцій), і, по-друге, розроблення превентивних заходів для своєчасної підготовки виробництва та маркетингово-логістичної діяльності товаровиробників і діяльності їхніх стратегічних партнерів, яка повинна бути орієнтована на жорсткі вимоги ринку, у т.ч. у часи форс-мажорних обставин, нові вектори організації відносин B2B, B2I, B2G і розвитку партнерської мережі в умовах глобалізації бізнесу. В 2020 р. Україна, попри поширення пандемії та пов'язану з нею світову кризу, проводила торгові операції з 234 країнами і юрисдикціями, що вимагає зміцнення компетенцій менеджменту у сфері маркетингу і правового регулювання взаємовідносин, особливо з іноземними партнерами. Через стереотипне ставлення українських управлінців до співпраці з конкурентами та відсутність навичок оцінювати потенційного партнера, виникають труднощі у побудові довгострокових стосунків із контрагентами, в організації стратегічного партнерства, яке передбачає також спільні інвестиції в реалізацію загальних проектів (у т.ч. екологічних) і проведення маркетингових заходів, розподіл ризиків між учасниками партнерських відносин на різних стадіях життєвого циклу організацій. Гнучке планування обсягів виробництва і експортно-імпортних операцій, зокрема в умовах пандемії, передбачає оцінку реальних виробничих можливостей для інноваційного розвитку, популяризації екологічного підходу, перепідготовки працівників. Так, компанія ТОВ «Нестле Україна в останні роки займає провідні позиції у міжнародних рейтингах, які оцінюють екологічні та соціальні аспекти компанії, пов'язані зі стандартами екологічної безпеки (FTSE4GOOD Index, Dow Jones Sustainability Indices, Climate Disclosure Leadership Index). Американський вчений М. Мескон акцентував особливу увагу на динамічності функцій підприємства, які стають вихідним пунктом для проектування структури зв'язків (технологічних і функціональних), для компонування стійких і гнучких структур, що уможливають

підвищення рівня стійкості до зовнішніх і внутрішніх загроз в умовах поширення практики нестандартної зайнятості в Україні і в світі. У сучасних науково-прикладних дослідженнях проблема стійкості організацій та ідентифікація умов для її забезпечення розглядаються в контексті формування економічної безпеки [1].

В умовах глобалізації бізнесу і прискореного розвитку ІКТ істотних змін потребують бізнес-моделі, де передбачені: динамічні цільові установки, можливості усунення обмежень ресурсного характеру на основі політики інсорсингу чи аутсорсингу, управління інноваційним потенціалом не лише у перспективі, але й у режимі реального часу, адже більш інтенсивними стали зміни у контрактній політиці (щорічні контракти між роботодавцями і майбутніми працівниками в Європі замінюються місячними). Як зазначено у проекті «Директиви ЄС та реформування законодавства України з БГП і трудових відносин», актуальною є проблема управління непередбачуваністю ринку, практика гнучкого управління бізнесом та виробничими факторами з метою забезпечення ефективного задоволення потреб і очікувань різних категорій споживачів в умовах, коли бізнес-структури не можуть очікувати ефективного виконання наперед визначених завдань.

Нові вимоги щодо менеджменту і працівників – це розуміння ними суті прогресивних виробничих і маркетингових процесів, цифрових технологій та їх зацікавленість для досягнення цілей та визначених пріоритетів організації. Відповідно, затребуваними стають моделі мотивації працівників щодо підвищення рівня їх компетенцій, а також процесні інновації – управління маркетингом, виробництвом, логістикою, персоналом. Високого якісного рівня потребують комунікаційні технології з різними стейкхолдерами, як потенційними учасниками інноваційної діяльності, а саме [2; 3]:

- трансформації знань як ресурсів – у стратегічно важливі активи «розумних» організацій та їх інвестиційних донорів;
- побудови економіки нової ери із посиленою взаємодією інноваційних процесів – «знизу-вверх» і навпаки, як фактора підвищення стійкості організації в умовах невизначеності і хаосу;
- генерування ідей та їх критичної оцінки залежно від умов майбутнього розвитку економіки і суспільства;
- інноваційних процесів – від ідеї – до їх комерціалізації у різних сферах життєдіяльності суспільства на етапі смарт-спеціалізації економіки регіонів та диверсифікації видів економічної діяльності організації.

Відмінність прогресивних компаній, завдяки застосуванню гнучких бізнес-моделей управління, полягає у їхній орієнтації на задоволення

інтересів зацікавлених осіб та формування, реалізацію і впровадження корпоративної культури, що виступає важливим фактором при завоюванні закордонних ринків. Так, у 2020р. частка закордонних продаж будівельних компаній світового рівня у загальному їхньому доході для ACS (Іспанія) складала 86 %, для SKANSKA (Швеція) – 78%, а для CSCEC (Китай) – лише 7%. Відповідно, зміцнення компетенцій менеджменту, вивчення іноземних мов і традицій цільових ринків, витрати на агрегування баз даних з різних ринків та отримання прав на захист об'єктів інтелектуальної власності в країнах з різними юрисдикціями, коригування моделей мотивації залежно від критичних ситуацій – все це вимагатиме більше коштів для компаній із широкою диверсифікацією ринків збуту. Подібні витрати повинні окупитися шляхом організаційно-управлінських і продуктових інновацій та вмілого керування життєвими циклами проектів та організацій на основі FinTech-технологій та ефективної співпраці B2I [4, с. 2474].

Для підвищення рівня інноваційності організації важливу роль має співпраця із стартапами. Так, у європейських стартапах створено близько 2 млн. робочих місць; 30-40% венчурного капіталу Європи спрямовується на розвиток стартапів як генераторів нових ідей з високим потенціалом капіталізації знань у майбутньому. Пріоритетними напрямками розвитку розумних організацій майбутнього виступають: стратегічні інвестиції у гнучкість, дослідження і розробки, у т.ч. в цифрові технології; створення високої корпоративної культури; операційна досконалість виробництва; створення ефективної екосистеми-партнера. Це означає, що інноваційність розвитку, як конкурентну перевагу розумних організацій, неможливо забезпечити без покращення якості управління підприємством і підвищення компетенцій топ-менеджерів: екзогенним зовнішнім силам необхідно надати ендогенний характер і спрямувати їх у позитивному напрямку.

Систематизацію та обробку великих масивів даних на різних етапах цифровізації економіки менеджмент повинен розглядати у контексті перетворення знань у продуктивну силу. Сюди відносяться: процеси трансформації технологій, інформації, різних виробничо-ринкових ситуацій у діяльності економічних агентів, пов'язаних між собою (у технологічному і функціональному аспектах), для яких характерні різні схеми інформаційної взаємодії і моделі участі у мережевій економіці чи в кластерних утвореннях. Це пояснюється тим, що в добу поширення цифрових технологій збагачується суб'єктно-об'єктний аналіз, нечіткими стають ієрархічні рівні управління, більш гнучкими повинні бути маркетингові і логістичні структури, що змінює: моделі таймменеджменту, саморозвитку, трансформації інтелектуального

капіталу індивідууму – у структурний інтелектуальний капітал організації; функціонал менеджменту у просторово-часовому вимірі, у т. ч. в умовах форс-мажорних обставин; зону відповідальності персоналу та співвласників акціонерного капіталу (за періодами планування і схвалення рішень, за місцями розподілу ресурсів між стратегічними одиницями бізнесу). Відповідно, розповсюдження нових інформаційних технологій, як інструменту конкурентної боротьби, з одної сторони, і як засобу покращення маркетингу відносин між потенційними конкурентами (со-конкуренція), з іншої сторони, збагачує диверсифікацію розвитку кожного агента і виступає якісною відмінністю сучасних трендів в управлінні розвитком підприємств, різних за масштабом, рівнем інноваційності і формою власності.

Список використаних джерел:

1. Директиви ЄС та реформування законодавства України з БГП і трудових відносин. URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_689356.pdf (дата звернення 29.03.2021)
2. Стартап-індустрія компаній і сучасні вимоги до побудови бізнес-моделей в умовах смарт-спеціалізації. Інноваційно-інформаційні процеси у маркетингу : колективна монографія / Т. Є. Удовиченко, К. О. Дорошкевич, О. Б. Мних, С. В. Кіндрат. Дніпро: Журфонд, 2019. С. 104-126.
3. Mnykh O. B., Brytskyi R. Innovations in the rail transport sector: international experience. *Innovation potential: state, cluster, enterprise*. Proceedings of the international scientific conference. Portugal, 2019. Pp. 6–9.
4. Mnykh Olga, Kostyuk Olha, Dalyk Volodymyr, Zaitseva Anna. Digitalization of economy and assessment of opportunities and implementation. *International Journal of Advanced Science and Technology*. 2020. Vol. 29, No. 8. Pp. 2470–2476.

Талалай Єлизавета,

наук. кер. – Круглянко Андрій,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

РОЗВИТОК ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

У сучасному світі одним з основних критеріїв, що вказують на високий рівень країни, є високотехнологічне виробництво. У розвитку провідних держав світу важливе місце посідає галузь високотехнологічних промисловостей, що впливають на цілий спектр інших виробництв, значно покращуючи їхні матеріали, устаткування, створюючи нові технології та можливості для виведення виробництва та в цілому країни на новий рівень.

Промисловість та інновації мають тісний зв'язок між собою, особливо переробна складова, тому що саме промисловість відіграє важливу роль у створенні й поширенні науково-технічного прогресу. В

сучасному світі політика економічно успішних країн зосереджена на процесі індустріалізації, а це означає, що без технологічного прогресу й інновацій процес індустріалізації неможливий, а без промислового виробництва, у свою чергу, неможливий розвиток.

На даному етапі для України процес розвитку високотехнологічного виробництва є важливим, тому що за роки незалежності країна втрачала статус як промислової та конкурентоспроможної, а все більше і більше концентрувалася на сировинній діяльності, що зробило державу неконкурентною за рівнем технологій виробництва. Відповідно до наукових досліджень Згуровського М. З. у праці «Форсайт Економіки України: 2015-2030 роки», вітчизняна економіка базується на 3-4 технологічних укладах (95 % від економіки в цілому займають аграрна, металургійна та хімічна галузі, нафтохімія, важке машинобудування, застаріла енергетика). За статистичними даними, обсяг експорту високотехнологічних промисловостей складає 5,5%, а у відношенні до ВВП країни лише 6% від загального обсягу надходжень. Експорт сировинної галузі не є таким прибутковим, яким міг би бути високотехнологічний експорт, що створює від'ємне сальдо торговельного балансу, низький ВВП та інші показники для покриття витрат та розвитку економіки країни [1].

Промисловість та інновації виробництва України залишаються значно низькими порівняно з країнами Європейського Союзу. Державна політика України скеровує незначну кількість коштів на підтримки підприємств, в тому числі на розвиток науково-дослідної та дослідно-конструкторської діяльності, відношення якого повинно бути 8-100% до доданої вартості, щоб виробництво вважалося високотехнологічним.

В Україні є великий потенціал для розвитку високотехнологічного виробництва, зокрема, у сферах літальних та космічних апаратів, виробництва зброї та боєприпасів, медичній та фармацевтичній, електричних та електронних приладів та устаткувань. Також є можливість розвивати значну кількість інших галузей завдяки великій кількості вчених, талановитих людей, дослідників, експертів, винахідників, які все більше і більше переїжджають до інших країн, через що вони не затребувані та не мають багато перспектив щодо роботи в Україні через державну політику.

Щоб створити сприятливі умови для експорту конкурентоспроможної високотехнологічної продукції Україні потрібно:

1. Сферу високотехнологічного виробництва зробити пріоритетним напрямком у розвитку країни.

2. Державну політику спрямовувати на підтримку підприємств (пільги, гранти і т.д.), збільшувати частку вкладень у розвиток НДДР.

3. Підвищення експортної орієнтації наукомісткої продукції і послуг.

4. Підтримувати у роботі та розвитку винаходів вчених, науковців, давати можливість та перспективи навчання студентів, підвищення їхньої кваліфікації.

5. Створити привабливі умови для інвесторів, запроваджувати заходи, що будуть сприяти розвитку інвестиційної діяльності.

6. Надавати консалтингові та інжинірингові послуги в області експорту й імпорту наукомісткої продукції українським науково-технічним організаціям і промисловим підприємствам.

7. Розширити державну підтримку патентування в країні та за кордоном вітчизняних технологій.

8. Оптимізувати імпорт високих технологій та наукоємної продукції, у тому числі для проведення розробок і виробництва аналогічних чи удосконалених порівняно з імпортованим, товарів і послуг.

9. Державний контроль і ліцензування експорту високих технологій.

10. Гармонізацію української системи сертифікації і стандартизації з європейськими нормами і правилами та забезпечення відповідності експортованої та імпортованої високотехнологічної продукції міжнародним стандартам.

11. Ліцензування імпортних високотехнологічних технологій та продукції для недопущення проникнення в Україну застарілих та екологічно деструктивних технологій.

Отже, розвиток високотехнологічного виробництва в Україні є стратегічною метою державної політики для того, щоб зайняти високе місце серед розвинених країн світу, значно збільшити експорт саме не сировинної, а переробної промисловості, створити привабливі інвестиційні умови та покращити економіку країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Згуровський М. З. «Форсайт Економіки України: 2015-2030 роки». Міжнародна рада з науки (ICSU); Комітет із системного аналізу при Президії НАН України; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»; Інститут прикладного системного аналізу НАН України і МОН України; Світовий центр даних з гео інформатики та сталого розвитку. Київ : НТУУ «КПІ», 2015.

2. Проєкт «Стратегії розвитку високотехнологічних галузей до 2025 року». Департамент розвитку інновацій та інтелектуальної власності. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=c3081991-45fb-47dfabc659822e854a99&title=ProektstrategiiRozvitkuVisokotekhnologichnikhGaluzeiDo2025-Roku>

3. Васильєв О. Проблеми розвитку високотехнологічних галузей економіки України в умовах глобальної конкуренції. *Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України*. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/25188/19Vasilev.pdf?sequence=1>

4. Форсайт економіки України: середньостроковий (2015-2020 роки) і довгостроковий (2020-2030 роки) часові горизонти. *Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку*. URL: <http://wdc.org.ua/uk/node/182605>

5. Федоненко М. Є. Перспективи розвитку високотехнологічної галузі в Україні. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. Дніпро, 2012. №5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1159>.

Шупарська Ангеліна,

наук. кер. – Урсакій Юлія,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

Важливим стратегічним завданням на етапі розвитку підприємства будь-якої галузі є досягнення належного рівня його економічної ефективності як основи його конкурентоспроможності на сучасному ринку. Дієвий вплив на результат здійснюють різноманітні зовнішні та внутрішні фактори, які залежать від виду діяльності підприємства та галузі, у якій воно її проваджує. В економічній ситуації на сьогоднішній день, яка склалася, багато підприємств часто спрямовують свої зусилля на скорочення витрат, не враховуючи ризику погіршення показників діяльності або зниження ефективності. Саме тому, на мою думку, необхідно застосувати структурний та комплексний підхід, націлений на скорочення витрат і підвищення ефективності, що дасть змогу суб'єктам господарювання мінімізувати такі ризики. Звертати увагу на ефективність діяльності підприємств [1].

Ефективність виробництва являє собою комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу. Термін «ефект» у перекладі з латинської означає «результат». Значить, категорія «ефективність» може інтерпретуватися як «результативність». «Ефект» має значення результату, наслідку зміни стану певного об'єкта, обумовленого дією зовнішнього або внутрішнього фактора. У визначенні показників ефективності вчені пішли різними шляхами. Представники одного з них вважають за потрібне дорожити необхідністю отримання єдиної оцінки і будувати систему показників ефективності. А кінцевий результат, на їхню думку, повинен зробити експерт, який аналізує цю систему показників, враховує певні неформальні обставини, власний досвід, можливо, інтуїтивні міркування, прогнози і на базі всього цього зробити висновок. Інші

вчені пропонують відразу обмежити безліч факторів впливу і визначати комплексний показник ефективності [2].

Як зазначав Пітер Друкер [3], існує смислова відмінність між ефективністю та результативністю: «результативність» (effectiveness) означає «робити правильні речі» (doing the right things), а «ефективність» (efficiency) – «робити речі правильно» (doing thing sright). Подібне розділення він виводить з різного написання і вимови однокоренових слів. Однак, у всіх словниках і «effectiveness» і «efficiency» переводяться як «ефективність», що свідчить, на наш погляд, про наявність двох різних форм ефективності. На нашу думку, методологія аналізу та оцінювання ефективності результатів діяльності підприємств в сучасних умовах посідає важливе місце в системі розвитку економічних процесів і формування нових концепцій сучасного управління у взаємозв'язку із розвитком теоретико-методологічного та практичного інструментарію менеджменту, цифрового маркетингу, інформаційної економіки, розвитку інформаційно-комунікаційних технологій і економічних трансформацій. Науковці Гречко А. В., Гречухін А. С., Ковальчук І. В. виділяють два підходи для оцінки ефективності виробничої діяльності підприємства – традиційний та багатофакторний підходи [4].

Сучасний етап розвитку економіки має характерні риси: постійний вплив кризових явищ, що призводить до високого рівня невизначеності та нестабільного розвитку економіки в цілому, безпосередньо вплинувши на кожного суб'єкта господарювання, особливо вразливої групи малого та середнього бізнесу. Основною умовою безперервного функціонування та збереження ринкового положення є формування та підтримка конкурентоспроможності підприємства, відповідно виникає потреба у постійному аналізі дій, спрямованих на підвищення та досягнення високої ефективності їхньої діяльності. На всіх рівнях управління підприємства питання ефективності господарювання займає ключове місце незалежно від форми власності.

Отже, система показників ефективності повинна:

- Відображати витрати всіх видів ресурсів, які застосовуються на підприємстві.
- Створювати передумови для виявлення резервів підвищення ефективності виробництва.
- Стимулювати використання всіх резервів, присутніх на підприємстві.
- Забезпечувати інформацією щодо ефективності виробництва всі комірки управлінської ієрархії.
- Виконувати критеріальну функцію.

Тобто для кожного з показників повинні бути визначені правила інтерпретації їх значень.

Список використаних джерел:

1. Економіка підприємства. Том II / За ред. проф. С. Ф. Покропивного. Київ: Видавництво «Хвиля-Прес», 2005. 310 с.
2. Пасека Д. В., Гринько Т. В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства. URL: http://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/tom4/48_Paseka.htm.
3. Гречко А. В., Гречухін А. С. Оцінка ефективності виробничої діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. №1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2016/44.pdf
4. Губар Т. В. Поняття ефективного управління підприємством. *Економіка України*. 2006. 236 с.

Зміївська Вікторія,

наук. кер. – Зміївська Ірина,
ВСП «Харківський торговельно-економічний
фаховий коледж» ДТЕУ,
м. Харків

ПРОГНОЗУВАННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ АВТОРЕГРЕСІЙНОЇ МОДЕЛІ

Математичне моделювання економічних процесів відіграє все більшу роль у прогнозуванні, плануванні та управлінні. Застосування математичного моделювання значно розширюється у зв'язку з ускладненням економічних процесів і систем управління економікою, а також необхідністю оперувати великими потоками даних, які характеризують ці процеси [1-3]. Лише точні кількісні оцінки економічного зростання, які ґрунтуються на математичному описі закономірностей явищ, що відбуваються, є гарантом соціально-економічного розвитку. Питання прогнозування з використанням методу авторегресії є надзвичайно актуальними для України.

У роботі розглядаються питання використання середовища MS Excel для побудови математичних моделей економічних процесів та їх використання в реальних ситуаціях.

Модель авторегресії – це модель, яка встановлює значення якоїсь координати процесу у даний момент часу на основі своїх попередніх значень. Кількість врахованих попередніх значень визначає порядок авторегресії.

Авторегресійні моделі широко використовуються для опису стаціонарних випадкових процесів. Характерною особливістю стаціонарних часових рядів є те, що їх імовірнісні властивості рядів не змінюються в часі. Інакше кажучи, функції розподілу стаціонарних динамічних рядів не змінюються при зсуві часу.

Загальний вид моделі авторегресії:

$$Y_i = a_0 + \sum a_i \times Y_{i-1} + \varepsilon_i,$$

де a_0 – постійний коефіцієнт, що описує ситуацію проходження факторів, що впливають, через початок координат, тобто показує, яким буде результат моделі у випадку, коли фактори, що впливають, дорівнюють нулю;

a_i – коефіцієнти, які описують ступінь залежності остаточного Y від факторів, що впливають, у даному випадку, від того, яким був Y у минулому періоді регресії;

Y_{i-1} – фактори, що впливають, які в даному випадку i є остаточним Y , але тим, яким він був раніше;

ε_i – випадкова компонента або, як ще її прийнято називати, погрішність моделі (фактично це різниця між обчислюваним значенням моделі за відомі періоди та між самими відомими значеннями, тобто $Y_{\text{модел}} - Y$).

AR I – авторегресія першого порядку ($Y_i = a_0 + a_1 \times Y_{i-1} + \varepsilon_i$). Як бачимо з формули, лінійна модель авторегресії першого порядку складається тільки з одного фактору, що впливає, а саме з Y_{i-1} , тобто аналізує найбільш тісну залежність тільки від того, яким був остаточний показник із кроком один період назад.

AR II – авторегресія другого порядку ($Y_i = a_0 + a_1 \times Y_{i-1} + a_2 \times Y_{i-2} + \varepsilon_i$). Модель авторегресії другого порядку відрізняється від першого тим, що вона включає в себе ще один фактор, що впливає, Y_{i-2} , тобто показує залежність від того, яким був Y не тільки один період назад, але й від того, яким він був два періоди назад. Іноді це дозволяє виявити більшу залежність та відповідно побудувати більш чіткий прогноз.

AR III – авторегресія третього порядку ($Y_i = a_0 + a_1 \times Y_{i-1} + a_2 \times Y_{i-2} + a_3 \times Y_{i-3} + \varepsilon_i$). Модель авторегресії третього порядку найбільш чітко описує залежність від того, яким був остаточний показник раніше, оскільки у значенні факторів впливу використовуються три відправні точки – яким Y був 1 період назад, 2 періоди назад і 3 періоди назад. Тобто, вона більш актуальна для аналізу тих сфер діяльності, де отриманий результат впливає на розмір довгострокових інвестицій, наприклад ВВП, дохід на промисловість, продажі крупних корпорацій й т.п. У той же час вимоги до розмаху досліджуваного динамічного ряду в тій моделі вище. Оскільки діапазон вихідних даних скорочується на три періоди, то для того, щоб не постраждала якість моделі, необхідно розширити досліджуваний період.

Як приклад, розглянемо табличну модель авторегресії першого порядку, другого порядку та третього порядку за допомогою інструменту «Регресія» надбудови «Пакет аналізу» в MS Excel на прикладі ряду динаміки валового внутрішнього продукту (ВВП) України з 2014 по 2021 роки.

Для розв'язання задачі засобами MS Excel було:

– підготовлено таблицю з рядом динаміки валового внутрішнього продукту (ВВП) України з 2014 по 2021 роки;

– виконано розрахунки із використанням інструменту «Регресія» надбудови MS Excel «Аналіз даних» та проведено дослідження моделі авторегресії першого, другого та третього порядку;

– побудовано графіки моделі авторегресії першого, другого та третього порядку, що наведено на рисунку 1.

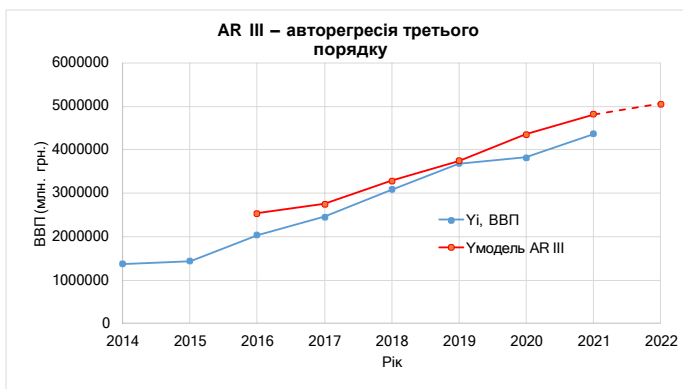


Рис. 1. Графік моделі авторегресії третього порядку

Авторегресійні моделі використовуються в прогнозах як макроекономічних показників (ВВП, інфляція та інші), так і для оцінки мікроекономічних показників: обсягу майбутніх продажів, чистих доходів, розміру грошових потоків тощо. Прогнози, зроблені за методом авторегресії, вважають одними з найбільш влучних статистичних прогнозів. Це зумовлюється тим, що моделі авторегресії винятково описують велику кількість різних економічних показників.

Отже, можна виділити такий плюс, як отримання високоякісної моделі з адекватним прогнозом при мінімумі витрат часу і вимог до вихідних даних. Але такий метод не обійдеться і без мінусів. Прогноз за вихідними даними можливий тільки на один період вперед. Якщо потрібно зробити прогноз на більш тривалий термін, то в якості факторів, що впливають, для розрахунку доведеться брати нереально існуючий Y , а той, який розрахований за моделлю, що в підсумку дасть прогноз на прогнозі, а значить адекватність такого прогнозу набагато менше. Крім того, зі збільшенням розрядності авторегресії виникає необхідність розширювати діапазон вихідних даних.

Список використаних джерел:

1. Економетрика : навчальний посібник для студентів напряму підготовки «Економічна кібернетика» усіх форм навчання / Л. С. Гур'янова, Т. С. Клебанова, О. А. Сергієнко та ін. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 384 с.
2. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування : навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2001. 170 с.
3. Кузьмичов А. І., Медведєв М. Г. Економетрія. Моделювання засобами MS Excel : навч. посіб. Київ : Вид-во «Ліра-К», 2011. 214 с.

Келару Владислав,

наук. кер. – Дрінь Ірина,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

АНАЛІЗ НЕЛІНІЙНИХ МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ ПОВЕДІНКИ ДВОХ КОНКУРЕНТНИХ ФІРМ

Особливим пізнавальним методом науки є моделювання, коли дослідник замість досліджуваного об'єкта пізнання обирає чи створює подібний допоміжний об'єкт – модель, досліджує його, а отримані результати переносить на об'єкт оригінал. Процес моделювання має творчий характер і для аналізу й синтезу систем управління в економіці залежно від мети дослідження використовують різні економіко-математичні методи та моделі [1]. Реальні економічні процеси і системи не піддаються прямому експерименту, трудно піддаються дослідженню звичайними теоретичними методами, адже ціна помилок велика, тому математичне моделювання є неминучою складовою сучасної економічної науки і науково-технічного процесу загалом [2-3]. Найпершим об'єктом математичного моделювання була, як видно, популяція. У 1202 році Леонардо Пізанський (Фібоначчі), виходячи з кількості кроликів (два), підрахував їх кількість через наступні послідовні покоління: 2,4,6,10,...і так народилися так звані числа Фабоначчі, що вираховуються за рекурентною формулою

$$x_{n+1} = x_n + x_{n-1}, x_0 = 0, x_1 = 1.$$

Говорячи про застосування математики в економіці, слід зауважити, що сьогодні економіст, який не володіє методологією побудови економіко-математичних моделей, не може описати економічний процес і дослідити напрямки його розвитку, не може вважати себе фахівцем у даній галузі. Також слід зауважити, що ще в 1494 році італійський чернець і математик Лука Пачолі (Fra Luka Bartolomeo de Picioli) заснував принцип сучасного бухгалтерського обліку (подвійний запис, дебет, кредит, баланс, тощо) [4-5]. Франсуа Кене, французький економіст, відомий своєю працею «Економічна таблиця» (1758 р. [6]) запровадив термін «економічний аналіз». Значно ґрунтовніше застосування математичних методів в економіці почалось з роботи французького вченого Антуана Курно [7], який вперше використав кількісні методи для аналізу конкуренції між товарами у різних ринкових ситуаціях, побудував динамічну модель дуополії. До кінця ХІХ століття вже складається самостійний математичний напрямок

дослідження в економіці, українським представником якого є математик, статистик та економіст Є. Слуцький (1880-1948). Його праця «До теорії збалансованого бюджету споживання» була вперше опублікована у 1915 році, і саме її вважають базовою в теорії споживання.

У ХХ столітті виникає теорія виробничих функцій американських вчених - математика Ч. Кобба та економіста П. Дугласа, які у 1928 році опублікували свою статтю «Теорія виробництва». Автори вперше емпіричним шляхом визначили вплив капіталу та трудових ресурсів на обсяг виробленої продукції. У моделях Вальраса та Еванса описана ринкова економіка. До моделей соціальних та глобальних процесів відноситься модель гонки озброєнь [8]. У праці [9] розроблено динамічну лінійну математичну модель призначену для дослідження динаміки економічного процесу з регулюванням обсягів виробництва у різні моменти часу (нелокальні умови регулювання). У праці [10] досліджено математичне моделювання деяких лінійних систем та процесів. Цікаві дослідження проведені у праці [11]. Тут введення в лінійну модель нелінійних факторів, які тлумачаться як ступінь недовіри конкуруючих між собою фірм, глибше описують їх рівень недовіри і вперше враховують обсяг виробництва у різні моменти часу (такі моделі є задачами з відхиленням аргумента).

Побудована і досліджена модель економічної поведінки двох конкуруючих фірм, коли швидкість приросту і зміна обсягів виробництва у довільні моменти часу залежать від природних факторів, зв'язаних з обсягом виробленої продукції кожною стороною, пропорційною зміні обсягу виробництва, зв'язаних із заміною виробничого обладнання і ступенем недовіри конкуруючих між собою фірм. При формалізації моделі глибше описується рівень недовіри конкурентів і нелінійно залежить від часу спостереження та обсягів виробництва у попередні моменти часу, адже останні суттєво впливають на виробничу діяльність фірми (раніше такі задачі не досліджувалися). Моделі можуть бути використані у режимі комп'ютерної імітації для експериментальних досліджень реальних процесів економічної взаємодії. Такі дослідження дають можливість виявити закономірності та особливості економічної динаміки фірми відтвореної створеними моделями, а користуючись обчислювальною машиною можна розрахувати її поведінку. Модель дає насамперед розуміння процесу, напрям його розв'язку, стабільність тощо.

Список використаних джерел:

1. Вітлінський В. В. Моделювання економіки : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2009. 408 с.
2. Сидорчук Н. Г. Математичне моделювання як основа побудови системи професійно-

педагогічної підготовки студентів університетів у контексті євроінтеграційних процесів. *Вісник Житомирського державного університету*. 2010. Вип. 49. С. 41-46.

3. Ляшенко І. М. Основи математичного моделювання економічних, екологічних та соціальних процесів : навч. посібник / І. М. Ляшенко, М. В. Коробова, А. М. Столяр. Тернопіль : Навчальна книга. Богдан, 2006. 304 с.

4. Лука Пачоли. О божественной пропорции. Репринт изд. 1508. С приложением перевода А.И. Щетникова. М.: Фонд «Русский авангард», 2007.

5. Лука Пачоли. Трактат о счетах и записях. М.: Финансы и статистика, 2001. 368 с.

6. Кене Ф. Избранные экономические сочинения. Директ медиа, 2007.

7. Баранкевич М. М., Антонів В. А. Вступ до математичної економіки. Фундаментальні моделі. Дрогобич : Коло, 2009. 348 с.

8. Маценко В. Г. Математичне моделювання : навч. посібник. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2014. 519 с.

9. Дрінь І. І., Дрінь С. С. Математичні моделі глобального економічного процесу з нелокальними умовами. *Вісник ЧТЕІ. Економічні науки*. 2018. Випуск I-II (69-70). С. 152-158.

10. Дрінь І. І., Дрінь С. С. Про математичне моделювання лінійних систем та процесів. *Вісник ЧТЕІ. Економічні науки*. 2020. Випуск I (77). С. 125-136.

11. Дрінь І. І., Дрінь С. С., Дрінь Б. М. Нелінійна модель поведінки двох конкурентних фірм. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. Чернівці, 2021. Випуск 1(81). С. 115-128.

Фіцич Богдан,

наук. кер. – Дрінь Ірина,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЯК МЕТОД НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Моделювання – це універсальний метод наукового пізнання, що базується на побудові, дослідженні та використанні моделей об'єктів і явищ. Спеціалісти різних галузей повинні пізнавати оточуючу реальність за допомогою математичного моделювання. В останні роки, внаслідок широкого впровадження обчислювальної техніки й відповідного програмного забезпечення, а особливо персональних комп'ютерів, методи математичного моделювання набули нового розвитку і стали широко використовуватися у повсякденній практиці. Вони дали можливість формалізувати ті сфери знання, де прямий експеримент, що дозволяє зібрати повну інформацію про об'єкт, практично неможливий. Зокрема, економіко-математичне моделювання є одним із сучасних підходів для аналізу розвитку народного господарства, його галузей, підприємств.

Вивчення наведених моделей, які приводять до лінійних диференціальних рівнянь, варто розглядати як початкові кроки в математичному моделюванні [4-6].

Сучасна економічна наука містить багато праць зарубіжних і вітчизняних учених присвячених проблемам моделювання економіки та її сталого розвитку. Математичне моделювання економіки, галузь наукового пошуку, що передбачає опис економічних явищ і процесів за допомогою математичних моделей, їх розвитку, аналіз та адаптацію до реалізації засобами сучасних спеціалізованих прикладних програм. Математичні моделі екологічних та біологічних процесів описуються складними диференціальними рівняннями, що містять багато параметрів, які можуть змінюватися у певних межах [2]. Для дослідження часто використовується метод декомпозиції – розклад вихідної задачі на ряд окремих задач. Використовується також метод агрегування – заміна групи змінних, які описують стан системи, яка називається агрегатом.

Найпершим об'єктом математичного моделювання в біології та екології була популяція. У 1202 у праці «Книга абака» Леонардо Пізанський (Фібоначчі) досліджує розвиток ідеалізованої популяції кроликів (яких на початку була пара новонароджених – самець та самка і які не помирають), кількість яких F_n на кінець n -го місяця виражається співвідношенням $F_n = F_{n-2} + F_{n-1}, n > 2$ при відомих $F_n, n=1,2$. Числа F_n Едуардом Люкою були названі числами Фібоначчі [3].

Тепер математична екологія та біологія мають великий арсенал для досліджень часових закономірностей та циклічностей у системах [1].

Сьогодні екологи, економісти, фінансисти, менеджери мають у своєму розпорядженні два інструменти: обчислювальна машина та математика. Користуючись обчислювальною машиною, той хто знає закони природи, що лежать в основі цього процесу чи явища, може розраховувати їх поведінку. Але навіть проста математика може дати споживачу більше, ніж числові результати розрахунків на персональному комп'ютері. Це насамперед – розуміння процесу, напрям його розвитку, стабільність процесу, тощо.

Список використаних джерел:

1. Самойленко А. М., Борисенко С. Д., Матарazzo Дж. Диференціальні моделі. Стійкість : навчальний посібник. Київ : Вища школа, 2000. 329 с.
2. Дріль І. І., Івасишен С. Д., Лавренчук В. П., Настасієв П. П. Диференціальні рівняння: методи та застосування : навчальний посібник. Чернівці : Рута, 2010. 288 с.
3. Ляшенко І. М., Мукоєд А. П. Моделювання біологічних та екологічних процесів : навч. посібник. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2000. 340 с.
4. Дріль І. І., Дріль С. С. Математичні моделі глобального економічного процесу з нелокальними умовами. Вісник ЧТЕІ», «Економічні науки», 2018, випуск I-II (69-70), с. 152-158.
5. Дріль І. І., Дріль С. С. Про математичне моделювання лінійних систем та процесів. Вісник ЧТЕІ. Економічні науки. 2020. Випуск I (77). С. 125-136.
6. Дріль І. І., Дріль С. С., Дріль Б. М. Нелінійна модель поведінки двох конкурентних фірм. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Випуск №1 (81). «Економічні науки». Чернівці, 2021. С.115-128.

Александрюк Марина,
наук. кер. – Урсакій Юлія,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СУТНІСТЬ ТА ВИДИ РЕКЛАМИ

Сьогодні реклама оточує нас практично всюди, навіть в самих незвичайних місцях. Дуже важко представити велику, середню і навіть дрібну фірму, яка здійснює свою діяльність без використання рекламних технологій – навряд чи така фірма здатна довго утриматися на ринку. Рекламні бюджети компаній зростають рік від року, як і об'єм рекламного ринку загалом.

Реклама – це той маркетинговий інструментарій, з яким людина зустрічається частіше за все і в найбільш явному вигляді. Можливо саме тому терміни «реклама» і «маркетинг» багатьма людьми сприймаються як синоніми. Однак це далеко не так.

Отже, можна виділити декілька основних видів реклами:

- телевізійна реклама,
- радіореклама,
- реклама в газетах,
- інтернет-реклама.

Ці види реклами займають найбільшу частку в рекламних бюджетах багатьох компаній, хоч для більшості з них останнім часом ефективність розміщення знижується, оскільки споживач вже звик до подібних способів реклами.

Тож розберемось детальніше. *Телевізійна реклама* – мабуть, саме відоме і популярне місце розміщення рекламного повідомлення. Більш того коли мова заходить про рекламу, багато які згадують саме телевізійні ролики.

Радіореклама. Частіше за все радіо слухають або в машині, або на дачі, або в поїзді, коли необхідно скоротати час. Але є у радіореклами і свої недоліки, вона не така масова, як телевізійна.

Реклама в газетах. Існує цілий ряд спеціалізованих газет, які розміщують оголошення лише певної тематики. Існують газети, що видаються лише в певній місцевості. При цьому в невеликих місцевостях (один район міста, селище) звичайно є своя газета, але немає свого радіо і тим більше телебачення, що робить газетну рекламу більш привабливою для місцевих бізнесменів.

Інтернет-реклама – це відносно новий, але дуже перспективний вигляд реклами, якій зростає стрімкими темпами. Інтернет представляє

найбільш високу серед всіх видів реклами можливість таргетування аудиторії. Рекламу можна розміщувати на тематичному сайті, за запитом [4].

Маркетингові технології — це методи просування товару (послуги) на ринок. Крім того, це способи збільшення продажів. Маркетинг не обмежується лише рекламою і стимулюванням збуту. До нього відноситься все, що стосується продукту: якість, ергономічність, властивості, дизайн. Це ціна, вибір точок для реалізації, акції, програми лояльності.

Також є декілька видів маркетингових технологій. Перши це мережевий маркетинг. Він полягає у створенні ланцюжка продажів. Незалежні агенти фірми реалізують її продукцію.

Мерчандайзинг. Застосування маркетингової технології полягає в правильному розміщенні товару. Далі це колл-центр. Компанія розміщує номер свого колл-центру на упаковці товару або в телевізійній рекламі. Останнє, вірусний маркетинг. Полягає в тому, що люди самі діляться інформацією про продукт один з одним. [2]

Отже, тут вдалось показати місце реклами в системі маркетингової стратегії компанії. Реклама – це лише частина маркетингу, одна з різновидів просування. Крім того, вдалося розглянути основні цілі реклами, її функції, а також розглянути класифікацію її видів по економічному значенню. Були проаналізовані особливості сприйняття споживачем реклами, на яких вдалося подивитися з психологічної точки зору. Зокрема, вдалося розглянути переваги різних носіїв рекламної інформації - телебачення, радіо, газет, Інтернету. Не можна сказати, якої з цих видів реклами конкретно краще або гірше, а можна лише підібрати такий вигляд реклами, який відповідає вимогам конкретної компанії. Так і з маркетинговими технологіями, розглянули види та характеристику кожного з них.

Список використаних джерел:

1. Лилик І. В., Кудирко О. В. Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні вправи. Київ, 2010. URL: <https://what.com.ua/sychasni-marketingovi-tehnolog/>
2. Визначення маркетингу. *AMA*, 2017. URL: http://4ua.co.ua/marketing/xb2ad68b4c43a88421316c36_1.html
3. Ковальчук С. В., Петрицька О. С. Роль маркетингових досліджень у забезпеченні ефективної роботи підприємств легкої промисловості. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. № 1.
4. Дриль О. І. Маркетингові дослідження ринку. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Логістика*. 2008. № 633.

Басюк Анастасія,
наук. кер. — Гут Любов,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ МАРКЕТИНГУ ТА РЕКЛАМИ У ГАЛУЗІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Сучасні інформаційні технології мають величезний вплив на розвиток маркетингу у сфері готельно-ресторанного господарства. З появою соціальних медіа методи та способи ведення бізнесу видозмінюються, адже з'явилася можливість комунікувати з клієнтами індивідуально (персонально). Застосування інформаційних технологій дозволяє підприємствам ресторанного господарства ефективніше просувати свої послуги та триматися на лідерських позиціях на глобальному ринку, швидко реагувати на запити клієнтів, збільшувати та вивчати свою аудиторію, а також втілювати нові ідеї, креативити. Саме креативність зараз стоїть чи не найпершому місці. Без унікальності та креативу реклама у 2022 році, коли існує шалена конкуренція, не зможе бути ефективною.

Нонка Руслан вважає, що «цифрові технології перестають бути просто засобом передавання інформації, як це було за часів, коли вони були переважно обмежені екранами комп'ютерів і мобільних телефонів. Креативні технології можуть змінити саму парадигму «бренд-споживач». Вони перетворюють «бренд» на «досвід/враження», а «споживача» на «людину, що переживає цей досвід» [1]. Креативні технології поєднали творчі методи із маркетингом, новітніми технологіями та психологією.

У сучасних умовах господарювання підприємства застосовують цифрові технології, подані нижче. Найперше, це SMM (social media marketing). Як пишуть О. С. Камушков та В. А. Язіна, більш ніж 80% потенційних споживачів готельно-ресторанних послуг надають перевагу пошуку інформації в Інтернеті [2]. У 2022 р. запорукою успішного бізнесу є просування товарів і послуг через соціальні мережі, групи, блоги, щоденники та форуми тощо. Це дозволяє підвищити впізнаваність бренду, привабити відвідувачів закладів ресторанного господарства, бути на зв'язку з існуючими і потенційними клієнтами [3].

Однак не лише соціальні мережі є інструментом просування, адже сайти також намагаються залучати користувачів. Почали з'являтися також додатки, які значно спрощують роботу підприємств та підвищили рівень зручності для клієнтів. Наприклад, користувачам тепер не обов'язково шукати сайт певного закладу ресторанного господарства

(ресторану, закладу швидкого харчування, піцерії тощо), згадуючи адресу сайту чи номер телефону, за яким можна замовити бажаний продукт чи забронювати столик. Наразі компанії здебільшого мають застосунки для мобільних телефонів, на яких можна не лише замовляти, а й переглядати асортимент, який зручно поділений на категорії (наприклад, піца, суші, коктейлі, алкогольні напої), переглядаючи фото, відгуки та фактично отримати всю основну інформацію, яка потрібна клієнту.

Завдяки різноплановості сайтів та соціальних мереж підприємствам легше вивчати свою цільову аудиторію: її вік, стать, регіон та вподобання у контенті та продуктах, які може запропонувати компанія. Наприклад, статистика сайту певного ресторану покаже, яку позицію у меню найчастіше замовляють чи яку статтю читають відвідувачі. По вподобаних дописах, реакціях та поширеннях у соцмережах можна дізнатися, який контент чи форма викладу візуального матеріалу (фото, відео, анімовані зображення, інтерактиви) впливають на ефективну та довготривалу комунікацію «ресторан-відвідувач/потенційний клієнт».

Основними перевагами SMM є: простота, повнота викладу матеріалу про послуги, гарний візуал. Однак з часом клієнти прагнуть чогось нового, деякі інструменти з просування вже не дають потужного результату. Основними трендами SMM у 2022 році є: мінімалізм, градієнт, 3D-елементи, ретростиль, абсурдні ілюстрації, короткі відео, інтерактив (наприклад, незвичайні розіграші для ефективнішої комунікації та впізнаваності) [4]. Останні викликають особливе зацікавлення, адже юзери прагнуть бути активними, тому опитування, вікторини та Giveaway наразі стали досить популярними. Сторінки отримують активну аудиторію, а підписники мають можливість отримати подарунок. Так, кафе «Ярослава» практикує незвичний розіграш у соціальній мережі Інстаграм: на своїй сторінці проводила розіграш одного пиріжка зі свого легендарного меню [4].

Реклама у ЗМІ, а саме на телебаченні, досі займає високі позиції, однак з появою інтернету аудиторія користувачів телебачення змінилася. З'явилися онлайн-медіа. Так, онлайн-медіа «Шпальта» висвітлює історії релокації бізнесу переселенцями, які відкрили заклади у Чернівцях. Використовують і відео [5] для користувачів у різних соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, YouTube, а також великі текстові матеріали на сайті [6]. Це всеохоплююча реклама на різних ресурсах, яка не зникає, а залишається там назавжди.

Сьогодні реклама діяльності закладів ресторанного господарства здійснюється й за допомогою соціальних мереж самого закладу. Там постійні та потенційні клієнти дізнаються новинки у меню, фото, а відео

викликають емоцію «хочу це з'їсти». Акаунт може ознайомити з особливостями приготування страв, віртуально «познайомити» з власниками та, можливо, іншими працівниками закладів ресторанного господарства (шеф-кухарем, сомельє, сушистом, мангальщиком і т.д.). Зараз також популярними є відеоблоги чи прямі трансляції, що викликають у глядачів ефект присутності. І як результат, це формує довірливе ставлення відвідувачів до закладів ресторанного господарства. Крім того, цей комплекс взаємодій може підвищити продуктивність та вмотивованість персоналу.

Ще одним з інструментів сучасних інформаційних технологій є застосування чат-ботів, тобто програми, яка виконує функції співрозмовника, яка передбачає відповіді на найпопулярніші запитання, пропонує підібрати товари чи послугу за запитом. При цьому слід зазначити, що він не замінює оператора підтримки цілком, але може виконати більшість його завдань. Вивчення зарубіжного досвіду свідчить про те, що майже 40% користувачів у світі надають перевагу чат-боту, аніж спілкуванню з реальною людиною [7].

Ще однією із форм реклами є банерна реклама. Це графічна або анімаційна картинка, яка публікується на різноманітних сайтах певної тематики. Яскраві кольори та динамічність привертають увагу відвідувачів сайтів [2].

Також існує нативна реклама – це корисна та цікава інформація, спрямована на конкретну аудиторію. Вона не просуває продукт безпосередньо, не порушує досвід користувача і доставляється ненав'язливо, щоб не заважати поведінці користувача в конкретному каналі [8]. Так, у художніх фільмах чи шоу герой просто п'є якийсь напій, на якому є логотип, етикетка абощо.

Варто зазначити, що віртуальні технології зацікавлюють новими формами і щороку стають щораз креативнішими: перегляд стрічок з ілюзією об'ємного зображення, масштабні цифрові проєкції зображень та відео на найвідоміші будівлі світу [9] та віртуальні екскурсії. Сьогодні люди зможуть «побувати» у всесвітньовідомих музеях, зокрема українських, не виходячи з дому [10]. Також зацікавлені мають можливість у формі віртуального туру ознайомитися з українськими ресторанами, кафе чи барами, готелями тощо. Для цього існує спеціалізований сайт City 360 [11].

Отже, впровадження нових інформаційних технологій сприяє розвитку маркетингу та рекламній діяльності закладу ресторанного господарства та його урізноманітненню шляхом зміни бажань цільової аудиторії та появи нових способів зацікавлення. Мобільний маркетинг, соціальні мережі, SMM, онлайн-медіа, віртуальні тури дозволяють

користувачам легко й ефективно вибирати товар чи послугу, не докладаючи величезних зусиль та не витрачаючи багато часу, використовуючи лише мобільний телефон та доступ до Інтернету. Таким чином, це допомагає підприємствам розвиватися, збільшити кількість замовлень, підвищити продуктивність праці персоналу, конкурентоспроможність, а також покращити систему обслуговування у закладі ресторанного господарства.

Список використаних джерел:

1. Нонка Р. Чому ми так часто чуємо про креативні технології і що це насправді? URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/kreativni-tehnologiji-ce-modno-ale-shcho-ce-naspravdi-i-chi-ye-voniv-ukrajini-50213333.html>.
2. Камушков О. С., Язіна В. А. Застосування інтернет-маркетингу рекламної діяльності на підприємствах готельно-ресторанного господарства. URL: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4iUuHLvo69QJ:www.dgma.donetsk.ua/science_public/ddma/Herald_1\(34\)_2015/article/39.pdf&cd=3&hl=uk&ct=clnk&gl=ua&client=opera](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4iUuHLvo69QJ:www.dgma.donetsk.ua/science_public/ddma/Herald_1(34)_2015/article/39.pdf&cd=3&hl=uk&ct=clnk&gl=ua&client=opera)
3. Що таке SMM? (Маркетинг в соціальних мережах) URL: <https://igroup.com.ua/seo-articles/smm/>.
4. Тренди SMM-2022. Що потрібно знати дизайнерам? URL: <https://telegraf.design/trendy-smm-2022-shho-potribno-znaty-dyzajneru/>.
5. Каша маслом. URL: https://www.facebook.com/shpalta.media/videos/748702906433988/?extid=CL-UNK-UNK-UNK-IO5_GK0T-GK1C&ref=sharing
6. Ватаман Д. Переїхали і ресторан, і працівники: як харків'яни через війну відкрили свій бізнес на Буковині. URL: <https://shpalta.media/2022/08/19/pereixali-i-restoran-i-pracivniki-yak-xarkivnyani-cherez-vijnu-vidkrili-svij-biznes-na-bukovini/>.
7. Chatbot market in 2022: Stats, trends, and companies in the growing AI chatbot. URL: <https://insights/chatbot-market-stats-trends/#:~:text=Chatbot%20Market%20Stats%3A%20Size%20%26%20Growth&text=By%202024%2C%20Insider%20Intelligence%20predicts,finance%2C%20to%20health%20and%20wellness.>
8. Що таке нативна реклама. URL: <https://smartik.kiev.ua/shcho-take-natyvna-reklama/>
9. Sydney Opera House – Facade projection. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eCeK8NBddIQ>.
10. Печерна А. 50+ віртуальних екскурсій музеями світу і України. URL: <https://osvitnova.com.ua/posts/3833-150-virtualnykh-ekskursii-muzeiamy-svitu-i-ukrainy>.
11. 360 Cities: Stock 360°. URL: <https://www.360cities.net>

Дробот Катерина,

наук. кер. – Зеленюк Оксана,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

ЛАТЕРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК КРЕАТИВНИЙ ПІДХІД ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах воєнного стану латеральний маркетинг виступає нестандартним та креативним підходом до ведення діяльності підприємствами. Основне його завдання полягає у відкритті нової

комерційної формули, пошуку нових можливостей, використовуючи нестандартні підходи, незвичайні способи продажів [1].

Цілі, що переслідують підприємства при застосуванні латерального маркетингу, переважно складаються у виявленні нових потреб, які може задовольняти товар, якщо його модифікувати. Також підприємства прагнуть до розширення існуючих сегментів ринку за рахунок зміни характеристик і головних атрибутів товарів. Зусилля маркетологів мають зосереджуватись у виявленні додаткових потреб у вже існуючих споживачів підприємства. Дуже важливо проводити аналіз і виявляти додаткові можливості та резерви використання товару при його модифікації. При цьому має відбуватися генерування ідей для модифікації товарів безпосередньо на основі товару, який добре знайомий та використовується споживачами. Також практикується проведення аналіз товарів-субститутів для атаки на існуючий товар [2].

Процес використання латерального маркетингу для більшості товарів та послуг є доволі простим і зрозумілим, головне у ньому - це підтримання нестандартного, творчого підходу та фокусування на певному рівні товару. Відбуватися він може за такими основних напрямками: на рівні товару, де відбувається зміна основних характеристик товару, цілей його використання. При цьому сам товар залишається незмінним, але з'являються нові його види, час і місце використання. Наприклад, цифрова фотокамера, смарт-годинник, GPS-навігатор.

У свою чергу, на рівні ринку сам товар також не змінюється, а відбувається виявлення потреби, яка до цього часу не була розглянута. Наприклад, створення захоплюючих фото в аквапарку, які можна одразу роздрукувати.

На рівні комплексу маркетингу (маркетинг мікс) відбувається зміна презентації товару чи послуги. Це дає миттєві результати. Створюються нові умови, ціни та збут [3].

Найпопулярнішим прикладом латерального маркетингу є «Kinder SURPRISE» компанії «Ferrero». Запровадження його принесло компанії досить великі прибутки. Як латеральний продукт він поєднує в собі два компоненти – шоколад та іграшку, має високу пізнаваність на ринку та є добре відомим споживачеві.

Також вдалим прикладами латерального маркетингу є: процес читання лекцій в одному із американських коледжів щодо отримання диплому MBA. В поїзді, добираючись на роботу чи повертаючись з роботи додому, вранці пасажери прослуховують протягом півтори години курс маркетингу, а ввечері на зворотному шляху – фінанси і кредит. Злакові батончики, які стали новим видом сухих сніданків та які

зручно брати із собою побили рекорди продажів у порівнянні з іншими видами. Компанія, яка вперше освоїла їх виробництво, зуміла максимально відсторонитися від конкурентів. Виробництво підгузок-трусіків для дітей старше 3-ох років дозволило сформувати нову ринкову нішу. Ляльки Барбі стали першими ляльками не в образі дитини, відкривши величезний ляльковий ринок, який досі розвивається [4].

Прикладами використання латерального маркетингу є сучасні інтернет-кафе, де можна не тільки смакувати запашну каву, але й проводити різноманітні зустрічі, у тому числі і ділові, оскільки у них створена можливість підключення до Інтернету та Wi-fi.

Звичними та зручними стали маркети на автозаправках. Вони корисні автомобілістам, які зазвичай, управляючи авто, згадують про необхідність покупки певного товару.

У розважальному закладі прикладом латерального маркетингу є поєднання нічного клубу та караоке-бару або нічного клубу та ресторану.

Таким чином, підприємства, використовуючи латеральний маркетинг у своїй діяльності завжди попереду конкурентів. Це дозволяє освоювати нові види та технології бізнесу, створювати та успішно просувати на ринок нові товари та послуги задля стабільного розвитку підприємств.

Проте використання латерального маркетингу в діяльності підприємств має і свої слабкі сторони та загрози. Впроваджуючи цей вид маркетингу слід враховувати різноманітні ризики, які можуть виникнути у підприємства. Підприємствам для уникнення чи зменшення міри їх впливу на діяльність необхідно постійно аналізувати ринкову ситуацію та свої можливості. Водночас латеральний маркетинг передбачає креативність ідей працівників, уміння поєднувати непоєднане, економічну доцільність інноваційного продукту та готовність споживачів сприйняти та придбати товари підприємства.

Список використаних джерел:

1. Латеральний маркетинг як інноваційний вид маркетингу. Підручники для студентів онлайн. URL: https://stud.com.ua/78092/marketing/lateralnij_marketing_innovatsiyniy_marketingu (дата звернення: 15.09.2022).
2. Латеральний маркетинг. *Moyaosvita*. URL: <https://moyaosvita.com.ua/marketing/lateralnij-marketing/> (дата звернення: 21.10.2022).
3. Латеральний маркетинг і принцип його дії. *Fractus*. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/lateralnij-marketing-i-princip-jogo-dii/> (дата звернення: 06.01.2022).
4. Новітні види маркетингу. *Студопедія. Ваша школопедія*. URL: https://studopedia.com.ua/1_269501_novi-tendentsii-v-suspilstvi-i-svitoviy-ekonomitsi.html (дата звернення: 10.05.2022).

Мельник Олег,
наук. кер. – Зеленюк Оксана,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВІРУСНОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні досить часто науковці та практики зосереджують увагу на вірусному маркетингу. Проте раніше вірусний маркетинг вважався раптовою дією. Використовуючи його, ніхто навіть не усвідомлював, яким потужним інструментом володіє. Але ті, хто намагалися навчитися застосовувати вірусний маркетинг у своїй діяльності, глибоко вивчали його суть, зрозуміли головну особливість вірусного маркетингу, яка полягає у непередбачуваності.

В економічній літературі переважно вірусний маркетинг трактується як спосіб впливу на цільову аудиторію, коли аудиторія сама, свідомо чи несвідомо, просуває бренд, товар або послугу [1].

Також його розглядають як один з тих випадків, коли все геніальне виникає випадково і неусвідомлено. Хтось зробив так, а отримав зовсім не те, що очікував спочатку. І отримав краще, ніж хотів зробити! [2].

На нашу думку, цінність вірусного маркетингу полягає в тому, що з його допомогою можна швидко поширити необхідну інформацію за принципом комп'ютерного вірусу. Він також є відмінним засобом для чуток, надаючи їм необхідний масштаб та енергію і, як результат, породжує технологію «сарафанне радіо». Аудиторія сама поширює рекламу між собою, збільшуючи канали збуту і розповсюдження. Друзі пересилають один одному згадки, діляться враженнями за умови, що вони будуть цікаві для них, відтак вірусний маркетинг стає ефективним.

Успішна маркетингова компанія з використанням вірусного маркетингу може поєднувати як правильні дії підприємства, так і саму удачу, яка дозволяє з цікавістю залучити аудиторію, а також бути відкинутою нею.

Основою вірусного маркетингу є комунікативність, креативність, легкість і цікавість.

Широкого поширення нині набув вірусний маркетинг у рекламі. Споживачі вже менше уваги приділяють рекламі. Біл-борди, оголошення в газеті, вікна на сайті та інші засоби, що використовуються підприємствами тепер малоефективні. Підприємці використовують такі способи ефективного залучення користувачів, а саме надати їм те, що вони шукають або ж рекламувати так, щоб вони про це не дізналися. За

допомогою другого способу і працює вірусна реклама, яка є прихованою. Суттєвий недолік вірусної реклами в тому, що вона може спрацювати коли завгодно: як у перші хвилини подачі, так і через декілька років. При першому випадку це відмінний варіант, при другому підприємству потрібно постійно докладати певних зусиль, застосовуючи інші маркетингові здібності.

Останнім часом посилюється популярність вірусного Інтернет-маркетингу. Насамперед це пояснюється доволі швидко зростаючою популярністю соціальних мереж та блогів, зокрема, YouTube, Facebook, Instagram, ТікТок. У таких мережах інформація поглинається користувачами набагато більше й швидше, ніж під час користування електронною поштою, оскільки швидкі Інтернет-канали дають змогу користувачам легко обмінюватися відеокліпами, фотографіями, музичними файлами [3].

Часто вірусну рекламу комбінують з SMM або ж вважають його складовою частиною. Підприємство випускає рекламу своїх товарів, просуває її в соціальних мережах, а користувачі позитивно реагують на неї. Разом із вірусним маркетингом у соціальних мережах активно просувається такий вид комунікації, як блоги. Вони все частіше застосовуються для висвітлення фірмових новин, формування позитивного іміджу підприємства, усунення перешкод у спілкуванні керівництва підприємства із покупцями.

Проте не варто забувати про особливість вірусного маркетингу, зокрема його нестабільність. Пересічного покупця нині складно чимось здивувати і зацікавити, тому для роботи вірусного маркетингу потрібно докласти величезних зусиль і креативу. Без них вірусний маркетинг не спрацює.

Ще одна з головних причин вдалого такого виду просування полягає у тому, що він зачіпає повсякденні людські емоції. Для успішної компанії підприємства повинні торкнутись емоцій покупців або сумних – злість, жалість, або веселих – радість, здивування. При цьому вважається, що покупці будуть поширювати рекламу з блискавичною швидкістю, піддаючись емоціям.

Водночас при проведенні вірусної кампанії необхідно дотримуватись певних принципів, серед яких швидкість контенту, що подається. Він має бути зрозумілим та простим для швидкого його повідомлення та розповсюдження. Водночас він повинен бути унікальним, оскільки покупці звертають увагу саме на новизну, яка кожного разу при його поданні має суттєво відрізнитись, бути оригінальною та привабливою. Наприклад, під час переходу за

посиланням інших користувачів не потрібно реєструватися, а можна одразу перейти до перегляду.

Вірусний маркетинг вимагає детального вивчення ринку, товарів та споживачів підприємств. Завдання керівництва полягає у визначенні проблем та зацікавленні споживачів рекламою таким чином, щоб вони не тільки зреагували на купівлю товару, а й поділилися враженнями про товар з іншими.

Отже, вірусна реклама виступає одним з найефективніших способів просування товарів та послуг підприємств.

Список використаних джерел:

1. Мороз Л.А. Проблеми використання нестандартних методів маркетингових комунікацій. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 690. С. 109 -113.
2. Вірусний маркетинг: що, як і навіщо? URL: <http://arhiv-statey.pp.ua/business/4490-virusnyj-marketing-chtokak-i-zachem.html>.
3. Бусень А. С. Вірусний маркетинг як достатньо новий інструмент з просування товару та послуги. URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/uk/management-and-marketing/policies-andpractices-ofmarketing-in-the-enterprise/2801-2011-03-17-09-09-38>.

Патраш Крістіна,

наук. кер. – Зеленюк Оксана,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАКОРДОННИХ РИНКАХ

В умовах воєнного стану підприємства використовують різні засоби для взаємодії з цільовою аудиторією та залучення нових покупців. Найбільш вдалим засобом для просування діяльності підприємств та товарів, які ними реалізуються, є Інтернет. Розвиток та використання Інтернет-технологій розпочався за кордоном значно раніше, ніж в Україні, що дозволяє вивчати та успішно застосовувати його у діяльності вітчизняних підприємств.

Науковці трактують Інтернет-маркетинг як складову частину загальної маркетингової стратегії фірми і визначають його як технологію маркетингу за допомогою комп'ютерних систем та мереж, яка допомагає вирішувати лише ті завдання фірми, які будуть ефективними з точки зору доходів і витрат [1, с. 172–173].

Сьогодні підприємствами для виробництва, реалізації та просування товарів до кінцевих покупців використовуються нові інформаційні технології, серед яких провідна роль належить маркетинговим Інтернет-технологіям. Застосування їх у практичній

діяльності дозволяє підприємствам знаходити потенційних покупців товарів, створювати позитивний імідж та конкурентні переваги на ринку.

Особливого розвитку отримав Інтернет-маркетинг за допомогою соціальних мереж. Практично усі компанії світу, а в їх числі і українські, застосовують соціальні мережі через простоту їх використання та наближеність до цільової аудиторії. На нашу думку, одним з яскравих прикладів успішного застосування соціальних мереж є досвід міжнародної компанії «Coca-Cola», яка збирає щодня 5000 згадок про себе в англomовному сегменті Інтернету. Популярність спільноти «Coca-Cola» на Facebook почалась з ідеї віддати сторінку компанії до рук шанувальників продукції компанії. Основою успіху міжнародної компанії «Coca-Cola» стала стратегія поведінки в соціальних медіа [2].

Різке зростання смартфонів та електронних гаджетів змусило виробників товарів активно застосовувати мобільний маркетинг та мобільні додатки для самореклами. Просування мобільних додатків має ряд аналогій із пошуковою оптимізацією сайтів, але при цьому необхідно обов'язково враховувати особливості підприємств. При правильно підбраному підході можливо дійти дуже хороших результатів. До переліку компаній, що створили власні додатки, можна виділити: Aliexpress, Joom , eBay, Nike, Lego, Canon, Huawei, Uber, IndiGo, Tesla та інші.

Водночас важливим інструментом Інтернет-маркетингу є організація веб-сайтів. Серед основних тенденцій у розвитку сайтів необхідно виокремити такі, як адаптивність під різні пристрої, взаємодія із відвідувачами сайту, покращання поведінкових факторів, контент-маркетинг, SEO-оптимізація. Активно розвиваються нові технології у дизайні: відеобекграунди, Flat-дизайн, Parallax Scrolling тощо [3].

Вагомий внесок у розвиток діяльності підприємств відіграє використання контент-маркетингу. Одним із популярних видів контенту є кросканальність, головною ознакою розвитку якого полягає у мультимедійності, тобто адаптивність контенту для застосування у різних каналах та формах комунікацій.

Для подання інформації про товари та залучення до купівлі їх покупцями підприємствами використовується візуалізація. За оцінками «eMarketer», основним трендом можна вважати візуальний маркетинг, оскільки на покупців не діють довгі тести з характеристиками товарів. Візуальний контент завоював велику популярність серед компаній, які турбуються про свій стиль та імідж. Покупець має зорове сприйняття інформації, тому використовувати цей інструмент є доцільним через високу імовірність запам'ятовування інформації [4].

Вдалим видом контент-маркетингу є інфографіка. Вона дозволяє перетворити великий обсяг інформації у зручну візуальну форму.

Враховуючи реалії нашого часу, підприємцями все частіше став використовуватися сторітеллінг. Він представляє собою подання інформації про товар таким чином, щоб покупець сприйняв її «не розумом, а серцем».

Широко поширені нині брендовані веб-серіали. Використання сценарію має можливість привернути увагу покупця не одноразово, як звичайний відеоролик, а й з подальшим повторенням або очікуванням виходу нових серій.

Найпоширенішими засобами розповсюдження відеоконтенту нині є YouTube, Instagram, TikTok та Facebook.

Таким чином, Інтернет-маркетингові технології дедалі більше отримують впровадження у діяльність підприємств задля підтримки та збереження економіки України.

Список використаних джерел:

1. Макарова М. В. Електронна комерція : посібник. Київ : Академія, 2002. 272 с.
2. Просування бренду в соціальних мережах. URL: <http://www.companion.ua/articles/content?id=147578>.
3. Івашова Н. В., Іванова Т. Є. Застосування Internet-технологій у маркетингу: міжнародний досвід. URL: <http://surl.li/dxrps>
4. Тренди Digital-маркетингу. URL: <http://forbes.ua/opinions/1362959-trendy-digital-marketinga-2014-goda> 22

Продан Юлія,

наук. кер. – Зеленюк Оксана,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Розвиток інформаційної економіки та інтенсивна глобалізація процесів, які відбуваються в діяльності підприємств сьогодні тісно пов'язуються з використанням технологій цифрового маркетингу.

Цифровий маркетинг – це використання Інтернету, мобільних пристроїв, соціальних медіа, пошукових систем та інших каналів для охоплення споживачів [1, с. 81]. Цифровий маркетинг є чи не найбільш гнучкою зі сфер бізнесу, яку можна повноцінно виділяти в окрему галузь чи індустрію. Якщо ще недавно при виробництві продукції головними чинниками були нові технології та зменшення собівартості, то сьогодні продажі напряму залежать виключно від маркетингу [2].

Цифровий маркетинг виступає зручним та вдалим способом просування та продажу товарів підприємствами. Він дозволяє швидко вивчати та аналізувати усі процеси та явища, що відбуваються на ринку, в діяльності підприємств та життєдіяльності споживачів, є економічно ефективним та ним доволі легко управляти. Відтак, за його допомогою можна швидко внести зміни у процеси реалізації товарів, знайти прогалини та оперативно ліквідувати їх, запровадити шляхи удосконалення і т.п.

Головним інструментом цифрового маркетингу, завдяки якому він функціонує є Інтернет. Використання його дозволяє здійснювати пошук, надходження та продаж товарів у будь-якому зручному для споживача місці, найбільш прийнятний для нього час та за оптимальною ціною. Водночас цифровий маркетинг полегшує взаємовідносини між продавцем і споживачем товарів, забезпечує спілкування між ними навіть за відсутності особистої зустрічі. Це не тільки економить кошти споживача, але й допомагає йому збирати необхідну інформацію, знаходити відгуки як про саме підприємство, так і його товари.

Разом з тим Інтернет технології дозволяють порівняти ціни на веб-сайтах багатьох підприємств і вибрати те, що найкраще відповідає їх потребам. Це також дуже зручно для споживачів з обмеженими можливостями, за його допомогою можна виконувати багато видів робіт, працювати і жити незалежним та повноцінним життям. Це допомагає у діяльності і самим підприємствам як малого, так і середнього бізнесу. Цифровий маркетинг дозволяє вести пошук та розміщувати рекламу за вигідні підприємствам кошти, а іноді навіть безкоштовно. Доволі часто товари стають добре відомими споживачам без жодних інвестицій у маркетинг.

На практиці підприємства використовують також такий вид цифрового маркетингу як пошукова оптимізація або SEO. Даний вид маркетингу допомагає розмістити веб-сайт у верхній частині результатів, які надають пошукові системи. Він збільшує кількість споживачів і, отже, допомагає маркетингу. Найефективніше він спрацьовує тоді, коли певні слова SEO використовуються у змісті, розміщеному на веб-сайті.

Сьогодні дуже популярним є маркетинг у соціальних мережах. Поряд з його високою ефективністю, він також допомагає взаємодіяти з споживачами та формувати з ними довірливі стосунки. Підприємства залучають більше споживачів та швидше знаходять свою цільову аудиторію порівняно з традиційними формами реклами. Відома фірма Starbucks покладалася на соціальні платформи, щоб збільшити охоплення аудиторії, і є чудовим прикладом як проводити маркетинг у

соціальних мережах [3]. При цьому канал YouTube є також тим видом маркетингу, який відноситься до соціальних мереж. Споживачі полюбують знімати та переглядати відео з пропозицією товарів і послуг. Багато хто із споживачів вивчають думки професіоналів у даних товарах, знайомляться з відгуками про них та здійснюють покупки тільки тому, що довіряють блогерам.

Вдалим застосуванням цифрового маркетингу є маркетинг електронною поштою. Фактично це реклама, яка здійснюється за допомогою електронних листів. Споживачеві надсилається реклама безпосередньо до папки вхідних повідомлень у той час, коли вони заходять на веб-сайти для покупок, використовуючи власну електронну пошту.

Проте існують і певні проблеми у застосуванні підприємствами цифрового маркетингу, які полягають у відсутності нормативних документів, які визначають правила щодо купівлі товарів за даними технологіями. Головною проблемою виступає аналіз даних, оскільки споживачі неохоче надають свої особисті дані, переживаючи за їх безпеку.

Отже, цифровий маркетинг значною мірою допомагає підприємствам у розвитку діяльності та роботі з споживачами. Вирішує він навіть соціальну проблему, сприяючи споживачам у працевлаштуванні та заробітку грошових коштів. Використання підприємствами інструментів і методів цифрового маркетингу суттєво впливає на поведінку цільової аудиторії, активізує програми лояльності, сприяє посиленню іміджу, досягненню запланованих маркетингових цілей, конкурентних позицій підприємств на ринку.

Список використаних джерел:

1. Романенко Л. Ф. Цифровий маркетинг: сутність та тенденції розвитку. URL: <https://nzlubp.org.ua>.
2. Цифровий маркетинг – це маркетинг майбутнього. URL: <https://dalistrategies.com/ua/tsyfrovyy-marketynh-tse-marketynh/>
3. Приклади маркетингу в соціальних мережах. URL: <https://wikiejemplos.com/uk/marketing-en-redes-sociales/>

Трачук Софія,
наук. кер. – Зеленюк Оксана,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Міжнародний маркетинг у воєнному часі є одним з найважливіших напрямків розвитку діяльності підприємств, яка відбувається за

жорсткої конкурентної боротьби та забезпечення різносторонніх економічних інтересів учасників ринку.

На думку науковців, міжнародний маркетинг являє собою самостійну галузь діяльності фірми при виході її на зовнішні ринки, яка є необхідною умовою, щоб кожний суб'єкт господарювання міг успішно конкурувати і задовольняти власні цілі на світовому ринку [1, с. 45].

Сьогодні в середовищі міжнародного маркетингу підприємств відбуваються корінні зміни. Головними з них є події, які стосуються економічного стану України, викликані припиненням діяльності багатьох підприємств на Сході країни, передислокацією їх на більш безпечні території і т.п. Водночас на міжнародний маркетинг суттєво впливають процеси прискорення і всесвітнього зростання технологічного прогресу, який призводить до скорочення життєвих циклів товарів і змушує виробничі та торговельні підприємства формувати та оновлювати асортимент товарів відповідно до смаків та уподобань потреб споживачів.

Перехід від простих проявів міжнародного співробітництва до складних, інтенсивних форм взаємодії суб'єктів господарської діяльності пов'язаний з ускладненням присутності та функціонування в умовах світових ринків. Це вимагає переосмислення суті та ролі маркетингової складової в управлінській діяльності, застосування складної системи взаємопов'язаних елементів комплексу маркетингу з метою створення конкурентних переваг у міжнародному бізнес-середовищі [2, с. 215].

Нині можна констатувати, що відбувається координація та інтеграція різних видів діяльності підприємств у масштабі всього світового господарства; все більшого значення набуває сфера послуг, яка швидко зростає і пронизує практично всі етапи зовнішньоекономічних угод; множинність товарних форм призводить і до множинності цін; відбувається посилення захисної функції міжнародного маркетингу, яка полягає не у максимізації і розширенні продажів наукомісткої продукції, а, навпаки, у стримуванні її передачі конкурентам; стратегічні рішення по каналах збуту набувають нову специфіку. Мова йде не тільки про поширену стратегію «втягування ринком», а й про такі стратегії, як «система створення цінності», «клієнти своїх клієнтів» [3, с. 39].

Інтернаціоналізація та глобалізація світової економіки, розвиток спільного європейського ринку, спрощення для громадян України перетинання європейських кордонів, поява нових конкурентів є тими важливими аспектами, які змушують керівників підприємств запроваджувати у своїй діяльності інструменти міжнародного маркетингу.

Вагома роль відводиться мережі Інтернет та запровадження її у практику міжнародного маркетингу. Інтернет-технології в умовах загострення конкуренції дозволяють використовувати маркетинговий спектр різноманітних досліджень сегментування вітчизняних та зарубіжних ринків, проводити опитування вітчизняних та іноземних покупців, здійснювати вибір, купівлю та платежі за допомогою міжнародної електронної торгівлі.

Водночас відбувається оптимізація планування й контролю міжнародного маркетингу за рахунок комп'ютерних технологій, у т.ч. з використанням маркетингових інформаційних систем та спеціально створених електронних баз даних покупців.

Розширюється інфраструктура міжнародного маркетингу через створення і удосконалення роботи спільних підприємств з іноземними інвестиціями, консалтингових фірм, рекламних агентств, навчальних центрів тощо.

На світових ринках помітна активізація брендингу, зокрема маркетингової політики підприємств, спрямованої на стимулювання збуту товарів і послуг за допомогою створення і просування успішних вітчизняних брендів. При цьому підприємства висувають прагнення перейти від одноразових (випадкових) до тривалих відносин із своїми покупцями.

Суттєві зміни відбуваються у системі цінностей покупців. Переважно вони стосуються ставлення покупців до охорони навколишнього середовища, безпеки власного існування та життєдіяльності підприємств, що впливає на розроблення стратегії міжнародного маркетингу [4].

Таким чином, становлення та інтенсивний розвиток міжнародного маркетингу створюють нові можливості інтеграції українських підприємств у світову економіку. Впровадження та активне поширення сучасних Інтернет-технологій у діяльності підприємств сприяє збалансованому технологічному та економічному розвитку міжнародного маркетингу, що забезпечує високий рівень конкурентоспроможності країни на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини: теорія : [підручник]. Київ: Либідь, 2020. 392 с.
2. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології. Київ: КНЕУ, 2019. 400 с.
3. Вачевський М.В. Маркетинг формування професійної компетенції : [підручник]. Київ: Професіонал, 2020. 512 с.
4. Основні тенденції розвитку міжнародного маркетингу на сучасному етапі. URL: <https://knigi.studio/mejdunarodnyiy-marketing/osnovni-tendentsiji-rozvitku-mijnarodnogo-166175.html>

Адам Валентина,
наук. кер. – Паламарек Каріна,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

З початку 2014 року на ринку готельно-ресторанних послуг в Україні спостерігався різкий спад, на що вплинули: нестабільна соціально-економічна ситуація, зовнішня збройна агресія на Сході держави й анексія Кримського півострова, а також комплекс системних проблем:

- недосконала та немодернізована туристична інфраструктура як у найбільших містах, так і загалом в країні;
- недостатня якість надання послуг;
- високі ціни тощо.

Сукупність зазначених факторів призвела як до зменшення кількості іноземців, які приїжджають до України, так і внутрішніх міграцій з метою туризму, рекреації чи роботи, що негативно вплинуло на розвиток готельно-ресторанного бізнесу [1].

Окрім цього, суттєвого удару по українській готельно-ресторанній індустрії завдала пандемія Covid-19. Закриті кордони держав, скасування авіасполучення, обмеження пересування як в межах держав так і до інших країн, а також суцільна ізоляція спровокували комплекс проблем у даному секторі. Так, за даними прогнозу Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) у 2020 році число туристів скоротиться на третину, порівняно з показниками 2019 року [2]. Під загрозою скорочення близько 50 мільйонів робочих місць, пов'язаних з туристичною, зокрема готельно-ресторанною, індустрією. Звичайно, що такий стан справ не може не вплинути на розвиток даної галузі в Україні.

Фахівці відзначають, що сфера обслуговування (ресторани, бари тощо) мала бодай невеликий відрізок часу, щоб підготуватися до майбутніх наслідків впливу коронавірусу. А готельний бізнес зіштовхнувся з проблемою дуже швидко, внаслідок специфіки ведення господарювання. Так, після введення карантину близько 35–40% готелів в Україні закрилися, інші працюють у дуже обмеженому режимі. Відповідно, головна проблема полягає у скороченні або повній відсутності прибутку. Ті готелі, які продовжують функціонувати, втратили від 60 до 90% доходу [2].

Наразі важко спрогнозувати, наскільки критично сучасні глобальні негаразди вплинуть на розвиток туризму, а отже і готельно-ресторанного бізнесу в нашій державі. Проте зазначити можна точно, що кризи минути вже не вдалося. За підрахунками міністерства культури та інформаційної політики втрати імпорту та експорту послуг, пов'язаних з подорожами складають 1,5 млрд дол. США [3].

Враховуючи вищезазначене, слід зауважити, що розвиток готельно-ресторанного бізнесу залежить від низки чинників впливу. Першим є чинник державного управління. Це пояснюється тим, що підприємства готельно-ресторанного бізнесу формують і надають послуги, що задовольняють фізичні і духовно-моральні потреби населення і мають значний споживчий попит незалежно від соціального положення громадян. При цьому, низка послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу несе в собі підвищену соціальну відповідальність перед громадянами. Ці питання не можуть бути залишені без особливої уваги і контролю з боку держави.

Іншим важливим чинником зростання є соціальний. Він полягає у збільшенні вільного часу у населення (насамперед за рахунок скорочення робочого часу, збільшення тривалості щорічних відпусток), що у поєднанні із зростанням рівня життя означає приток нових потенційних клієнтів.

Вплив економічних і фінансових факторів на сферу готельно-ресторанного бізнесу (таких, як зміна економічної і фінансової ситуації, рівня доходів населення) обумовлений тим, що між тенденціями розвитку готельно-ресторанного бізнесу і економіки регіону спостерігається тісний взаємозв'язок. Як правило, від економічного положення регіону залежить рівень розвитку матеріально-технічної бази і інфраструктури сфери готельно-ресторанних послуг.

Потужним чинником зростання є екологічний. Він впливає на розвиток готельно-ресторанного бізнесу, крізь призму задоволення споживача обслуговуванням, відпочинком, виконанням бажань, через відчуття комфортності, атмосфери готельно-ресторанних послуг, безпеки і рекреаційної оздоровляючої дії.

На розвиток підприємств індустрії готельно-ресторанного бізнесу істотний вплив здійснюють і технологічні чинники, пов'язані з науково-технічним прогресом. Вплив цього чинника передбачає можливості для вдосконалення існуючих і створення нових видів послуг, насамперед на базі використання інформаційних технологій.

Окрім цього, можна визначити такі чинники: популярність, культурна спрямованість, видовищність тощо.

Проте вважаємо, що одним із провідних чинників на сьогодні є чинник безпеки. Адже загальновідомим є той факт, що туризм, і готельно-ресторанний бізнес зростають там де безпечно для людини та суспільства.

Таким чином, для підвищення активності готельно-ресторанного господарства повною мірою Україні необхідно:

- створення потужного інвестиційного мікроклімату;
- забезпечити туристам комфортні та безпечні умови для приїзду в Україну;
- проводити ефективну політику розвитку масового туризму, розробити та реалізувати відповідну концепцію на урядовому рівні;
- спростити і прискорити оформлення віз для іноземців, або максимально його скасувати з найбільш вигідними країнами;
- вжити заходів до поліпшення стану пам'яток та створення нових об'єктів масового туризму;
- створити можливості для розвитку малого підприємництва в готельно-ресторанній сфері, які забезпечать зростання кількості робочих місць для населення і можуть стати джерелом валютних надходжень.

Мікроекономічними аспектами розвитку готельно-ресторанного бізнесу в нашій державі мають стати:

- підвищення конкурентоздатності готельно-ресторанного бізнесу шляхом впровадження нових моделей управління та досягнень науково-технічного прогресу на рівні окремих готельно-ресторанних закладів;
- прозорість у своїй діяльності, направлена на споживача;
- пошук шляхів залучення капіталу у розвиток бізнесу;
- розробка інвестиційних проектів, зокрема у співпраці з державними органами влади.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Враховуючи сучасні події у світі та тенденції в економіці України наукові дослідження в галузі розвитку готельно-ресторанного бізнесу будуть актуалізуватись. Вченим необхідно прискорити науковий пошук стосовно нових механізмів реформування галузі, розробляти нові концепції та методи управління, адже в умовах постійної мінливості як внутрішнього так і зовнішнього середовища український готельно-ресторанний бізнес кожного разу стикається з новими проблемами і викликами. Ефективність впровадження наукових розробок забезпечуватиме українському бізнесу достойне місце на світовому ринку готельно-ресторанних послуг, підвищуватиме значимість для

зростання національної економіки та міжнародної інтеграції, зокрема у європейському напрямі.

Список використаних джерел:

1. Орлова О. М. Актуальні проблеми туристичного бізнесу в Україні. *Бізнесінформ*. 2017. № 1. С. 153–160.
2. Економічна статистика / Економічна діяльність / Туризм. Державна служба статистики України. 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Думська О. "Буде туристичний Майдан". Як коронавірус вплинув на туризм в Україні та світі. *Радіо Свобода*. 2020. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/tourism-aftercoronavirus/30586049.html>.

Біла Анастасія,

наук. кер. – Паламарек Каріна,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ПІД ВПЛИВОМ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

Готельно-ресторанний бізнес є однією із провідних складових сфери послуг, насамперед індустрії гостинності. Попри те, що частку української економіки дедалі більше займає сфера послуг, розвиток і стійке зростання готельно-ресторанного бізнесу ускладнюється цілим спектром проблем.

З початком 2014 року, на ринку готельно-ресторанних послуг спостерігався різкий спад, на що вплинули нестабільна соціально-економічна ситуація, зовнішня збройна агресія на Сході держави, анексія Кримського півострова, а також комплекс системних проблем: недосконала та не модернізована туристична інфраструктура, недостатня якість надання послуг, високі ціни тощо. Сукупність зазначених факторів призвела як до зменшення кількості іноземців, які приїждять, так і до внутрішніх міграцій з метою туризму, рекреації чи роботи, що негативно вплинуло на розвиток готельно-ресторанного бізнесу [1-2].

Після того, як економіка оговталася від фінансової кризи 2014, туристичний бізнес почав зростати. На 2020 рік прогнози були оптимістичними. Але за два місяці вони стали різко негативними. Через пандемію коронавірусу світовий туристичний сектор у 2020 році зменшив обороти на 25% – це еквівалентно відсутності подорожей та будь-якої активності протягом трьох місяців. Закриті кордони, скасування авіасполучення, обмеження пересування як в межах міста так і до інших країн, а також суцільна ізоляція спровокували комплекс

проблем у сфері гостинності. Так, за даними прогнозу Всесвітньої туристичної організації ООН (UNWTO) у 2020 році число туристів скоротилося на третину, у порівнянні з показниками 2019 року [1]. Під загрозою скорочення попало близько 50 мільйонів робочих місць, пов'язаних з індустрією гостинності.

Фахівці відзначають, що сфера обслуговування (ресторани, бари тощо), мали хоча б невеликий відрізок часу, щоб підготуватися до майбутніх наслідків впливу коронавірусу. А готельний бізнес зіштовхнувся з проблемою дуже швидко, внаслідок специфіки ведення господарювання. Так, після введення карантину близько 35–40% готелів в Україні закрилися, інші працюють у дуже обмеженому режимі. Відповідно, головна проблема полягає у скороченні або повній відсутності прибутку. Ті готелі, які продовжують функціонувати, втратили від 60 до 90% доходу [3].

Окрім цього, суттєвого удару по індустрії гостинності завдало військове вторгнення російських окупантів на територію України. За місяць війни український готельно-ресторанний бізнес втратив більше, ніж за два роки пандемії. Обсяг завданої шкоди та довгострокові наслідки оцінити важко, адже бойові дії на території країни тривають.

Чимало готельно-ресторанних підприємств опинилися в районах активних бойових дій і змушені були евакуюватися в більш безпечні регіони та припинити роботу. Однак навіть ті бізнеси, які відносно далеко від обстрілів, потерпають через проблеми з логістикою та нестачу сировини.

Чернівецька область продовжує бути надійним тилом для України та гостинним домом для усіх, хто залишає рідні домівки через воєнні дії. Хоча в країні війна, економіка мусить працювати. Тож у Чернівцях вже відчинені практично усі заклади індустрії гостинності (деякі не зачинялися взагалі). Щоправда, алкоголю там не продають – в місті діє заборона на продаж алкогольних напоїв.

Наразі важко спрогнозувати, наскільки критично сучасні глобальні негаразди вплинуть на розвиток індустрії гостинності. Проте зазначити можна точно, що кризи минути вже не вдалося. В останньому звіті, оприлюдненому Світовою радою з подорожей та туризму (WTTC), зазначається, що світовий туристичний сектор цього року може зменшитися в рази [4].

Підсумовуючи вищезазначене, можна стверджувати, що кризові явища є переломним моментом в діяльності суб'єктів господарювання на кожному життєвому циклі підприємства. Критична ситуація змушує боротися та приймати нестандартні рішення. Безперечно, в часі карантину та війни стало більше небезпек у житті. Але це шанс

задуматися, проаналізувати ситуацію і ризики, вийти на ринок з більш глибоким розумінням бізнес-процесів. Тож нинішня криза дасть ще більш могутній поштовх до стрімкого розвитку технологій, які стають частиною сектора hospitality.

Сьогодні криза, пов'язана з пандемією COVID-19 та війною змусила індустрію гостинності вийти з зони комфорту та шукати інноваційні шляхи розвитку та діяльності. На мою думку, для того щоб індустрія гостинності відновилася після кризи, її слід реанімувати упровадженням різного роду новацій. Зробити це можна багатьма шляхами. Але, основними мають стати – державна підтримка у даній сфері, поліпшення сервісу, зокрема у сфері гостинності, та посилення інформаційної компанії, зокрема в мережі Інтернет.

Список використаних джерел:

1. Всесвітня туристична організація (UNWTO). URL: www.unwto.org (дата звернення : 1.04.2022).
2. Мельник А. Г., Мельник О. І., Гуменюк В. В. Стан і перспективи розвитку малого та середнього підприємництва в Чернівецькій області *Інфраструктура ринку*. 2017. № 3. URL: <http://market-infr.od.ua/uk/3-2017> (дата звернення : 1.04.2022).
3. Берещак В. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus> (дата звернення : 1.04.2022).
4. Світова рада з подорожей та туризму (WTTC). URL: <https://wtcc.org/About/Events-Webinars/Global-Summit> (дата звернення : 1.04.2022).

Кобрак Марина,

наук. кер. – Чичун Валентина,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

В наш час досить актуальним є питання дослідження фінансової кризи в системі національного господарства в цілому та в окремій галузі чи підприємства. Проблематикою даної теми полягає в тому, що більшість підприємців не знають чинників виникнення кризи на підприємстві та не проводять своєчасної комплексної діагностики стану підприємства сучасними методами. Тому одним із важливих факторів у досягненні позитивних результатів і виходу з кризової ситуації стає визначення причин її настання.

Розглянемо, що таке криза на підприємстві. Криза на підприємстві - це загострення суперечностей у соціально-економічній системі організації, що загрожує її життєстійкості в навколишньому середовищі

та вимагає від неї якісно нових змін. Криза підприємства становить переломний момент у послідовності процесів і дій. Найтиповішими є два варіанти виходу з кризової ситуації: успішне її подолання; ліквідація підприємства як екстремальна форма.

У перші місяці війни готельний бізнес фактично завмер. Потік гостей зупинився, усі заплановані івенти й туристичні / бізнес-поїздки довелося скасувати. У центральній, південній та східній частинах країни показник відмов від бронювання виріс до 85-98%. Через небезпеку сотні тисяч людей виїжджали з рідних міст на захід України, тому готелі там були переповнені. Дехто з власників закладів розміщення надавав житло переселенцям безкоштовно, хтось, навпаки, підіймав ціни в десятки разів. У інших регіонах об'єкти або втратили увесь дохід та працювали в збиток або взагалі закрилися.

Зараз український готельний ринок працює максимум на 2-3% у грошовому виразі. На півдні цей показник становить 3-5% від планового, в Києві й області – 10-15%, на сході через бойові дії та окупацію територій більшість готелів призупинили роботу. Цікава ситуація склалася у західних областях. Там у лютому-квітні заклади розміщення були завантажені на 100%. Це спричинило суттєве підвищення туристичного збору.

За статистикую Державного агентства розвитку туризму, за перші шість місяців 2022 року сума склала 89,4 млн грн, що майже на 28,8% більше в порівнянні з сумою в аналогічний період 2021 року — тоді до бюджету надійшло 69,4 млн грн. До п'ятірки лідерів увійшли місто Київ та чотири області. Столиця поповнила свій бюджет більш ніж на 20 млн гривень. Найбільше зростання в порівнянні з аналогічним періодом у 2021 році зафіксовано у Львівській області – 193%. До бюджетів громад цього регіону надійшло 19,7 млн грн. У Івано-Франківській області сума турзбору зросла 76,4% і склала 9 млн грн. Закарпатська область заробила 8,7 млн грн турзбору, що на 144% більше, ніж за аналогічний період торік. Рівень завантаженості готелів почав спадати наприкінці весни.

Не відбувся й курортний сезон. Понад 2000 об'єктів готельної нерухомості, що розташовуються на півдні та сході України, не відкрилися зовсім. Винятком стала відносно безпечна Одеса, у якій нині працює 90% закладів розміщення з середньою завантаженістю 60%. У Києві готелі відновили роботу в травні, однак досі тримають невисокий показник – 15-25%.

Аналіз ринку показує, що сьогодні ситуація потрохи стабілізується. Нехай не в повну силу, але готелі працюють, залучають гостей, отримують прибуток і сплачують податки. Зокрема, зростання попиту в

західних областях країни стимулювало забудовників відновити зведення об'єктів, яке призупинилося на початку великої війни, та почати нові проекти. Як швидко галузь зможе остаточно відновитися та вийти на довоєнні показники? Усе залежить від тривалості бойових дій та рівня міграції українців за кордон. Нині 99% гостей готелів – наші громадяни, ще 1% – іноземні журналісти, волонтери, військові та представники міжнародних організацій, які приїхали до України суто через гуманітарну кризу в деяких регіонах. Попри всі негаразди та перешкоди вже зараз формується відкладений попит на внутрішній туризм. Оскільки більшість курортів ще довго будуть замінованими й потребуватимуть відбудови та реконструкції інфраструктури, на найближчі 5–10 років популярними місцями для відпочинку стануть Карпати, зокрема Буковель, та всі західні області.

Основними документами, які мають розроблятися на підприємстві, що опинилося в кризовому стані, є антикризова програма та план антикризових заходів. Антикризова програма – це спеціальним чином підготовлений внутрішній, у якому систематизовано викладається перелік основних заходів, для виведення підприємства з кризового стану. Якщо сьогодні ви хочете залишитися на плаву, у вашої компанії має бути план «Б», рятувальне коло – це антикризовий бізнес-план, який передбачає стратегічні й тактичні дії в умовах турбулентності економіки та різкого падіння попиту.

І доки ми не розуміємо, як довго продовжуватиметься спад і коли почнеться відновлення, треба вжити ефективних заходів із захисту свого бізнесу. Від кризи не застрахований жоден бізнес. Кризи виникають як через внутрішні, там і через зовнішні причини. Щоб зупинити руйнівну дію кризи і спрямувати процес або на відновлення, або на закриття, або на трансформацію і розвиток бізнесу, потрібні особливі фахівці – кризові менеджери. Вихід із кризи – це не тільки запропоновані кризовим менеджером рішення, а й готовність замовника їх виконувати.

Список використаних джерел:

1. URL: <https://forbes.ua/company/na-pochatku-viyni-gotelniy-biznes-ukraini-obvalivsya-na-90-chi-e-nadiya-na-vidnovlennya-14102022-9033>
2. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4625/1/антикризова%20програма%20як%20інструмент%20забезпечення%20економічної%20безпеки%20суб'єкта%20господарювання.pdf>

Миرونяк Вадим,
наук. кер. – Чичун Валентина,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СКЛАДНИХ УМОВАХ

Заклади ресторанно-готельної сфери, що належать сфері обслуговування, займають важливе місце в загальній економічній системі. Вони призначені для задоволення туристичних потреб населення у розміщенні, харчуванні, транспортному, екскурсійному обслуговуванні та інших послугах. У всьому цивілізованому світі готельні та ресторани заклади є одними з найпоширеніших малих та середніх бізнесів. Таким чином, підприємства у цій сфері постійно борються за сегментування своїх ринків, пошук нових клієнтів та утримання постійних споживачів своїх продуктів та послуг.

В останні десятиліття у розвитку ресторанного бізнесу спостерігаються такі тенденції, що безпосередньо впливають на конкурентоспроможність:

- формування нових напрямків у сучасній кухні;
- поглиблення спеціалізації ресторану;
- створення міжнародної мережі ресторанів;
- удосконалення методів роботи та впровадження результатів науково-технічного прогресу.

Тенденції ресторанного бізнесу – це, звичайно ж, і тенденції розвитку певних кухонь. Переваги по типу кухні дуже неоднозначні, особливо в регіонах України. Останнім часом зростає популярність етнічних страв. З'являються все більше спеціалізованих інгредієнтів, рецептів і технологій приготування.

На конкурентоспроможність готельно-ресторанних закладів впливає безліч факторів, які необхідно враховувати. Вони можуть мати загальний чи індивідуальний характер. До головних з них можна віднести наступні:

1. Загальна економічна політика та економічні умови країни. Насамперед особлива увага приділяється рівню доходів та витрат населення. Зі зростанням доходів, споживачі щораз частіше звертаються до послуг готелів та ресторанів, щоб скоротити час, необхідний для приготування їжі вдома.

2. Вартість товарів, вироблених чи наданих установою послуг. На висококонкурентному ринку перевагу мають установи, які можуть

запропонувати нижчі ціни, ніж їхні конкуренти. Але водночас така ціна має відшкодувати закладу всі витрати та забезпечити його прибуток. Такий заклад не може ефективно функціонувати на конкурентному ринку, якщо ця вимога не виконується. Така ситуація змушує підприємства знижувати витрати з допомогою забезпечення вищої продуктивності праці, використання нових і передових технологій, використання нових видів сировини тощо.

3. Враховувати вимоги споживачів до якості виробленої продукції чи послуг. При проведенні такого дослідження було враховано, що споживачі мають різні вимоги особистого характеру і що вони завжди мають можливість ознайомитися з останніми розробками закладів світового рівня у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Мається на увазі різноманітність страв із нових видів сировини, страв із екологічно чистої сировини. Це стосується й якості продуктів харчування, яка залежить від кваліфікації працівників, що залучаються, дотримання відповідних стандартів виробництва тощо.

4. Розміщення закладів у готельно-ресторанному бізнесі та зручність споживачів при їх відвідуванні. Тут необхідно враховувати особливості розвитку транспортної системи міста з урахуванням основних напрямів та інтенсивності потоків пасажирів та пішоходів. Наявність та облаштування індивідуальних паркувальних місць (платних або безкоштовних) та інше.

Криза, яка виникла через пандемію COVID-19 у 2019-2020 рр., здійснила значний вплив як на світову та національну економіку, так і на діяльність закладів готельно-ресторанної індустрії. 2020 рік для готельно-ресторанної індустрії був важким. Лише 26,8% готельно-ресторанних підприємств отримали прибутки, а, відповідно, 73,2% були збитковими, і як наслідок сальдо фінансових результатів підприємств індустрії гостинності було від'ємним і становило -2889,1 млн грн. Проте масштаби доставки їжі збільшились близько на 25%, але це переформатування діяльності закладів не змогло перекрити збитки закладів. У січні-березні 2021 р. 38,8% підприємств отримали позитивний фінансовий результат – у розмірі 301,6 млн грн, сальдо фінансового результату отримало позитивне значення у розмірі 40 млн грн.

Ще одна велика проблема на сьогодні – це російське вторгнення. Це призвело до закриття підприємств, особливо готелів та ресторанів, скорочення експорту та неможливості господарської діяльності на значних українських територіях. На початок 2021-го працювали 14 786 ресторанів, кафе та барів. З початку війни в Україні закрилося близько 7 тис. ресторанів та кафе, відкрилося понад 2 тис. нових закладів.

Ринок упав приблизно на 25% порівняно із лютим 2022 року. У деяких регіонах (Харківська, Миколаївська, Запорізька та Луганська області) ринок упав більш ніж на 50%, а у Київській, Одеській та Дніпропетровській областях – до 30%. Водночас у західному регіоні спостерігається позитивна динаміка. У Львові та області кількість ресторанів та кафе збільшиться приблизно на 30%, а у Закарпатській, Чернівецькій та Івано-Франківській областях – приблизно на 20%. Найінтенсивніше ресторанний ринок розвивається у Львові – з початку війни в цьому районі з'явилося понад 500 нових закладів.

Безумовно, пандемія та війна негативно вплинула на конкурентоспроможність закладів у сфері обслуговування. Проте, є заклади які розвиваються і в таких складних умовах. Тому, потрібно постійно здійснювати моніторинг зміни конкурентоспроможності закладів сфери готельно-ресторанного бізнесу та зовнішнього середовище. Також, встановлення контактів з неурядовими організаціями, асоціаціями та іншими об'єднаннями, що існують у цій сфері, є важливим для розвитку українського готельного та ресторанного бізнесу. У таких умовах можливий обмін досвідом, об'єднання інтересів, концентрація зусиль та управління діями щодо вирішення масштабних проблем.

Список використаних джерел:

1. Дослідження впливу управлінських чинників на рівень конкурентоспроможності вітчизняних закладів сфери готельно-ресторанного бізнесу на сучасному етапі. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/nagornyak.htm

2. З початку війни в Україні закрилося 7 тис. ресторанів, а відкрилося понад 2 тис. нових закладів. URL: <http://www.fixygen.ua/news/20220907/z-pochatku-vijni.html>

Олексюк Христина,
наук. кер. – Урсакій Юлія,
Чернівецький торгівельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В останні роки туристична галузь в Україні розвивається швидким темпом, відіграючи щораз більш помітну роль в економіці країни. Разом з розвитком різних видів туризму, таких як культурний, оздоровчий, рекреаційний, спортивний, бізнес-туризм тощо, екологічний туризм стає все більш популярним в Україні. Цей процес є відображенням світових тенденцій, що проявляється у розвинених країнах світу. Останнім часом

екологічний туризм активно розвивається не тільки в таких європейських країнах, а й також в Азії, Північній Америці, Південній Америці та Австралії.

Екологічний туризм або екотуризм – це вид туризму, що полягає у подорожах до природних недоторканих людиною та природоохоронних територій. Еко туристи намагаються не здійснювати значного впливу на територію. Еко туризм сприяє освіті туристів і дає змогу збирати гроші на заходи зі збереження природи території, допомагає розвитку ізольованих поселень. Розвиток екотуризму часто розглядають як важливий засіб збереження довкілля для майбутніх поколінь [2].

Тема екотуризму є актуальною та своєчасною як для країн світу, так і для України. Цікавість до екотуризму зумовлена низкою причин, серед яких такі:

- значне збільшення антропогенного навантаження на природні системи, що зумовлює необхідність розробки науково-обґрунтованих заходів щодо збереження довкілля та унікальності природи;

- зміни в поведінці людей, що полягають у прагненні до тіснішого спілкування з природою, «занурення» в неї, продовження тривалості перебування в недоторканих куточках дикої природи;

- важливість формування ефективної системи екологічного виховання в напрямку любові до природи, її збереження та збільшення природних ресурсів;

- необхідність соціально-економічного розвитку територій з нерозвиненою сферою промисловості, але із багатою недоторканими природними комплексами та унікальним природним потенціалом, здатним зацікавити туристів;

- збереження та подальший розвиток соціокультурного середовища місцевого населення, що проживає поблизу природоохоронних територій.

Розвиток екологічного туризму на сьогодні вимагає виконання низки умов:

- розвиток сучасної транспортної інфраструктури, що дозволить відвідати такі туристичні об'єкти;

- проводити розумну цінову політику для такого виду туризму, яка буде доступною для широкого кола населення з невисоким рівнем доходів;

- ефективна організація екологічних турів із залученням безперервної розробки нових маршрутів до віддалених куточків «дикої» природи;

- наявність привабливих та унікальних природних об'єктів, які сприятимуть еколого-естетичному вихованню туристів, які їх відвідуватимуть.

В останні роки екотуризм, як вид туризму, в Україні почав активно розвиватись. Це пов'язано з наявністю на території країни різних унікальних об'єктів природи, які викликають цікавість туристів з усього світу, а це в свою чергу підвищує туристичний та рекреаційний потенціал України. Слід зазначити, що більшість природних комплексів України, які є об'єктами екологічного туризму, охороняються законодавством країни, а деякі з них належать до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [5].

Карпатський регіон є одним з найбільш цікавих регіонів, адже велика частина земель регіону відноситься до природно-заповідного фонду України. Однак для розвитку екотуризму в Західній Україні важливі не тільки Карпати. Унікальним та багатим на природні та рекреаційні комплекси є і Поділля. Національний природний парк «Подільські Товтри», який є номінантом конкурсу «Сім чудес України», а також є багатим унікальними природними особливостями [3].

Ще одним регіоном багатим на заповідні території є Узбережжя Чорного моря, де охороняються унікальні ландшафти та місця гніздування рідкісних видів птахів. Одним з найбільш цікавих об'єктів екотуризму є село Вилкове, яке ще називають «українською Венецією». Село оточене територією Дунайського біосферного заповідника і є дійсно унікальним, оскільки там зберігається рідкісна в Європі житлова забудова - замість вулиць тут система каналів, а за транспорт служать човни.

Також для розвитку екотуризму мають значний потенціал і степові області України (Миколаївська, Запорізька, Херсонська, Донецька), адже є багатими на об'єкти природно-заповідного фонду та багату унікальну степову флору. Тут розміщені Український степовий природний заповідник «Єланецький степ», біосферний заповідник «Асканія-Нова». Також увагу привертає такий об'єкт екотуризму на Херсонщині, як Олешківські піски, який вважається найбільшим піщаним масивом Європи. В Миколаївській області, у долині ріки Південний Буг розташований національний природний парк «Бузький гард». Унікальний він тим, природа тут мало змінена людиною. Також тут багатий та унікальний видовий склад флори і фауни, а виходи на поверхню гранітів надають рівнинному Бугу вигляду швидкої і бурхливої гірської річки. До складу національного природного парку входить урочище «Бузький Гард», що є пам'яткою історичного ландшафту Запорозької Січі, першої козацької республіки [4].

Важливим об'єктом для розвитку екотуризму є букові праліси Карпат та інших регіонів Європи. Це транскордонний серійний об'єкт, який розташований на території 12 країн, займає площу 345838,62 га, 25% з яких знаходиться на території України. Даний об'єкт цінний для екотуризму тим, що є взірцем недоторканих природних комплексів помірних лісів.

«Букові праліси Карпат та давні букові ліси Німеччини» – 63 ділянки давніх букових лісів з десяти європейських країн на сесії комітету ЮНЕСКО у Кракові (Польща) 13 липня 2017 року ухвалили рішення включити до складу українсько-словацько-німецького об'єкта всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [5].

Якщо врахувати можливості існуючих регіональних ландшафтних парків, то для розвитку екологічного туризму в Україні досить значні передумови, хоча на сьогоднішній день цей напрямок туристичної діяльності все ще знаходиться на стадії розвитку.

З метою істотного збільшення обсягів екотуризму в Україні в найближчі роки необхідно вирішити ряд завдань, таких як:

- формування науково обґрунтованої та стратегічної програми розвитку екологічного туризму в Україні;
- якісна підготовка сучасних фахівців у даній галузі;
- розробка додаткових маршрутів і напрямків в сфері екотуризму;
- залучення внутрішніх та іноземних інвестицій;
- додатковий захист природних територій від впливу збільшення туристичних потоків.

Ефективне управління екологічним туризмом можливе за умов:

- зонування території, що передбачає обмежене відвідування, територій, що є особливо охоронними;
- координація туристичних потоків, спрямована на зменшення антропогенного навантаження;
- регулювання роботи комерційних підприємств в зонах екотуризму для контролю впливу інфраструктури;
- встановлення комерційних відносин з «екологічно чистими» туроператорами та організаціями;
- встановлення розумних цін на відвідування таких територій.

Таким чином Україна з її величезним природним різноманіттям має значний потенціал для розвитку екологічного туризму.

Список використаних джерел:

1. Екотуризм. TerraIncognita. URL: <http://terraincognita.info/ukr/dest/ecotourism/42>.
2. Екотуризм. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Екотуризм>.
3. Любонько Т. В. Формування організаційно-економічного механізму розвитку екологічного туризму. *Ефективна економіка*. 2014. №9.
4. Терехух А.А. Сутність та значення екологічно-туристичних ресурсів у контексті розвитку екологічного туризму в Україні. *Вісник НУ «Львівська політехніка»*. 2012. №727. С. 449-454.
5. Які об'єкти охороняє ЮНЕСКО в Україні? URL: <https://ukrainer.net/unesco-v-ukraini/>.

Рибальченко Олена,

наук. кер. – Чичун Валентина,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Ресторанне господарство вивчали багато вчених, які по-різному трактують це визначення. Ми надали перевагу одному з них: ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього [1].

Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс різноманітних послуг, які за своїм характером можна поділити на:

- послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів;

- послуги з реалізації продукції;

- послуги організації обслуговування споживачів;

- послуги з організації дозвілля;

- інформаційно-консультативні послуги [2].

Ми хочемо виділити такі сильні сторони у ресторанному господарстві, як: оригінальність і традиційність кухні, висококваліфіковані кухарі, надійна репутація, високий рівень обслуговування клієнтів, використання сучасних технологій та інше [3].

Однак незважаючи на ці всі сильні сторони слід зазначити, що сучасний світ знаходиться в тяжких політичних та пандемічних умовах.

Тому що наприкінці лютого 2022 року різні галузі, в тому числі й ресторанний бізнес, призупинили свою діяльність через бойові дії на території нашої держави. Український бізнес зазнав більших втрат, ніж за час пандемії. Наслідки завданої шкоди важко оцінити, оскільки бізнес по всій території країни досі під загрозою. Залежно від низки факторів і умов власники ресторанного бізнесу почали повертатись до роботи та

відновлювати діяльність, перш за все, задля підтримки фінансового становища країни [4].

Щодо ресторанного бізнесу в Чернівецької області, то він має перспективи розвитку, тобто володіє вагомим потенціалом, оскільки це єдина територія, на якій не проводяться воєнні дії і більшість рестораторів перевели свій бізнес сюди. Хочемо зазначити, що до війни у Чернівцях функціонувало понад 110 ресторанів, а під час війни на сьогодні вже працює близько 132-х ресторанів. Тобто можна сказати, що приблизно на 20% ресторанне господарство зросло. А це є ще однією перспективою для ресторанного господарства Чернівців.

Проте існує низка проблем, що можуть створити перешкоди для успішного його функціонування, а саме:

- відсутність чи недосконала організація управління;
- підвищення цін на продукцію, що у свою чергу призвело до зростання ціни на страви;
- зменшення кількості персоналу у зв'язку з мобілізацією [5].

Таким чином, виходячи з аналізу основних тенденцій, що склалися на ринку ресторанних послуг, з метою подальшого його ефективного розвитку, вважаємо за доцільне запропонувати заходи, що дозволять закладам ресторанного бізнесу зберегти свої позиції на ринку, і, можливо, вийти на якісно новий етап свого розвитку. А саме:

1. Урізноманітнення меню. Більшість закладів ресторанного бізнесу мають стандартне меню, що призводить до того, що клієнти вибирають місце харчування за принципом, де ближче чи зручніше.

2. Перегляд цінової політики. Діяльність закладів ресторанного бізнесу прямо залежить від цінової політики. З одного боку, фінансово-економічна криза, що зменшує зростання прибутку. З іншого боку, скорочується кількість відвідувачів, що веде до зниження обороту. Таким чином необхідно визначити оптимальний рівень цін, щоб заклади були прибутковими, проте «не били по кишенях» відвідувачів.

3. Кейтерингова діяльність. Один із можливих засобів отримати додатковий прибуток для підприємства. Вона заснована на організації заходів у офісах або вдома, тобто мається на увазі виїзне обслуговування, що зараз активно розвивається.

4. Впровадження інновацій у розвиток закладів ресторанного господарства. Установка системи автоматизації розв'язує проблеми ефективного використання робочого часу персоналу і спростить ведення управлінського, бухгалтерського і податкового обліку [6].

Отже, ресторанна справа є однією з найбільш значущих складових індустрії харчування, яка, у свою чергу, орієнтована на споживача, задоволення потреб якого є кінцевим результатом ділової активності

підприємства. Таким чином, лише ефективне ведення бізнесу є запорукою успішного розвитку галузі загалом. Можна зробити висновок, що фінансово-економічна криза пройшла практично непомітно для ресторанного бізнесу Чернівецької області. Адже спостерігається щорічне зростання показника роздрібного товарообороту закладів ресторанного бізнесу, з року в рік збільшується кількість об'єктів ресторанного бізнесу. Це свідчить про позитивну тенденцію розвитку даного сектора економіки, а, отже і Чернівецької області загалом.

Список використаних джерел:

1. URL: https://studopedia.com.ua/1_129371_restorannogo-gospodarstva.html.
2. URL: https://studopedia.com.ua/1_129371_restorannogo-gospodarstva.html.
3. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nts/article/download/1594/1592/1598>.
4. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nts/article/download/1594/1592/>.
5. URL:
<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/26913/1/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D0%9F%D0%A2%D0%91%D0%94.pdf>.
6. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/golovachuk2.htm.

Семовінчик Вікторія,

наук. кер. – Незвещук-Когут Тетяна,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СТАНДАРТІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

За результатами дослідження компанії Media News USA & World Report, яке було проведено у 2020 році, визначено, що готелі втрачають більшу частину своїх споживачів через низьку якість обслуговування. За аналогічним онлайн-дослідженням, проведеним у 2016 році за підтримки Top Hotels, визначено, що сучасні споживачі цінують високоякісний сервіс, тобто чуйність персоналу та готовність допомогти (60%), індивідуальний підхід (8%), решта (32%) респондентів визначають, що критерій якості визначається кількістю додаткових послуг.

Для задоволення всіх потреб споживачів готельних послуг перш за все потрібно забезпечити комфортність його проживання, високу якість обслуговування, тобто створити атмосферу затишку та гостинності. Для забезпечення таких умов перебування готель створює власні правила проживання, які регулюють права і обов'язки як гостя, так і готелю, як

рівнозначних сторін. Також розробляються власні стандарти обслуговування, які гарантують постійний рівень якості готельних послуг.

Враховуючи сучасні тенденції розвитку сфери туризму, що характеризуються негативним впливом зовнішніх факторів, та зважаючи на сучасні умови господарювання суб'єктів споживач є ключовою фігурою при реалізації вимог стандартів якості готельних послуг, які надаються йому, залежно від якої і визначається ціна на реалізований гостю готельний продукт. Індустрія гостинності введенням стандартів на готельне обслуговування, застосування сертифікації послуг визначає способи і критерії оцінки якості своєї діяльності і дозволяє створити у споживачів упевненість в тому, що зручності або послуги надаються туристу і рекреанту в рамках чітко визначених норм і правил.

Зазначимо, що стандарт – це нормативний документ, заснований на консенсусі, прийнятий визнаним органом, що встановлює для загального і неодноразового використання правила, настанови або характеристики щодо діяльності чи її результатів, та спрямований на досягнення оптимального ступеня впорядкованості в певній сфері.

Відповідно стандарт обслуговування – це комплекс обов'язкових щодо виконання правил обслуговування клієнтів, які повинні гарантувати встановлений рівень якості всіх операцій. Стандарт обслуговування визначає формальні критерії, за якими оцінюється якісний рівень обслуговування клієнтів та діяльності будь-якого співробітника. Одним з яскравих прикладів міжнародних стандартів технічної якості обслуговування є стандартизація готельного сервісу: готелі ранжуються за кількістю зірок (балів, корон), що визначають рівень обслуговування.

Зважаючи на різноманітність національних систем класифікації існують головні критерії визначення рівня комфорту у готелях, які можна об'єднати у дві групи:

1. Стан матеріально-технічної бази, приміщень, локація, функціональна організація приміщень, їх площа, технічне оснащення, обладнання номерів.

2. Якість обслуговування, що залежить від компетентності персоналу та від рівня організації роботи служб готелю.

Перша група показників, або «статичні» показники комфорту, плануються на етапі проектування та зведення споруди готелю й залежать від архітектурно-планувальних особливостей будівлі, функціонального складу та площі приміщень, їх технічного оснащення. Статичні показники залишаються незмінними протягом багатьох років і

саме вони є основою щодо оцінки рівня комфортності готелю. Без зміни цих показників неможливо кардинально змінити й рівень комфорту [2].

До другої групи відносяться «динамічні» показники комфорту, які визначаються на етапі експлуатації готелю. До них належать характеристики санітарного стану приміщень, асортименту та якості процесу надання послуг, кваліфікації та професійних навичок персоналу, культури спілкування тощо. Ці показники легше піддаються вдосконаленню. Але підвищити класність готелю за рахунок вдосконалення «статичних» показників можна лише в тому разі, якщо це дозволяє будівельний стандарт споруди готелю [2].

За аналогією у міжнародній системі стандартизації та сертифікації послуг готелів також існують два підходи:

- «кількісний», коли при віднесенні готелю до певної категорії беруться до уваги нормативи площі приміщень, відсоткового співвідношення кількості номерів з санвузлом, телефоном та іншими зручностями у загальній кількості місць, наявність відповідного асортименту послуг;

- «якісний», коли оцінюється місце розташування готелю відповідно до його призначення, якісні показники процесу надання послуг, санітарний стан території та будівлі, досконалість меблів та обладнання, рівень кваліфікації персоналу тощо.

Досліджуючи внутрішні стандарти закладів розміщення нами було виявлено, що найважливішими вимогами, пропонованими до персоналу контактних служб, є такі:

– охайний і привабливий зовнішній вигляд (відповідна зачіска, манікюр, макіяж, одяг, прикраси тощо.);

– бездоганна манера поведінки;

– знання етики і психології спілкування;

– комунікабельність;

– знання іноземних мов;

– обмеження віку (наприклад, для порт'є по прийому – вік до 30 років).

Серед фахівців в області готельного і ресторанного менеджменту популярна класифікація персоналу контактних служб, що включає наступні типи:

1) «заморожені» – персонал, що повільно реагує на звертання і прохання гостей, що не виявляє ніякої особистої ініціативи, щоб чимось допомогти гостям, дуже рідко посміхається;

2) «гастрофабрика» – персонал, що створює обслуговування за типом конвеєра, коли думка гостей узагалі не враховується;

3) «дружній хаос» – персонал нічого не робить, проте одночасно люб'язний, ввічливий і усміхнений;

4) персонал, що надає обслуговування з високою якістю.

Найважливішими ж вимогами, пропонованими до персоналу неконтактних служб, є наявність фахової освіти і досвід роботи в даній сфері.

Із загальних правил для персоналу виділимо найважливіші:

– працівник готелю повинен бути завжди готовий надати гостеві послугу тоді, коли ця послуга потрібна, а не тоді, коли це зручно працівникові;

– працівник повинен демонструвати позитивне ставлення до гостя: показувати повагу, вести бесіду бездоганно чемно, дружлюбним тоном, ні в якому разі не підвищуючи голосу, не виявляти свого незадоволення, демонструвати, що співробітник стурбований його проблемою;

– працівник готелю повинен посміхатися гостеві, підтримувати позитивний контакт очима. У розмові з гостями використовувати відповідні фрази («доброго ранку»; «звичайно, я із задоволенням зроблю це» тощо);

– тактовно інформувати гостя і повідомляти йому навіть неприємні новини;

– жоден працівник готелю не має права сперечатися з гостем.

Існують і певні стандарти гостинності, зокрема:

– запам'ятовувати імена гостей, їх звички, улюблені напої;

– по можливості приділяти всім гостям однакову увагу;

– пам'ятати правила: гість завжди повинен бути задоволений; гість є найважливішим особою в готелі незалежно від того, чи присутній він особисто, звертається письмово або по телефону;

- гість є живою людиною зі своїми забобонами і помилками, а не предметом сухої статистики;

- гість є невід'ємною частиною бізнесу, а не сторонньою особою.

Окрім зазначених стандартів часто у готелях запроваджуються правила «Не можна», зокрема не дозволяється:

– показувати гостеві, подобається він чи ні;

– розпитувати гостя про особисте життя;

– прислухатися до розмов гостей;

– висловлювати свою думку без відповідної пропозиції гостя;

– обговорювати з гостями питання політики і релігії;

– лягати з колегами в присутності гостей;

– показувати своє несхвалення нетверезому гостю;

– розмовляти з колегою, коли гість чекає.

Окремим стандартом у закладах сфери гостинності є стандарти телефонних розмов та правила етикету. Зокрема необхідно:

- відповідати не пізніше ніж через три телефонні дзвінки і завжди з посмішкою;
- представитися, назвавши свій готель (або службу готелю) і свою прізвище;
- якщо немає можливості відразу відповісти на дзвінок, необхідно попросити передзвонити або записати номер телефону;
- не змушувати гостя чекати інформації більш 45 секунд;
- якщо на відповідь потрібно більше часу, слід запитати гостя, згоден він почекати або з ним треба зв'язатися пізніше;
- не слухати розмови по телефону між іншими людьми;
- по можливості не переадресовувати дзвінки.

Залежно від категорії та типу готелю власники можуть розробляти власні стандарти обслуговування на всі технологічні процеси, які відбуваються у готелях. Однак, в умовах повномасштабної війни в Україні варто враховувати факт морального та психологічного виснаження як гостей, так і співробітників. З цією метою готелю потрібно впроваджувати для персоналу розвантажувальні психологічні тренінги та навчання щодо правил поведінки в екстрених та критичних ситуаціях. При цьому варто враховувати той факт, що безпека гостя та персоналу є ключовим та пріоритетним фактором діяльності підприємства готельного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Полчанінова І. Л. Конспект лекцій з дисципліни «Міжнародні стандарти обслуговування в засобах розміщення» для студентів 3 курсу денної форми навчання напряму підготовки 6.030601 – Менеджмент.; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ імені О. М. Бекетова, 2017. 64 с.
2. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2-е вид. перероб. та доп.. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
3. Незвешук-Когут Т. С. Проблеми та напрями підвищення ефективності управління якістю обслуговування на туристичних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2015. С. 17-23.

Баженова Наталія,
наук. кер. – Урсакій Юлія,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Інформаційна технологія – це сукупність методів, виробничих процесів та програмно-технічних засобів, об'єднаних у технологічний ланцюжок, що забезпечує виконання інформаційних процесів з метою підвищення їхньої надійності та оперативності і зниження трудомісткості ходу використання інформаційного ресурсу.

Інформаційні технології – одні з найважливіших досягнень діяльності людства. Використання інформаційних технологій дає можливість створити сприятливі умови для розвитку економіки, стимулювати зростання продуктивності праці та підвищення заробітної платні, полегшити організацію комунікацій на всіх рівнях управління, швидко знижувати матеріало- та енергоємність окремого виробництва і національної економіки загалом [1].

Для інформаційних технологій є цілком природним те, що вони застарівають і замінюються новими.

Так, наприклад, на зміну технології пакетного опрацювання програм на великий ЕОМ в обчислювальному центрі прийшла технологія роботи на персональному комп'ютері на робочому місці користувача. Телеграф передав всі свої функції телефону. Телефон поступово витісняється службою експрес доставки. Телекс передав більшість своїх функцій факсу та електронною поштою.

При впровадженні нової інформаційної технології в організації необхідно оцінити ризик відставання від конкурентів у результаті її неминучого старіння, тому що інформаційні продукти, як ніякі інші види матеріальних товарів, мають надзвичайно високу швидкість змінюваності новими видами або версіями. Періоди змінюваності коливаються від декількох місяців до одного року. Якщо в процесі впровадження нової інформаційної технології цьому фактору не приділяти належної уваги, можливо, що до моменту завершення переходу фірми на нову інформаційну технологію вона вже застаріє і прийдеться вживати заходів до її модернізації. Такі невдачі з впровадженням інформаційних технологій звичайно пов'язані з недосконалістю технічних засобів, тоді як основною причиною невдач є

відсутність або слабка опрацьованість методології використання інформаційної технології [3].

Сучасні інформаційні технології міцно увійшли в наше життя. Застосування ЕОМ стало буденною справою, хоча ще зовсім недавно робоче місце, обладнане комп'ютером, було великою рідкістю. Інформаційні технології відкрили нові можливості для роботи і відпочинку, дозволили багато в чому полегшити працю людини.

Сучасне суспільство навряд чи можна уявити без інформаційних технологій. Перспективи розвитку обчислювальної техніки сьогодні складно уявити навіть фахівцям. Проте, ясно, що в майбутньому нас чекає щось грандіозне. І якщо темпи розвитку інформаційних технологій не скоротяться (а в цьому немає ніяких сумнівів), то це відбудеться дуже скоро.

З розвитком сучасних інформаційних технологій зростає прозорість світу, швидкість і обсяги передачі інформації між елементами світової системи, з'являється ще один інтегруючий світової фактор. Це означає, що роль місцевих традицій, що сприяють самодостатньому інерційному розвитку окремих елементів, слабшає. Одночасно посилюється реакція елементів на сигнали з позитивним зворотним зв'язком. Інтеграцію можна було б тільки вітати, якби її наслідком не ставало розмивання регіональних і культурно-історичних особливостей розвитку.

Сучасні інформаційні технології увібрали в себе ладиноподібні досягнення електроніки, а також математики, філософії, психології та економіки. Утворений в результаті життєздатний гібрид ознаменував революційний стрибок в історії інформаційних технологій, яка налічує сотні тисяч років.

Сучасне суспільство наповнене і пронизане потоками інформації, які потребують обробки. Тому без інформаційних технологій, так само як без енергетичних, транспортних і хімічних технологій, воно нормально функціонувати не може.

Соціально-економічне планування і управління, виробництво і транспорт, банки та біржі, засоби масової інформації і видавництва, оборонні системи, соціальні та правоохоронні бази даних, сервіс і охорона здоров'я, навчальні процеси, офіси для переробки наукової та ділової інформації, нарешті, Інтернет – усюди ІТ. Інформаційна насиченість не тільки змінила світ, а й створила нові проблеми, які не були передбачені [4].

На сучасному етапі інформаційних технологій, ступінь розвитку інформаційного простору стає безпосереднім чинником становлення активного та свідомого громадянина, національної конкурентоспроможності.

Таким чином, інформатизація суспільства – це глобальний соціальний процес, особливість якого полягає в тому, що домінуючим видом діяльності у сфері суспільного виробництва є збір, нагромадження, продукування, оброблення, зберігання, передача та використання інформації, здійснювані на основі сучасних засобів мікропроцесорної та обчислювальної техніки, а також на базі різноманітних засобів інформаційного обміну, що забезпечує: активне використання інтелектуального потенціалу суспільства, зосередженого в друкованому фонді, в науковій, виробничій та інших видах діяльності його членів; інтеграцію інформаційних технологій в наукових та виробничих видах діяльності, ініціюючи розвиток усіх сфер суспільного виробництва, інтелектуалізацію трудової діяльності; високий рівень інформаційного обслуговування, доступність будь-якого члена суспільства до джерел достовірної інформації, візуалізацію представленої інформації [5].

Список використаних джерел:

1. Єдинак В. С. Розвиток інформаційних технологій в Україні. *Наукові доробки молоді – вирішенню проблем європейської інтеграції* : збірник наукових статей. У 2 т. Т. 1. Харків: Континент, 2008.
2. Шкраб'юк Н. В. Перспективи розвитку інформаційних технологій в Україні. URL: http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Informatica/68784.doc.htm (дата останнього звернення: 25.11.2022).
3. Проблеми і перспективи використання інформаційних технологій. *StudFiles*. URL: <https://studfile.net/preview/5081707/page:4/> (дата останнього звернення: 25.11.2022).
4. Проблеми і перспективи використання інформаційних технологій. *Helpiks*. URL: <https://helpiks.org/5-41180.html> (дата останнього звернення 25.11.2022).
5. Шевчук Т. В., Кравчук Г. Т. Стан і перспективи розвитку інформаційних технологій в Україні. *Науковий вісник НЛТУ України*. URL: <http://out.easycounter.com/external/nv.nltu.edu.ua> (дата останнього звернення 25.11.2022).

Слежук Василина,

наук. кер. – Урсакій Юлія,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Зараз наше суспільство живе в епоху масової цифрової трансформації, яка характеризується величезною кількістю техніко-технологічних змін, величезною кількістю інформаційних операцій, доступом до глобальних інноваційних процесів і значним прогресом у тому, як підприємства використовують різноманітні інформаційні технології. Спілкування та пересилання інформації, стають незамінними

елементами індивідуального та професійного життя. Новітні об'єднані процеси підприємницьких структур у всесвітньому інформаційному просторі є одним із переважаючих факторів їх дійової практики у майбутньому і підстрахування конкурентоспроможності в торгових умовах. Технології і системи інформації осягають усю діяльність та ухвалення завдань, що спроектовані в суспільстві завдяки ресурсам ПК і відповідних додатків. Інформаційний простір гарантує широкий вибір певних ресурсів, призначених для отримання, обробки, зберігання та передачі інформації. До одних з основних частин сучасних інноваційних перетворень належать інформаційні системи та технології, спроможні продукувати великі обсяги інформації та знань, поширювати їх на великі відстані, зберігати та оброблювати нові інтелектуальні продукти національних і міжнародних економічних систем.

Динамічний розвиток світового ринку інформаційних технологій істотно впливає на розвиток світової економіки, а розробка та впровадження нових інформаційних технологій оптимізує виробничі процеси, дозволяє більш ефективно використовувати ресурси та прискорює обмін інформацією. Швидке піднесення інформаційних комп'ютерних технологій, покращення технічної платформи і розробка принципово нових класів програмних продуктів призвело у наші дні до зміни підходів до автоматизації управління виробництвом.

Новітні кооперації та установи застосовують інформацію та комунікаційні технології для покращення якості своєї діяльності та посилювання власного доходу. Мережа Інтернет здатна охопити будь-яке підприємство та клієнтів з усіх країн. Також чималу роль відіграє маркетинг, який також розвивається завдяки Інтернету. Кожна велика кампанія створює власний веб-сайт, який допомагає інформувати майбутніх клієнтів про напрям свого бізнесу, про нові рекламні кампанії або події які відбуваються щоденно. А також, все більше організацій стали використовувати соціальні мережі, для того щоб охопити якомога більше потенційних клієнтів. Якісні перемини в системі управління особовим складом є незамінною умовою ефективного функціонування та процвітання будь-якого індустріального підприємства. Збільшення кількості матеріальних благ суттєво впливає на зміну структури споживання працівників, що має позитивно вплинути на мотивацію праці та принципи збалансованості виробничої та економічної поведінки. Тримати зв'язок із працівниками, клієнтами або інвесторами, також значно зручніше завдяки інформаційним технологіям.

Дякуючи існуючим інноваційно-технологічним опрацюванням, ведення бізнесу стало в багато разів зручнішим і ефективнішим. Доволі часто здобуток реалізації запланованих проектів залежить від

ефективності управління ними. Інформаційно-комунікаційні технології в разі покращують ходи управління організаціями та підприємствами в найкращі із можливих терміни. Дякуючи підходящим комунікаторам менеджери можуть оперативнo віддавати накази і ревізувати їх виконання, для прикладу нинішні платформи та хмарні обчислення дають змогу розміщувати багато інформації та надавати швидкий доступ до потрібних даних. Для того, щоб відкрити ідею процесів економічного зростання, яке має дати діджиталізація, компанії мають діяти рішуче та стратегічно. Дуже важливим аспектом є коректно розроблена стратегія, котра буде зрозуміло визначати основні конкурентні пріоритети підприємства на основі впровадження інформаційних технологій. Успішні фірми ясно розуміють своє призначення у ринковому середовищі, сприймаючи свідомо яким чином вони створюють додану вартість. В наслідок чого, вони є вірними особистим, унікальним специфікам, спроможні впроваджувати інноваційні розробки для накопичування власних потужностей, для того щоб успішно розвиватися в сприятливих умовах, сучасного цифрового світу. Доцільно сформована стратегія повинна бути сміливою по відношенню до планування прибутковості підприємства, і тогочасно ж ґрунтуватися на практичній складовій. Також важливим є те щоб уряди в центрі поставили користувача інформаційних технологій, надавши йому необхідний доступ до мережі Інтернет. Для того щоб створювати найкращі технологічні рішення, вирішувати проблеми та досягати соціально-економічних змін, потрібно розуміти поведінку, проблеми та потреби користувачів інформаційних технологій. Безперервне прислуховування до загальнодоступних відгуків та рекомендацій абонентів і реалізація стратегій, заснованих на розумінні потреб громадян, впливатиме на запровадження дієвих інновацій.

Цифрова першість вимагає рішучих дій та оперативного реагування на виклики ринкового середовища. Найкращі конкурентні переваги, матимуть ті підприємства, які швидко набувають потрібних якостей. Реалізація зазначених заходів та їх виконання визначатиме стратегічний напрямок важливого соціально-економічного розвитку. Уряди та роботодавці мають величезні економічні можливості для повного використання потенціалу цифрових технологій. Безсумнівно, значне розширення сфери діяльності, що відповідає за створення та проектування інформаційно-комунікаційних технологій, має великий вплив на розвиток не тільки компаній, але й економіки в цілому. Збільшуються інвестиції в сектор інформаційно-комунікаційних технологій, що фактично покращує рівень і якість їх продукції, знижує цінову політику, у тому числі популяризація Інтернету та розвиток

електронної торгівлі. Разом з тим, швидкий процес управління, як нелегке комплексне завдання, потребує якісної взаємодії різного роду ресурсів.

Враховуючи сучасну тенденцію глобалізації економічного розвитку, інформаційні ресурси відіграють ключову роль у діяльності будь-якого суб'єкта ринкової економіки, забезпечуючи автоматизацію бізнес-процесів компанії та більш прозоре та гнучке управління. Приєднання інформаційних технологій до процесу управління підприємством здатне забезпечити його спроможність конкурувати на ринку, а це означає можливість зайняти вигідне місце в маркетинговому середовищі, яке постійно змінюється.

Отже, як підсумок наслідком необхідності одночасної обробки величезної кількості аналітичних та оперативних даних, які характеризують фінансові, виробничі та економічні процеси, для швидкого прийняття управлінських рішень, стає питання про потребу в застосуванні автоматизованих інформаційних технологій. Їх впровадження призведе до змін у формах і методах корпоративного управління, забезпечить більш масштабну та функціональну організаційну структуру управління, набуде більшого значення як важливий інструмент науково-технічного та соціально-економічного розвитку суспільства.

Список використаних джерел:

1. Клепікова О. А. Сучасний стан і місце інформаційних технологій в управлінні підприємством. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент.* 2013. № 5. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nvmgu_eim_2013_5_17.pdf
2. Луїс Очоа Сігуенсія. Сучасні інформаційні технології в управлінні бізнесом. Польща, Ченстохова : Видавництво Інституту досліджень та інновацій в освіті, 2018. С. 216-233. https://www.researchgate.net/publication/326649165_CONTEMPORARY_INFORMATION_TECHNOLOGIES_IN_BUSINESS_MANAGEMENT

Гридньова Дар'я,
наук. кер. – Золотухіна Олена,
Відокремлений структурний підрозділ «Харківський
торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»,
м. Харків

ІННОВАЦІЙНІ ЗМІНИ В КЛАСИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ – ВІЗИТІВКА СУЧАСНОГО РЕСТОРАННОГО ЗАКЛАДУ

Для заохочення клієнтів заклади ресторанного господарства використовують різноманітні інноваційні способи як в ресторанному сервісі, так і в харчовому виробництві: удосконалюють меню, додають нові продуктові інгредієнти до рецептури, змінюють технологічні процеси, поєднують продукти з різними органолептичними показниками та інше. Всі ці способи мають за мету одне – перетворити випадкового клієнта на постійного відвідувача закладу.

Зазвичай, в основу усіх змін в харчовому виробництві, покладено класичну технологію приготування страв, далі, після тривалих розробок та апробацій, технологія базової рецептури удосконалюється інноваційним продуктом, в результаті чого отримують нову страву з новими властивостями: борщ з грушами, ікра зі смаком полуниці, м'ясо глазуроване карамеллю, м'ясні рулети з креветками, та інше.

Як об'єкт удосконалення ми пропонуємо розглянути м'ясні ковбаски. Ковбасні вироби - це продукт який є у холодильнику кожної другої сім'ї. Українська м'ясопереробна промисловість випускає широкий асортимент цих продуктів: вироби дрібнодисперсного подрібнення м'яса (варені ковбаси, м'ясні хліба, сосиски, фаршировані ковбаси, сардельки), вироби грубо дисперсного подрібнення м'яса (напівкопчені, варено-копчені, сиров'ялені, сухі ковбаси), вироби із субпродуктів (ліверна, кров'яні ковбаси) та інші. Ознайомившись з сучасним ринком та споживчим попитом на ковбасні вироби усвідомлюєш, що він величезний та різноманітний. Ковбасні вироби належать до групи харчових продуктів, які не потребують додатково часу на приготування, дуже легкі у використанні та розраховані на споживачі з різним рівнем доходу. Окрім цього, ковбасні вироби мають високу харчову та біологічну цінності, тому що містять у своєму складі необхідні для організму людини органічні речовини. М'ясні ковбаски мають попит серед споживачів, оскільки з них можна приготувати як смачний бутерброд, так і самостійну гарячу страву з гарніром або без.

Для того, щоб вирішити, який саме продукт будемо вводити в рецептуру як інноваційний інгредієнт, пригадаємо з чого виробляють

ковбасні вироби. Кращою є та ковбаса в якій більше м'яса. Але не тільки кількість м'ясної сировини впливає на якість кінцевого продукту, якість та термічний стан м'яса, категорія вгодованості тварини також мають велике значення. Так, варені ковбаси, сосиски, сардельки, м'ясні хліба готують, як правило, тільки з парного м'яса, отриманого від молодняка, тоді як для приготування групи ферментативних ковбас (сиров'ялених, сирокочених) використовують м'ясо, отримане від дорослих тварин в охолодженому або підмороженому стані. Крім того, обов'язковим компонентом будь-якої рецептури ковбасних виробів є спеції та приправи, завдяки яким формуються смакові, ароматичні, а інколи й візуальні властивості продуктів. До рецептури ковбасних виробів додають наступні спеції: часник, кмин, коріандр, білий та чорний перець, мускатний горіх та ін. Всі складові технологічного процесу більше зрозумілі фахівцям м'ясопереробної галузі та інженерам-технологам харчових виробництв, а для споживачів важливішими є смак, якість та ціна.

Для інноваційного удосконалення асортименту м'ясних ковбасок гриль, пропонуємо додати до класичної рецептури ковбасних виробів сушені томати. Томати це найвідоміші у світі сільськогосподарські культури. Хімічний склад помідорів характеризується вмістом білків, вуглеводів, вітамінів (Е, В, С), макро- (калій, кальцій, магній, натрій, фосфор) і мікроелементів (кобальт, марганець, молібден, фтор), органічних кислот: лимонна, щавлева, янтарна, яблучна, винна. Окрім цього у помідорах є: каротин, клітковина, жир. Більшість з цих речовин містяться у сирих продуктах, а чи зберігають вони свої властивості після термічної обробки, це вже питання.

Своїм яскравим кольором томати завдячують каротиноїдному пігменту- лікопену. Кількість цієї речовини в помідорах підвищується саме після термообробки (запікання, сушіння) майже у два рази. А що стосовно користі лікопену? Перелік корисних властивостей дійсно вражає: потужний протираковий антиоксидант, очищує організм, уповільнює старіння клітин організму, поліпшує зір, зміцнює кістки, надає протизапальну дію ниркам, позитивно впливає на серце та судини, захищає від ультрафіолету, омолоджує шкіру, зміцнює волосся та інше [3]. Ознайомившись з хімічним складом та корисними властивостями томатів, рекомендується додавати їх в дрібнодисперсну ковбасну масу в сушеному вигляді на стадії перемішування фаршу.

Таким чином, додавання до рецептури м'ясних ковбасок сушених томатів збагатить її властивостями цих овочів та розширить асортимент. Страви приготовані на грилі завжди матимуть попит у споживачів, а

якщо при цьому клієнт отримує новий смак з корисними властивостями, то страва може стати візитівкою ресторанного закладу.

Список використаних джерел:

1. Харчові технології у прикладах і задачах : підручник / Л. Л. Товажнянський та ін. Київ : ЦУЛ, 2008. 576 с.
2. Влащенко Н. В. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посіб. / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2018. 373 с.
3. Що таке лікопен: 15 корисних властивостей. URL: <https://primaflora-shop.in.ua/blog/likopin> (дата звернення: 16.11.2022).

Забурмеха Андрій,

наук. кер. – Струтинська Любов,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ТЕХНОЛОГІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ПАЖИТНИКУ ЯК ПЕРСПЕКТИВНОЇ СИРОВИНИ У ТЕХНОЛОГІЯХ РЕСТОРАННОЇ ПРОДУКЦІЇ

Одним із перспективних напрямів підвищення харчової цінності та розширення асортименту ресторанної продукції є збагачення її нетрадиційними видами рослинної сировини, яка характеризується високими поживними та смаковими властивостями. Серед широкого ряду рослин, що використовуються у технологіях харчової продукції, є пажитник.

Гуньба сінна (пажитник, буркотина, грецьке сіно, окладник, сіре зілля, шамбала, фенугрек, чаман, грибна трава) – однорічна пряно-ароматична рослина. Належить до родини бобових. Рекомендовано використовувати у медицині та харчових технологіях. Завдяки своїм властивостям позитивно впливає на роботу нервової системи, покращує імунітет, ефективно виводить холестерин, очищує від токсинів та шлаків, є сильним афродизіаком. Окрім того, насіння пажитника не містить глютену, що дозволяє його використовувати в харчуванні людей, які хворіють на целиакію.

Насіння пажитника містить ефірні олії, флавоноїди, органічні кислоти, смоли, ненасичені і насичені жирні кислоти, фітостероли, таніни, лецитин, харчові волокна, білки, вуглеводи. У складі також є вітаміни: С, А, В9, В4, В2, В3 та мікроелементи: Zn, Na, K, Fe, Mg, F, Se, Cu, Mn. У таблиці 1 подано характеристику харчової цінності насіння пажитника у 100 г продукції.

Досліджуване насіння містить пажитникову камедь, яка використовується в харчовій промисловості як стабілізатор (добавка

E417). У харчових технологіях використовують сухе та змелене насіння. З сухого насіння готують чай. Його беруть за основу приправ карі і хмелі-сунелі та спецій, які додають при приготуванні бобових.

Таблиця 1

**Харчова цінність насіння пажитника,
у 100 г продукту**

Назва	Вміст у 100 г насіння
<i>Вітаміни</i>	
A	60 мг
C	3 мг
B6	0,6 мг
B2	0,366 мг
B1	0,322 мг
<i>Мікроелементи</i>	
Калій	770 мг
Фосфор	296 мг
Магній	191 мг
Кальцій	176 мг
Натрій	67 мг
Залізо	33,53 мг
Селен	6,3 мг
Цинк	2,5 мг
Мідь	1,11 мкг
<i>Біологічна цінність</i>	
Білки	23 г
Жири	6,4 г
Вуглеводи	58,4 г
<i>Енергетична цінність</i>	
323 ккал	

Подрібнене насіння є природнім загусником. Обсмажене насіння набуває присмаку та аромату паленого цукру. Тому воно може бути оригінальним інгредієнтом при виробництві крафтових сортів твердого сиру та використовуватись у крафтових технологіях хлібобулочних виробів. Сире насіння додають в перші страви та салати. Цей компонент рекомендовано використовувати у невеликих кількостях через гіркий і пряний смак, в якому присутні одночасно солодкість та гіркота. Окрім насіння використовують і засушене подрібнене листя пажитнику. Його додають до м'ясних, овочевих, рибних страв. Свіже листя може використовуватись як пряність у соусах, салатах, супах, м'ясних стравах, гарнірах та солодких стравах.

Враховуючи вищевикладену інформацію, насіння пажитника є корисним та перспективним додатковим інгредієнтом для

удосконалення традиційних та створення нових рецептур. Відмінні технологічні властивості насіння та вузький асортимент продукції з цією сировиною створює необхідність продовжувати наукові дослідження в цьому напрямку та розширювати асортимент ресторанної продукції з поліпшеною харчовою цінністю.

Список використаних джерел:

1. Властивості насіння пажитника, користь і шкода насіння пажитника. URL: <https://10000menu.ru/produkti/13942-vlastivosti-nasinnja-pazhitnika-korist-i-shkoda.html>.
2. Пряність Пажитник. URL: <https://flexi.com.ua/?p=4647>.

Іванюк Катерина,

наук. кер. – Паращук Анастасія,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

ТЕХНОЛОГІЯ ТОРТИЛЬЇ ОЗДОРОВОЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Останнім часом збільшується кількість людей з генетично обумовленою непереносимістю глютену (целиакія), які повинні вживати тільки безглютенові продукти. Целиакія (глютенова хвороба) - спадкове аутоімунне захворювання дітей і дорослих, що викликається постійною непереносимістю клейковини, або глютену [1,2].

Одним із інноваційних інгредієнтів є харчові волокна – їстівні частини рослин або аналогічні вуглеводи, стійкі до перетравлення і адсорбції у тонкому кишечнику.

Фізіологічна потреба у харчових волокнах для дорослої людини складає від 20 до 35 г на добу, для дітей старше 3-х років – 10-20 г на добу [5].

Тортилья – це тонкий коржик з пшеничного або кукурудзяного борошна [6]. У Мексиці ці коржі – основа для багатьох страв: бурітто, касаділья, фахітас та ін.

На основі аналітичного огляду літератури та в результаті проведених досліджень було встановлено оптимальну кількість рисових висівок, які доцільно вносити до складу тіста для тортильї. В модельних композиціях кукурудзяне борошно було замінено на висівки у кількості від 10 до 30%, а соняшникову олію на 100% замінено кулажованою олією [7-9].

На основі проведених досліджень розроблено технологію приготування тортильї «Оздоровча» та визначено, що кількість вуглеводів зменшилась на 19,8%, а вміст харчових волокон збільшився на 166,7 %. Вміст білку у дослідному зразку збільшився на 9,7%,

збільшився вміст калію, заліза, магнію; покращився вітамінний та жирно-кислотний склад виробу.

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що купажування традиційної соняшникової олії з іншим видом рослинної олії покращує біологічну цінність жиру за рахунок оптимальної збалансованості жирно кислотного складу і має практичне значення для оптимізації рецептурного складу продукції. Використання кукурудзяного борошна та рисових висівок дозволяє розширити асортимент безглютенової продукції в закладах ресторанного господарства, а регулярне споживання таких виробів знизить рівень цукру в крові, попередить розвиток серцево-судинних захворювань. Впровадження безглютенової тортільї з додаванням суміші олій є доцільним для покращення харчування населення України.

Список використаних джерел:

1. Губська О. Г. Целиакия. Про проблеми діагностики і лікування цієї хвороби в Україні. *Харчова та переробна промисловість*. 2008. №7. С. 24.
2. Михалик Д. С., Жуков Г. В., Николаенкова Л. И., Козлова И. С., Богданова Т. А. Целиакия: болезнь и образ жизни. *Земский врач*. 2012. №4. С. 35-38.
3. Шугурова Т. Инновационный подход к производству натуральных полуфабрикатов. *Оборудование*. 2007. №10. С. 32-33.
4. Сарафанова Л. А. Харчові волокна : користь для здоров'я та важливі технологічні функції. *Кондитерське та хлібопекарське виробництво*. 2009. №7. С. 4-7.
5. Сирохман І. В., Загородня В. М. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення : навч. пос. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 544 с.
6. Тортілья – ніж та вилка Мексики. URL: <http://www.sombrero.su/articles/tortilya-nozh-i-vilka-meksiki/>
7. Риженов В. Е. Особенности влияния насыщенных та ненасыщенных жирных кислот на обмен липидів, ліпопротеїдів та розвиток ішемічної хвороби серця. *Литання харчування*. 2002. №3. С. 40-45.
8. Рисові висівки. Склад, властивості, застосування і користь рисових висівок. URL: <http://inmoment.com.ua/beauty/health-body/rice-bran.html>

Корбан Ілля,

наук. кер. – Струтинська Любов,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,

м. Чернівці

ЕНЕРГООЩАДНІ ПЕКАРСЬКІ ПЕЧІ: НОВІ ТЕХНІЧНІ РІШЕННЯ В УМОВАХ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ КРИЗИ

Виробництво борошняних кондитерських та хлібобулочних виробів завжди затребуване, тому технології щодня вдосконалюються. Випікання борошняної продукції вимагає використання інноваційного устаткування високої якості. Важливо модернізувати та удосконалювати

всі етапи роботи, щоб в результаті отримати готовий виріб з високими споживними властивостями.

Сьогодні актуальним і надзвичайно необхідним є енергозберігаюче устаткування. В умовах війни та спричиненої нею енергетичної кризи необхідно провести переоснащення виробництв та адаптувати кондитерські та пекарські технології під сучасний стан. Вирішенням цієї проблеми є використання ротаційних та подових печей на пелетах.

Компанія «Алтунтоп Україна» пропонує ротаційні та подові печі, з встановленими ретортними пальниками, що дає змогу використовувати пелети будь-якої якості та зольності потужність 15–20 кВт. Джерелом енергії може бути електрика або газ. Конструкція дозволяє встановити у ротаційній або подовій печі парогенератор та теплообмінник. Внаслідок цього для вистоювання тіста з печі подається природнім шляхом і пара і повітря. За допомогою вивільненої пари будуть працювати у звичному режимі енергоємні процеси. Це рішення дає змогу заощадити 8–10 кВт/год.

Технічні особливості печі дозволяють оснащити пекарську камеру шамотним каменем, що являє собою плиту з природного кварцю світло-бежевого, рожево-бежевого чи бордового кольору. Для процесу випікання цей природній матеріал має необхідні якості: міцність та здатність витримувати високі температури. При цьому камінь не розшаровується і не тріскає, тому має довготривалий термін використання. Шамотний камінь створює ефект подової печі і розсіює тепло рівномірно. Він дає змогу отримати хрустку скоринку завдяки тому, що майже непомітні мікропори пекарського каменю вбирають вологу, яка виділяється з тіста при його нагріванні.

Також на печі передбачений змонтований шибер – заслінка для вентиляції з ручним регулюванням, щоб при відкриванні печі було менше диму та після вистигання хліба не розтріскувалася скоринка. В печі передбачене пультове та програмне керування.

Загалом, всі функції та технічні особливості конструкції пекарської печі компанії «Алтунтоп Україна» є суттєвими перевагами у порівнянні з аналогами. Використання їх на виробництві дає змогу скоротити технологічний процес у 2 рази. Там, де увесь процес зазвичай триває 12–18 годин, у цій печі – 6-8 годин. І немає значення, чи працює вона на газі, чи на електриці.

У виробництві борошнених кондитерських та хлібобулочних виробів важливий кожен етап, починаючи від підготовки сировини та закінчуючи випіканням. Питання економії енергетичних ресурсів сьогодні також є першочерговим. Тому необхідно оцінити всі переваги та недоліки технічного оснащення виробництв, врахувати кризовий

стан країни, знаходити оптимальні рішення щодо збереження енергоресурсів та підвищення якості готової продукції.

Список використаних джерел:

1. Обладнання для випічки хліба для пекарень. URL: https://uhl-mash.com.ua/ua/products/ustatkuvannya_dlya_vipichki_khliba_dlya_pekarni/
2. Харчові технології: пекарські, кондитерські, м'ясні та молочні. URL: <https://harch.tech/2022/11/08/altuntop-ukraina-pravyino-pidibrana-pich-pidvyshchue-produktyvnist/>

Купчук Тетяна,

наук. кер. – Паламарек Каріна,
Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ТЕХНОЛОГІЯ МУСУ «МОЛОЧНОГО» ПІДВИЩЕНОЇ БІОЛОГІЧНОЇ ЦІННОСТІ

На сьогодні існує проблема щодо використання вторинної сировини переробки молока, яка на даний момент використовуються не в повній мірі, а їх викиди у стічні води спричиняють значне погіршення стану довкілля. Сучасний технічний та технологічний рівень переробки молока дозволяє забезпечити повне використання побічних продуктів молочної переробки – молочної сухої сироватки, яка має підвищену кислотність, високу гігроскопічність, недоліки органолептичних властивостей (солонуватий та кислуватий смак), що значно обмежує її використання в приготуванні різних страв та виробів [1].

В Україні та світі спостерігається зростання попиту на концентрати молочної сироватки, яку використовують під час приготування молочної, м'ясної, хлібобулочної, кондитерської продукції. Інноваційні методи електродіалізу сухої демінералізованої сироватки, на відміну від звичайної сухої сироватки, дозволяють отримувати сироватку із низьким вмістом золи, зниженою кислотністю, приємним солодкуватим смаком, високим вмістом білку, лактози та мінеральних речовин, а покращена піноутворюваність та збивання продуктів під час приготування десертів, дозволяє значно розширити асортимент десертної продукції із покращеними органолептичними показниками та харчовою цінністю [2-3].

Хімічний склад демінералізованої суміш характеризується великою кількістю білку – 12 %, лактози – 75-80 %, мінеральних речовин: натрію – 651 мг, калію – 127 мг, кальцію – 510 мг, магнію – 65,23 мг, фосфору – 359 мг, натрію – 359 мг, цинку – 0,98 мг, заліза – 4,98 мг, марганцю – 17,61 мг [4].

Нами розроблено модельно-харчові композиції десертної страви – мус «Молочний» до рецептури якого додавали 2 %, 5 %, 8 % демінералізованої суміші із сироватки до маси мусу, замінюючи частково желатин та цукор (табл. 1).

Таблиця 1

Модельно-харчові композиції десертної страви мус «Молочний» з демінералізованою сумішшю із сироватки

№ з/п	Найменування продукту	Контроль	Дослід 1	Дослід 2	Дослід 3
1	Молоко	75	75	75	75
2	Цукор	12	11	8,5	4,5
3	Ванілін	0,3	0,3	0,3	0,3
4	Желатин	3	2	1,5	0,5
5	Вода для желатину	90	90	90	90
6	Демінералізована суміш із сироватки	-	2	5	8
Вихід		100	100	100	100

Рациональну кількість демінералізованої суміші із сироватки у рецептурі десертної страви – мус «Молочний» визначали за наступними показниками: смак та запах, колір, структура, консистенція, зовнішній вигляд (табл. 2).

Таблиця 2

Органолептична оцінка десертної страви – мус «Молочний» «з демінералізованою сумішшю із сироватки, бали

Зразок	Смак та запах	Колір	Структура	Консистенція	Зовнішній вигляд	Середня оцінка
Контроль	4,7	4,8	4,8	4,7	4,9	4,78
Дослід 1	4,8	4,9	4,9	4,9	4,9	4,88
Дослід 2	4,9	5,0	5,0	5,0	5,0	4,98
Дослід 3	4,7	4,7	4,9	4,8	4,9	4,8

За результатами органолептичної оцінки якості, найкращі показники отримав дослід №2 – до рецептури десертної страви вводили 5 % демінералізованої суміші із сироватки, замінюючи 1,5 г желатину та 3,5 г цукру. Отриманий мус має покращений смак та запах – чистий, молочний, характерний для даного виду десерту; колір – молочний; структуру – однорідну, пористу; консистенцію – щільну, желеподібну. Із збільшенням вмісту харчової добавки значно погіршуються смакові властивості десертної страви.

Технологічний процес приготування десертної страви з демінералізованою сумішшю із сироватки наведено у вигляді рис. 1.

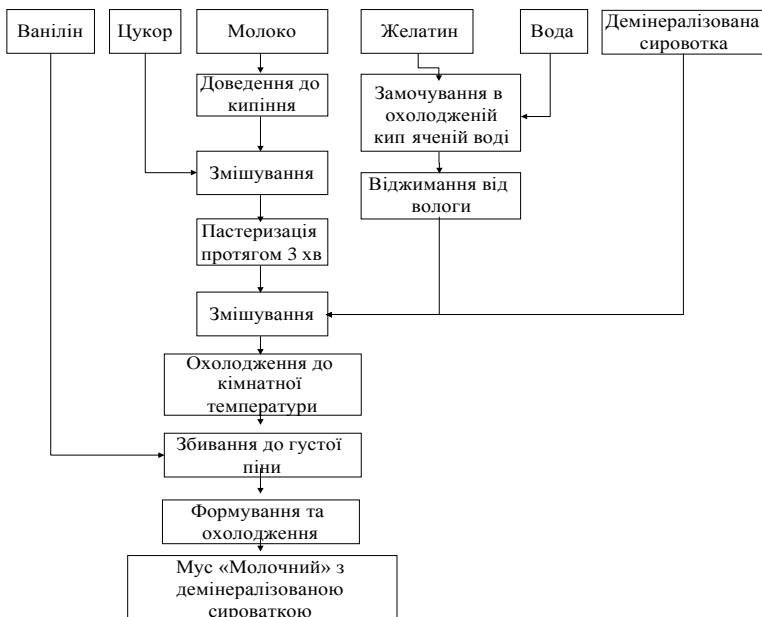


Рис. 1. Технологічна схема приготування десертної страви – мус «Молочний» з демінералізованою сумішшю із сироватки

Порівняльну характеристику контрольного та дослідного зразків десертної страви наведено у таблиці 3 [5].

Таблиця 3

Порівняльна характеристика контрольного та дослідного зразків десертної страви

Показники	Контрольний зразок	Дослідний зразок	Різниця, +/-	Відхилення
Білки, г	5,0	5,6	0,6	12%
Жири, г	2,8	2,83	0,03	1,07%
Вуглеводи, г	6,6	8,04	1,44	21,81%
Мінеральні речовини				
Калій, мг	114,82	121,17	6,35	5,53%
Кальцій, мг	107,82	133,32	25,5	23,65%
Магній, мг	12,43	15,69	3,26	26,22%
Натрій, мг	40,16	72,71	32,55	1,81 разів
Фосфор, мг	75,9	93,85	17,95	23,64%
Залізо, мг	0,116	0,365	0,249	3,14 разів
Марганець, мг	0,007	0,68	0,67	97,14 разів
Цинк, мг	0,313	0,362	0,049	15,65%
Мідь, мкг	57,35	49,75	7,6	13,25%

Використання демінералізованої суміші із сироватки в рецептурі десертної страви в кількості 5 г, дозволило збільшити вміст білку – на 12%; вуглеводів – на 21,81%; вміст мінеральних речовин: калію – на 5,53%; кальцію – 23,65%; магнію – 26,22%; натрію – в 1,81 разів; фосфору – на 23,64%; заліза – в 3,14 разів; марганцю – в 97,14 разів; цинку – на 15,65%. Із збільшенням кількості вуглеводів в десертній страві значно збільшується вміст лактози, а заміна цукру дозволяє ще й зменшити вміст цукрози.

Отже, використання демінералізованої суміші із сироватки в рецептурі мусового десерту на молочній основі суттєво покращує харчову цінність, збагачуючи його білками, вуглеводами – особливо лактозою, великою кількістю мінеральних речовин. За рахунок використання демінералізованої суміші із сироватки, десертна страва – мус «Молочний» має покращені органолептичні показники, смак та запах, колір, а також структуру та консистенцію, що зумовлено покращеними показниками піноутворення та збитістю молочної суміші за рахунок харчової добавки.

Список використаних джерел:

1. Гондар О. П., Романчук І. О. Зміна мінерального складу сухої молочної сироватки за різних методів оброблення. *Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету*. Вінниця, 2015. С. 94-99.
2. Мінова А. В., Романчук І. О. Переробка молочної сироватки із застосуванням електродіалізованої обробки. *Вісник аграрної науки*. Київ, 2010. С. 58-60.
3. Кравченко М. Ф., Рибчук Л. А. Нові види оздоблювальних кондитерських напівфабрикатів. *Праці Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного*, вип. 19(1). Мелітополь, 2019. С. 255-261.
4. Biotechnological aspects of improving the technology of raw sausages with multi-function modules. URL: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/123257/1/191-197.pdf>
5. Хімічний склад продуктів харчування. Кн. 1: Довідкові таблиці вмісту основних харчових речовин та енергетичної цінності харчових продуктів За ред. проф., д-ра техн. наук. Скуріхіна І. М., проф., д-ра мед. наук Волгарева М. Н. 2-ге вид., перероб. та дод. М.: ВО «Агропромідат», 1987. 224 с.

Рудницький Антон,

наук. кер. – Брикова Тетяна,

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

ЗАСТОСУВАННЯ ПЕРЕДОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА КУЛІНАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Кулінарна продукція – це готові страви, напої, напівфабрикати та вироби з них. Властивості в продукції ресторанного господарства в більшості випадків проявляються під час її формування і споживання, а

саме, при розробці, виробництві, її зберіганні, транспортуванні та використанні в закладах ресторанного господарства. Одні з головних чинників які розглядають в кулінарній продукції – це її якість, засвоюваність, енергетична та харчова цінність і безпека, тобто відсутність будь-якого ризику при споживанні кулінарної продукції.

В наш час технології відіграють важливу роль в ресторанному бізнесі. Шеф-кухарі з повагою відносяться до продуктів, до того як їх обробляють, як обчищають, як готують. З початку шеф-кухарі вчилися готувати по-радянському, потім вчилися готувати по-французьки або по-італійськи, і протягом певного часу виробляли свій стиль. Процес удосконалення існуючих технологій харчових продуктів і створення нових є безперервним, оскільки вітчизняна і світова наука постійно відкривають нові вітаміни, макро- та мікроелементи, та інші есенціальні інгредієнти їжі, оцінюють із сучасних позицій їхню роль у функціонуванні людського організму.

На нашу думку, добре вираженим представником прогресивних технологій в наш час можна віднести такий напрямок, як молекулярна кухня. Вона застосовує точні наукові факти та використовує їх в приготуванні кулінарної продукції, щоб дізнатися якої температури, який точний час варіння (смаження тощо) потрібний, щоб досягти найвищої якості, опираючись при цьому на наукові відкриття в галузі фізики та хімії кулінарії.

Молекулярна кухня використовує безліч різноманітних прийомів, а саме: емульсифікація; сферифікація; желювання; використання рідкого азоту для обробки продуктів; вакуумне приготування тощо. В традиційному способі приготування і виробництва продукції, процес приготування в більшості випадків досягається за допомогою використання високої температури в невеликий проміжок часу, а в молекулярній навпаки. За допомогою молекулярної кухні та технологій, які використовуються в процесі приготування, можна змінити і традиційні підходи при подаванні кулінарних виробів, їх зовнішній вигляд. Молекулярні страви переважно готують за допомогою специфічного обладнання та інвентарю, але є і виключення. Для приготування страв молекулярної кухні, існує декілька наступних інструментів:

1. Центрифуга – серце молекулярної кухні. У ній відбувається поділ рідких та напіврідких сумішей: пюре, соків, бульйонів, емульсій (молоко, вершки) на окремі фракції з різним складом, консистенцією та властивостями.

2. Спеції – не звичайні, а екстракти в рідкому вигляді з фруктів, трав тощо.

3. рН метр – вимірює кислотність в стравах та продуктах. Це допомагає контролювати виробництво сиру (кислотність сироватки), дозрівання м'яса і т. п.

4. Роторний випаровувач – це пристрій для швидкого видалення рідин відгоном їх при зниженому тиску. Таким чином, якщо у роторний випаровувач помістити свіжий розмарин та воду, то отримаємо на виході розмариновий концентрат, який неможливо отримати шляхом традиційного випаровування (оскільки висока температура змінює розмариновий аромат). Отримані таким шляхом есенції переважно використовуються у гелях або сферах [1].

Аналіз свідчить, що в порівнянні з попередніми роками в закладах ресторанного господарства економічні показники збільшуються. Це пов'язано з тим що конкурентоспроможні фірми, частину свого прибутку реінвестують в технології, щоб здобути перевагу над своїми конкурентами. Одна із таких технологій – технологія CapKold.

Сучасна технологія CapKold – це приготування їжі у великих обсягах з подальшим швидким охолодженням та тривалим зберіганням в умовах низького температурного режиму. Надалі передбачається регенерація та подавання готових страв. Цей метод використовує особливе професійне обладнання, яке дозволяє під час приготування сировини дотримувати гігієну на високому рівні, а також охолодити та упакувати її. В процесі приготування використовується особлива система варіння на парі, охолодження здійснюється в барабанах із крижаною водою.

Провівши аналіз, ми дізналися, що це дозволяє продукту зберегти свої властивості та збільшити термін його придатності до 45 діб. У цьому процесі можна повністю виключити додавання консервантів, а витрати вдається скоротити у декілька разів.

Найбільшого поширення дана технологія набула в рестораних господарствах Європи та США. Технологія CapKold є однією з найбільш безпечних і економічних. Продукція приготувану у пароварильному апараті охолоджується, для збереження і подальшим приготуванням (використовуючи регенерацію). Що дозволяє позбутися патогенних мікроорганізмів і запобігти їх повторному росту в продукті, а також забезпечує зберігання поживних та смакових якостей продукту, його біологічну цінність [2].

Основним елементом технології CapKold є пароварильний котел. Не вважаючи на великі габарити котла, швидкість приготування продуктів у ньому висока. Особливість цього котла – його універсальність: сировину в котлі можна не тільки тушкувати та варити, можна також використовувати більшість методів теплової обробки, таких як

бланшування, пасерування тощо. Технологія CapKold є не тільки високоефективна в заготівельних закладах, вона також показує себе і в закладах з повним виробничим циклом.

Таким чином, на сьогодні прогресивні технології в кулінарії стрімко розвиваються і досягають великих здобутків знаходячи своє місце майже в усіх країнах світу. Ресторанні господарства, які популяризують приготування страв таким способом мають надзвичайно великий успіх, звучні відгуки від споживачів, а це в свою чергу поліпшує імідж, підвищує авторитетність підприємства, а також підвищує конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Молекулярна кухня. URL: <https://harchi.info/articles/molekulyarna-kuhnya>
2. Інновації в ресторанному бізнесі. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/innovaciirestoran.htm

Dolinska Vitalina,
scientific advisor – Maksymiuk Nataliya,
Chernivtsi Institute of Trade and Economics of SUTE,
Chernivtsi

PROSPECTS OF EUROPEAN INTEGRATION FOR UKRAINE

European integration is a priority of the Ukrainian authorities. The President, the Government and the Parliament are working as a team to make this process happen as quickly as possible. Today, Ukraine is a reliable partner of the European Union and is moving towards EU membership. It is not a fast process, but we are following the schedule, implementing the Association Agreement with the EU, adopting the necessary (European integration) laws and carrying out reforms.

Since 2014, Ukraine has been actively moving towards European integration by signing the Association Agreement with European Union. Over the past 8 years, Ukraine has implemented a number of European integration reforms and has come significantly closer to the EU, despite the actual state of war in which Ukraine was all this time, which reduced the state's ability to carry out reforms.

In February 2022, the Russian Federation launched an unprovoked full-scale attack on Ukraine, launching the first open military confrontation between states in Europe since World War II. Responding to an existential threat to the state, President of Ukraine Volodymyr Zelenskyy submitted an application for joining the European Union on February 28, 2022, activating thus the process of European integration in the state. Already on June 15, the European Commission recommended granting Ukraine the status a candidate for EU membership, and on June 24, the European Council granted Ukraine the status of a candidate for EU membership. These events determine the direction and the pace of work in the field of European integration for the future and make European integration one of the most urgent tasks in the post-war restoration of Ukraine.

It is important to note that the group on European integration is cross-cutting with other groups of the National Recovery Council of Ukraine from the consequences of the war (hereinafter - the National Council), and the content of the work of the group on European integration is relevant for each of the 22 groups National Councils Therefore, most working groups of the National Council had subgroups on European integration. At the same time, a group of European integration sought not to duplicate the work of other groups in its planning, but to develop a general framework European

integration, which will be relevant for all sectors. During its activity, the group on European integration compared development of all working groups among themselves to avoid inconsistencies and duplications and ensured the inclusion of relevant one European integration provisions to the developments of the relevant sectoral groups.

Separate subgroups were not created within the working group on European integration, since the process of European integration is extremely complex. Within the section of the Recovery Plan dedicated to European integration, topics are covered implementation of European integration reforms and approximation to the EU increasing the institutional capacity of authorities, carrying out restoration taking into account the principles and standards of the European Union, as well as carrying out procedural measures with rapprochement with the EU.

The main problems that must be solved within the framework of the Recovery Plan:

- With the signing of the Association Agreement between Ukraine and the European Union, Ukraine actively began to move along the path of European integration. As of the end of 2021, the state of implementation of the Association Agreement was assessed by the Ukrainian side at the level of 63%.

- On February 28, 2022, the President of Ukraine Volodymyr Zelenskyi, submitted an application to join the European Union.

- At the same time, support for Ukraine's accession to the EU is steadily growing. In April 2014, support for Ukraine's membership in the EU among Ukrainians was 54%, and in March 2022 it increased to a record 91%.

- Moreover, support for Ukraine's accession to the EU is growing among European voters. Yes, as of April 2022, the level support of citizens of EU member states is 66%. The highest level of support is shown by residents of Portugal (87%), and the lowest is Hungary (48%), which is the only EU member state where the level of support is less than 50%.

- In addition, the European Union canceled customs duties for the import of Ukrainian goods for a period of one year as a sign of support for Ukraine.

- The joining of the unified energy system of Ukraine to the continental energy grid was also an important step of Europe (ENTSO-E), which took place on 16 March 2022, ahead of schedule.

- In April 2022, a report on the implementation of the Association Agreement between Ukraine and the European Union under 2021 year. At the time of its preparation, according to the government system for evaluating the implementation of the "Pulse of the Agreement", Ukraine

fulfilled 63% all tasks calculated by the Association Agreement with the EU until 2024. During the year, the progress reached +9%, in general, during 2014-2021, the Cabinet of Ministers fulfilled 62% of its tasks, the Verkhovna Rada fulfilled 53% of its tasks, other authorities fulfilled 52% of tasks.

- On April 8, 2022, the President of the European Commission Ursula von der Leyen handed over to the President of Ukraine Volodymyr Zelenskyi a questionnaire for Ukraine to obtain the status of a candidate for EU membership.

- On April 18, the President of Ukraine, Volodymyr Zelenskyi, handed the head of the European Union Representation in Ukraine Matta Maasikas filled out the first part of the questionnaire for Ukraine to obtain the status of a candidate for EU membership.

- On May 9, the President of Ukraine presented the second part of the completed questionnaire for Ukraine to obtain the status a candidate for membership in the European Union.

- On May 16, European Commissioner for Neighborhood and Enlargement Policy Oliver Varghei confirmed the receipt by the European Commission of Ukraine's answers to the questionnaire and reported that the European Commission is starting to prepare a conclusion on application, which Ukraine expects to receive already in June 2022.

- At the same time, it is worth noting that in 2022, due to the start of a full-scale war of the Russian Federation against Ukraine, the rate of adoption of draft laws and by-laws has significantly decreased compared to the approved plans Protocol No. 5 of the meeting of the Commission on coordinating the implementation of the Association Agreement between Ukraine, on the one hand, and by the European Union, the European Atomic Energy Community and the member states, on the other hand, from January 26, 2022.

The European integration of Ukraine is a change in worldview principles at all levels of life and a movement towards European well-being.

References:

1. Malska, M., Antonyuk, N., 2017. Fundamentals of European integration : a textbook. Center of educational literature, Kyiv. 320 p.
2. Representation of the European Commission in Ukraine. URL: <http://www.ukraineeu.mfa.gov.ua/eu/ua>
3. Access to European Union Law. URL: <http://eur-lex.europa.eu/>
4. European integration portal. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/en>

Ivanyuk Kateryna,
scientific advisor – Maksymiuk Nataliya,
Chernivtsi Institute of Trade and Economics of SUTE,
Chernivtsi

CULINARY TECHNOLOGIES AT RESTAURANT ESTABLISHMENTS

Innovation technologies for food services offer a different way how we can improve our skills in culinary or represent our dishes on a flip side in restaurant production. Nowadays, innovative equipment design and configuration, special techniques are of reactive nature which include faster and better food preparation, temperature control, packaging, upgraded services and practices and less waste.

Food, packaging and equipment represent the important physical resource and competency of restaurant production. Innovations, which based on this idea offer notable advantages than with uninformative technologies that are not exclusive to one organization. For example, higher cooking techniques can boost product attractiveness and decrease price by preventing comparison. The cutting of products terms by broadening with refrigeration not only opens new markets and delivery ways, but it also introduces a new channels how to save money by buying bulk products and feedstock as well as less waste food [1, p.902].

Cafes and restaurants characterize themselves through menu choices (variation of ingredients and preparation methods), decoration, issues and branding, but rarely through innovative technologies in food preparation. Even large fast-food and catering companies compete with small firms by the size of their operations (economies of scale) and not with technological breakthroughs. Food services can't equal the technical expertise and resources available to food and equipment manufacturers.

Food tech is increasing food production to help reduce the rate of famine. Some uses of technology in food production include the following:

Genetically modified organisms. There are included in plant`s genes to help for destroying diseases and for growth in areas, which are not affordable.

Drones. They can provide satellite imagines for monitoring yield growth and dealing with problem areas.

Meat industry technology. This method is effective for poultry farming. It helps to find problems with different types of chickens by sounds.

Yield monitoring. Different digital apps like: Farm Scout Pro or IPM Toolkit can find infected parts of area or how ground change his nature, in order to prevent great loses.

3D food printer. All of us understand, that it helps create food with different types of ingredients, textures and faster than usual. Moreover, its avoid waste and remains from ingredients can be reused [2].

It is necessary to notice, that we can't talk only about technologies, which help us to escape the rate of famine, to be honest, we need to remember things, such as new serving, new dishes, new design of culinary – these factors also facilitate giving a birth to new modern trends with different cooking culinary products. Some examples of these trends:

1. Food pairing – is the science of the best flavor combinations of products. As a result of the bioengineer analysis, huge number of matching ingredients, which complained in a sheet, where you can find the best flavor combinations

2. Fusion cooking. All fusion dishes are balanced and useful for people`s health, they include a necessary amount of fish, meat, vegetables, cereals and fruits. The main element is spices, that help to feel fullness even from a small portion.

3. Curl paper - is a method of thermal processing, which involves cooking food tightly wrapped in foil, sometimes in heat-resistant paper. Products are processed at temperatures from 180 to 2000 C. The steam generated during the process remains in the bag and helps to soften the products.

4. Flambéing - setting fire to a culinary product, which includes an alcoholic component. Often, it is the final stage of cooking, it can be done in front of the guest in the restaurant hall.

5. Molecular cooking - is a modern trend, it claims that food is a complex process contain all the senses: taste, touch, sight and smell. New cooking has an effect on all human senses, so this is why it is so popular.

6. Sous vide is a method of cooking food in a vacuum at low temperatures. It is a technology in which food is placed in hermetically vacuum bags and then cooked in a water bath for some time. By this technique, you can achieve significant results, without traditional cooking.

7. Smokers permit us to give any dish with any flavor without additional heat treatment, you can quickly bring the ready dish with the natural "cold" smoke and surprise guests with an unusual way of "smoking" right at the table [3].

In conclusion I want to say that, the different researches and developments in equipment, products, packaging and service has a

potential to increase higher as well as food quality. Often, innovative solutions and techniques are the result of comparing something new, unusual and unbelievable for us. These options range from single stuff to food production system, which include science of cooking, innovative technologies, packaging, modern presentation, delivery, new types of culinary and computer modeling. Unfortunately, the lack of scientific expertise and laboratories of food service wish to be as well as, but I hope, in future, we find new decision\s how to improve our progressive technologies in production of culinary products at establishments of restaurant production.

References:

1. Rodgers, Svetlana, 2007. Innovation in food service technology and its strategic role. Hospitality Management. USA, 1500 p.
2. Hetler, Amanda, 2022. The future of the food industry: Food tech explained. *Feature Writer*. URL: <https://www.techtarget.com/whatis/feature/The-future-of-the-food-industry-Food-tech-explained>.
3. Innovative development of the hotel and restaurant industry and food production. *Proceedings of 2nd international scientific and practical Internet conference*, Prague, 2021. 378 p. DOI: <https://doi.org/10.46489/IDOHAR-310509>.

Матеріали

XII Всеукраїнської наукової студентської інтернет-конференції
«Реформування економіки України як фактор забезпечення сталого
розвитку», 22 грудня 2022 року. Чернівці, 2022. 152 с.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці, Центральна площа, 7

Відповідальні за випуск: *Кравчук Р. В.*
Савельєва Н. С.

Комп'ютерна верстка та макетування:
Савельєва Н. С.

<http://www.chtei-knteu.cv.ua/ua/index/>

Підписано до друку 09.12.2022.