



ВСЕУКРАЇНСЬКА ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ЦЕНТР «УКООПОСВІТА»



ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**учасників Двадцять першої
науково-практичної конференції студентів
закладів освіти споживчої кооперації України**

**«Європейська інтеграція України та
інновації в національній економіці:
роль кооперації в умовах
сучасних викликів»**

**Укоопосвіта
2025**



***Європейська інтеграція України
та інновації в національній економіці:
роль кооперації в умовах
сучасних викликів***

Науково-практична конференція
2025 рік

Збірник тез доповідей учасників Двадцять першої науково-практичної конференції студентів закладів освіти споживчої кооперації України «Європейська інтеграція України та інновації в національній економіці: роль кооперації в умовах сучасних викликів» – К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2025. – 240 с.

Редакційна колегія:

ВОЙНАШ Лідія, к.е.н

КУЦИК Петро, д.е.н.

МАНЖУРА Олександр, д.е.н.

НЕСТУЛЯ Олексій, д.і.н.

СЕМАК Богдан, д.е.н.

© НМЦ «Укоопосвіта», 2025

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА МОДЕРНІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МІСЦЕ В НІЙ КООПЕРАЦІЇ

Стародуб Софія

Руцишин Н. М. – наукова керівниця

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі висвітлено важливість євроінтеграції України для національної економіки, окреслено ключові досягнення держави на шляху до євроінтеграції. Наведено інновації та сучасні технології як драйвера економічного зростання національної економіки. Висвітлено, що кооперативи є ефективним інструментом економічного розвитку та забезпечують соціальну стабільність у суспільстві.

Ключові слова: євроінтеграція, євроінтеграційні процеси, інновації, національна економіка, інноваційний розвиток, кооперація.

Постановка проблеми. Євроінтеграція є стратегічним напрямом розвитку України, що передбачає глибоку трансформацію національної економіки для її адаптації до стандартів та вимог Європейського Союзу. Цей процес вимагає не лише законодавчих змін, але й фундаментальної модернізації економічних механізмів, підвищення конкурентоспроможності та стимулювання інновацій. Одним із ключових, але недостатньо досліджених аспектів є роль кооперації в цьому процесі. Кооперація, як форма організації економічної діяльності, має значний потенціал для підтримки малих та середніх підприємств, розвитку сільських територій та підвищення соціальної згуртованості. Однак, в Україні потенціал кооперації залишається не повністю реалізованим. Існує низка проблем, що перешкоджають її ефективному функціонуванню в умовах євроінтеграції. У зв'язку з цим, виникає необхідність дослідження потенціалу кооперації в контексті євроінтеграції України, визначення ключових проблем та розробки рекомендацій щодо її ефективного використання для модернізації національної економіки.

Аналіз основних досліджень. Дослідженню різних аспектів євроінтеграції України приділяється велика увага вітчизняними вченими: І. Артьомов, Ф. Барановський, О. Ковальова, В. Копійка, А. Кудряченко, М. Михальченко, П. Рудяков та інші. Проблеми інновацій та інноваційного розвитку вивчали Р. Балабан, В. Гапоненко, В. Горбатенко, О. Дем'янчук, А. Павко та інші. Однак малодослідженим залишається питання впливу євроінтеграції України на модернізацію українського суспільства та місця в ній кооперації.

Мета. Дослідження взаємозв'язку між європейською інтеграцією, розвитком інноваційної економіки та роллю кооперації як механізму подолання сучасних викликів. Актуальність теми зумовлена необхідністю адаптації України до європейських стандартів, залучення інвестицій та впровадження передових технологій для підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

Виклад основного матеріалу. Для України європейська інтеграція відкриває можливості для масштабної модернізації національної економіки. Це не лише

геополітичний вибір, а стратегічний напрям розвитку, що забезпечує доступ до єдиного ринку ЄС, залучення інвестицій, впровадження передових технологій і гармонізацію державних інституцій відповідно до європейських стандартів.

Європейська інтеграція України є ключовим етапом у трансформації країни, орієнтованим на адаптацію до стандартів Європейського Союзу. Одним із важливих досягнень стало отримання статусу кандидата на вступ до ЄС 23 червня 2022 року. Це стало важливим етапом у процесі євроінтеграції, що підтверджує прагнення України приєднатися до європейської спільноти та адаптуватися до стандартів ЄС. Зараз країна активно працює над впровадженням реформ і виконанням умов, необхідних для повноправного членства.

Одним із ключових досягнень на шляху євроінтеграції стало впровадження секторальної інтеграції за допомогою п'яти «безвізових» угод, які охоплюють різні сфери співпраці [1]:

- Енергетичний безвіз – інтеграція енергетичних ринків і забезпечення енергетичної безпеки.
- Транспортний безвіз – стандартизація транспортних стандартів, що дозволяє Україні отримати доступ до європейської транспортної мережі.
- Економічний безвіз – відкриття нових ринків для українських товарів і послуг.
- Митний безвіз – спрощення процедур митного контролю та взаємної торгівлі.
- Цифровий безвіз – інтеграція України в європейські цифрові ринки і стандарти.

Це значно спрощує економічні взаємозв'язки з ЄС, покращує доступ до фінансових ресурсів і сприяє розвитку ключових галузей економіки, зокрема енергетики, транспорту, митних процесів та цифрових технологій.

Інновації виступають ключовим драйвером економічного зростання, сприяючи переходу від сировинної моделі економіки до виробництва продукції з високою доданою вартістю. Впровадження сучасних технологій підвищує конкурентоспроможність українських підприємств, розширює експортні можливості та сприяє створенню нових робочих місць. Інноваційний розвиток також сприяє енергоефективності та сталому розвитку, що відповідає пріоритетам європейської економічної політики. Розвиток інноваційних технологій є важливим аспектом для забезпечення сталого економічного зростання України в контексті європейської інтеграції. Зокрема, ІТ-сектор в Україні є одним з найбільш динамічних і експортно орієнтованих секторів економіки. У 2022 році експорт ІТ-послуг становив рекордні 7,3 млрд доларів США, що складало 4% від загального обсягу експорту країни, а частка ІТ у ВВП України у 2023 році становила 5%. Це є одним із прикладів того, як інноваційна діяльність може стати основою економічного розвитку, створюючи нові робочі місця та сприяючи економічній стабільності [2].

Цифровізація державних послуг також є важливою частиною національної стратегії розвитку. Програма «Дія», що дає змогу громадянам отримувати державні послуги онлайн, охопила вже 64% населення країни. Уряд планує досягти

100% цифровізації державних послуг до 2030 року, що підвищить ефективність державного управління і зменшить бюрократію. У січні 2025 року уряд України затвердив стратегію цифрового розвитку інновацій до 2030 року (WINWIN), яка має на меті розвиток інноваційних продуктів з доданою вартістю та створення сприятливих умов для розвитку інноваційної екосистеми в Україні [3].

З огляду на виклики, що виникли через повномасштабне вторгнення росії, кооперація з міжнародними партнерами, зокрема з ЄС, є важливим елементом підтримки економічної стабільності України. Підтримка малого та середнього бізнесу через гранти, кредити та державні програми має на меті сприяти відновленню економіки, забезпечити робочі місця та підтримати вітчизняних виробників, зокрема і кооперативних.

Міжнародна фінансова підтримка відіграє важливу роль у відновленні та розвитку країни. Європейська Комісія оголосила програму підтримки України на суму 50 млрд євро, яка включає фінансову допомогу, інвестиції та технічну підтримку для відновлення інфраструктури, зокрема на підтримку інноваційних проєктів.

Запуск інноваційних кластерів, таких як проєкт «Science City», створює умови для співпраці між науковими установами, університетами, бізнесом і державою. Це дозволяє формувати спільні інноваційні рішення, які сприятимуть розвитку нових технологій і бізнесів в Україні, а також дають можливість адаптувати національну економіку до вимог ЄС.

Також у контексті європейської інтеграції України важливу роль відіграє розвиток кооперативного руху, зокрема впровадження інновацій у систему споживчої кооперації. Закордонний досвід показує, що кооперативи є ефективним інструментом економічного розвитку, сприяють підтримці малого та середнього бізнесу, а також забезпечують соціальну стабільність у суспільстві.

Послугами кооперативних організацій користується половина населення планети. У світі працює Міжнародний кооперативний альянс, до якого входять 292 кооперативні організації з 95 країн, представляючи інтереси понад мільярда людей. На кооперативних підприємствах в світі працює понад 250 мільйонів чоловік. Обороти підприємств становить 2,2 трильйони доларів. В Японії до кооперативів входять більше 90% всіх фермерів. У Канаді 40% населення є членами мінімум одного кооперативу. У Новій Зеландії кооперативи відповідають за 95% ринку молочної продукції.

Італія є лідером у Європі за кількістю кооперативів, що охоплюють різні сектори економіки. Загалом у країні налічується понад 59 тисяч кооперативів, які забезпечують роботою понад мільйон осіб та генерують понад 28 мільярдів євро доданої вартості щорічно. Одним із прикладів успішної кооперації є об'єднання фермерів для підвищення конкурентоспроможності на ринку. У 2020 році одна з найбільших сільськогосподарських компаній Італії, Bonifiche Ferraresi, інвестувала 170 мільйонів євро в мережу сільськогосподарських організацій Consorzi Agrari d'Italia (CAI) [4]. Ця інвестиція спрямована на підтримку дрібних фермерів та виробників, щоб зміцнити їхню переговорну позицію та забезпечити доступ до ресурсів у бізнес-середовищі, де домінують великі транснаціональні корпорації.

Кооперативи в Італії також активно впроваджують інновації та розширюють свою діяльність у нетрадиційних сферах, таких як туризм, надання розважальних послуг та збереження культурної спадщини. Це дозволяє їм адаптуватися до сучасних викликів та сприяти сталому розвитку місцевих громад. Ці приклади демонструють, як кооперативи в Італії сприяють інноваціям та розвитку економіки, забезпечуючи стійкість та конкурентоспроможність у різних секторах.

Одним із найуспішніших прикладів кооперативного бізнесу є іспанська корпорація Мондрагон, яка об'єднує понад 100 кооперативів і працює у 41 країні світу. Станом на 2015 рік її дохід становив 12,1 млрд євро, а кількість працівників перевищувала 74 тисячі осіб.

У сільськогосподарському секторі Польщі кооперативи також відіграють значну роль. У 2017 році польський уряд прийняв законопроект, спрямований на заохочення фермерів до об'єднання в кооперативи, пропонуючи податкові пільги та інші стимули [5]. Це було зроблено для зміцнення позицій дрібних виробників на ринку та підвищення їхньої конкурентоспроможності.

У Чехії кооперативи мають давню історію та продовжують відігравати важливу роль в економіці країни. Сучасні чеські кооперативи функціонують у різних секторах, включаючи сільське господарство, житлове будівництво та фінансові послуги. Вони сприяють розвитку місцевих громад, підтримують малий та середній бізнес, а також забезпечують соціальну стабільність. Завдяки кооперативам, багато громадян Чехії мають доступ до якісних послуг та можливостей для економічного зростання.

Висновки. Європейська інтеграція України є складним і багатогранним процесом, в якому важливу роль відіграють інновації та кооперація з міжнародними партнерами. Створення сприятливих умов для розвитку ІТ-сектору, цифровізації державних послуг, підтримки малого і середнього бізнесу, а також інтеграція в європейські ринки і технології дозволяють Україні не тільки зміцнювати свою економіку, але й забезпечити її стабільний розвиток в умовах сучасних викликів. Використання можливостей ЄС для інвестицій в інноваційний розвиток відкриває нові перспективи для української економіки на шляху до повноправного членства в ЄС.

У контексті європейської інтеграції України важливу роль відіграє розвиток кооперативного руху, зокрема впровадження інновацій у систему споживчої кооперації, а також забезпечення соціальної стабільності, як це показує успішний закордонний досвід, зокрема в Італії, Іспанії, Польщі та Чехії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Європейська інтеграція України. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/priorytety-uriadu/evropeiska-intehratsiia-ukrainy>
2. Інноваційні технології. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/industries/innovation-technologies/>
3. Національний інститут стратегічних досліджень. Цифрова трансформація економіки України у воєнний час. Січень 2025 року URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/tsyfrova-transformatsiya-ekonomiky-ukrayiny-u-voyennyuchas-sichen-2025>

4. В Італії фермери об'єднуються, щоб конкурувати з транснаціональними компаніями. URL: https://uk.oliveoiltimes.com/business/europe/italy-farmers-unite-compete-multinationals/84354?utm_source=chatgpt.com

5. Кооперативи-гіганти: як об'єднання фермерів стали національними лідерами URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/kooperativi-giganti-ak-obednanna-fermeriv-stali-nacionalnimi-liderami>

СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ: АДАПТАЦІЯ ТА ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПЕРЕД ВИКЛИКАМИ

Каменюк Анастасія

Кононенко Ж. А. – наукова керівниця

Полтавський університет економіки та торгівлі

Анотація. Досліджуються питання адаптації та економічної стійкості споживчої кооперації в умовах сучасних викликів. Звертається увага до необхідності оптимізації процесів управління та створення нових видів співпраці, що є основою на шляху підвищення економічної стабільності споживчої кооперації. Оцінюється вплив економічних криз, геополітичних подій та зміни споживчих переваг на діяльність споживчих кооперативів.

Ключові слова: споживча кооперація, адаптація, економічна стійкість, виклики, управління, стратегії розвитку, економічна криза, споживчі переваги, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Сучасний світ характеризується високою динамікою змін і зростанням невизначеності, що створює серйозні виклики для діяльності споживчої кооперації. Економічні кризи, геополітичні конфлікти, зміни у споживчих перевагах і технологічні інновації вимагають від споживчих кооперативів швидкої адаптації та підвищення економічної стійкості. Недостатня адаптація до цих змін може призвести до зниження конкурентоспроможності, втрати ринкових позицій та навіть банкрутства споживчих кооперативів. Тому дослідження питань адаптації та економічної стійкості споживчої кооперації є актуальним та має важливе практичне значення.

Мета. З огляду на сучасні проблеми, мета полягає в тому, щоб дослідити процес адаптації та знайти напрями підвищення економічної стабільності споживчої кооперації. Для досягнення мети поставлено такі завдання:

- виявити основні елементи, що впливають на дії споживчої співпраці;
- дослідити, як споживчі кооперативи пристосовуються до змін та впливу зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу. Співпраця споживачів в Україні, подібно до різних регіонів світу, функціонує в контексті постійних перетворень і труднощів. Світові події, такі як скорочення державної підтримки соціальних програм, ескалація фінансових потрясінь, геополітичні конфлікти та екологічні проблеми, спонукають кооперативи швидко адаптуватися та посилювати свою економічну життєздатність.

В Україні споживча кооперація має багату історію, але її еволюція завжди сильно пов'язувалась з політичними та економічними обставинами. Протягом більш ніж трьох десятиліть з'явилися типи співпраці, засновані на підприємницьких ідеалах. Тим не менш, об'єднуючи соціальну, економічну і фінансову діяльність, споживча кооперація зберегла свій унікальний характер [1, 2, 4]. Сьогодні існує чотири різних види кооперативів: міждисциплінарний, споживчий, сервісний і виробничий. Багатогранна структура, заснована на принципах всесвітнього кооперативу, створюється шляхом їх об'єднання в профспілки та союзи у різних економічних і соціальних сферах сучасної національної економіки. Багатогранна структура створюється, коли кооперативи об'єднані в профспілки, союзи, ліги та організації на основі горизонтальної кооперації та інтеграції. На рисунку 1 показано схематичне представлення цієї структури.

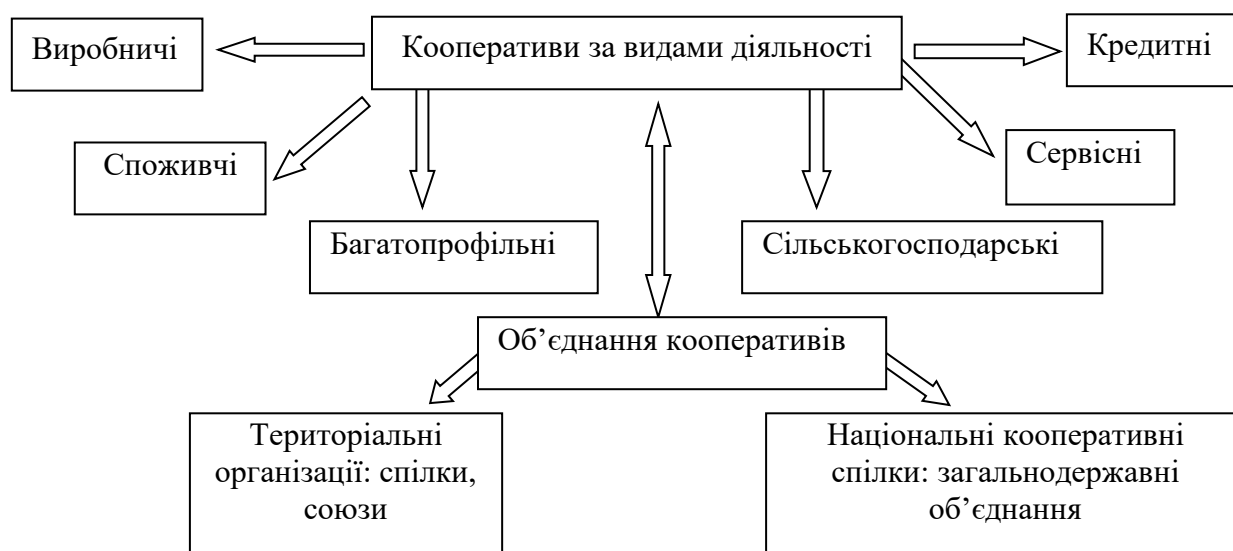


Рис.1. Класифікація кооперативних організацій

Джерело: сформовано автором за [3, 4, 6].

Тим не менш, існують інші перешкоди для співпраці споживачів, такі як: нестабільність в економіці, законодавча недосконалість, низький рівень народної довіри, висока конкуренція. Щоб подолати ці перешкоди та покращити стійкість економіки, кооперативи для споживачів повинні: адаптуватися до змін у зовнішньому світі, представити передові технології, покращити управлінські процедури, створити нові способи співпраці.

Соціально-економічний розвиток нашої держави може отримати велику користь від участі споживачів, особливо під час і після воєнного періоду. Він має можливість розширювати сільськогосподарське співробітництво, пропонувати соціальні послуги, постачати населенню високоякісні товари та послуги, а також вириватися на зовнішні ринки. Державна підтримка, просування освіти та навчання, залучення молоді, упровадження інновацій і кооперативна співпраця – все це необхідно для успішного зростання споживчих кооперативів.

У результаті, споживча кооперація матиме багато можливостей для зростання, але її успіх залежатиме від того, наскільки добре вона може пристосуватися до змін.

суватися та покращити економічну життєздатність в умовах поточних труднощів [1, 5].

Наступні дані (таблиця 1) використані для ілюстрації значення адаптації та економічної стійкості питань споживчої кооперації в Україні:

- 1) економічні труднощі, такі як інфляція, скорочення державного бюджету та військові операції;
- 2) соціальні фактори: зростання рівня безробіття та бідності, зміни споживчих переваг;
- 3) конкуренція: великі торгові мережі стають більшою загрозою.

Таблиця 1

Цифрові індикатори впливу на споживчу кооперацію в Україні

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Інфляція (річний приріст,%)	5,0	10,0	26,6
Зміна ВВП (%)	-4,0	3,4	-29,1
Рівень безробіття (%)	9,5	9,8	21,1

Джерело: сформовано автором за [3, 7, 9].

Аналізуючи таблицю, бачимо, що у 2020 році інфляція становила 5,0%, у 2021 році – 10,0%, що свідчить про зростання цін та певне ослаблення купівельної спроможності товарів. У 2022 році інфляція різко підскочила до 26,6%, що вказує на значне знецінення грошей, зростання вартості товарів і загальну економічну нестабільність. У 2020 році ВВП знизився на 4,0%, що може бути наслідком пандемії COVID-19 та глобальної економічної кризи. У 2021 році економіка відновлювалася, і ВВП зріс на 3,4%, що свідчить про часткове відновлення економічної стабільності. У 2022 році ВВП впав на 29,1%, що є критичним спадом. Це пов'язано з початком повномасштабної війни, руйнуванням економічних зв'язків і кризою в ключових галузях. У 2020 році безробіття становило 9,5%, що є доволі високим показником. У 2021 році цей показник збільшився до 9,8%, що свідчить про проблеми на ринку праці, хоча зростання було незначним.

У багатьох країнах світу уряди скорочують витрати на соціальні програми та проекти. За цих обставин співпраця стає все більш важливим компонентом сталого економічного зростання у світовому масштабі. Кооперативи є одними з небагатьох ринкових організацій, які виконують не тільки економічні, а й значні соціальні функції.

Враховуючи значний внесок кооперативного руху у глобальний соціально-економічний розвиток, Організація Об'єднаних Націй створила та підтримувала проєкт Vision 2020, програму, призначену для просування кооперативного бізнесу. Його мета полягає в тому, щоб переконатися, що до 2020 року споживча кооперація є найбільш швидкозростаючою бізнес-моделлю, визнаним лідером в галузі економічної, соціальної та екологічної стійкості, а також моделлю, яку виберуть звичайні люди [7, 8, 9].

Ведення кооперативного бізнесу, заснованого на таких умовах, забезпечує соціальну орієнтацію діяльності кооперативів. Це дозволяє щодня впроваджувати кооперативні цінності у виконання господарської діяльності та забезпечувати ідентичність, яка відокремлює кооперативні компанії та організації від суб'єктів господарювання інших форм власності. Змінні зовнішнього середовища, що впливають на здійснення соціальної діяльності фірм споживчого співробітництва, зокрема, включають:

- політичні (законотворчість, державне регулювання та державна політика, що впливають на організації споживчого співробітництва, загальна політична ситуація в країні);
- економічні (інфляція, зайнятість, доходи населення, обмінний курс тощо);
- соціально-демографічні (фундаментальні цінності, демографічні зрушення, вік населення та гендерний розподіл, релігійні міркування тощо);
- екологічні та технологічні фактори.

Споживча кооперація унікальна, оскільки вона співіснує з організаціями, які за своєю економічною сутністю обслуговують лише споживачів і не є прибутковими, а також самофінансуються, діяльність зосереджена на виконанні споживчих, виробничих і комерційних функцій і, поки вони тісно пов'язані, регулюється прибутковість. Споживча кооперація в Україні сприяє близько 25 різним формам економічної діяльності в таких секторах, як: торгівля, заготівля, виробництво, будівництво та ін. Незважаючи на те, що споживче співробітництво історично вважається політично нейтральною ареною дій, політичний вимір завжди негативно впливає на міжнародний кооперативний рух [7, 8].

На міжнародний кооперативний рух завжди негативно впливає політична нестабільність, навіть якщо споживча співпраця історично розглядалася як політично нейтральна сфера. Без сумніву, зміна влади в Україні покращила як внутрішню співпрацю, так і співпрацю споживачів. Для цього існують об'єктивні вимоги.

По-перше, нові сприятливі умови для зростання кооперативної діяльності створюють нові сприятливі умови для розширення кооперативів.

По-друге, співпраця стає все більш важливою як інститут громадянського суспільства.

По-третє, протягом усієї історії Української держави, новий політичний напрям заважає політичним партіям і рухам використовувати співпрацю для власних цілей.

Саме соціально орієнтована сутність споживчої кооперації і визначає її соціальну місію.

Разом з державним і приватним секторами, кооперація як система є одним із елементів, що складають національну економіку України. Умови та передумови, що були встановлені в національній економіці, соціальній сфері та політичній системі – десоціалізація, яка серйозно підірвала соціальний захист і підтримку населення та підживлювала бажання економічної діяльності полегшили зростання її ролі.

Соціальна місія споживчої кооперації

Напрямок діяльності	Що являє собою ця діяльність
Власність та управління	Кожен пайовик є одночасно власником, керівником і членом споживчої кооперації
Популяризаційна кооперація	Поширення ідей кооперативного руху та принципів взаємодопомоги
Освіта та розвиток	Навчання пайовиків та учасників кооперативних організацій
Створення робочих місць	Розширення зайнятості через організацію нових робочих місць
Підтримка приватного господарства	Сприяння умовам для розвитку особистого бізнесу та підприємництва
Залучення молоді	Мотивування молодого покоління до участі у кооперативному русі

Джерело: сформовано автором за [2, 3, 6].

Як різновид соціально-економічної самоорганізації громадян, кооперація має слугувати основою для основних пріоритетів і стратегічних напрямів системи споживчої кооперації України сьогодні [1, 4]. Ці принципи включають наступне:

- 1) повернення до соціальних ідеалів і цілей;
- 2) неприбутковість та управлінська демократія;
- 3) підтримка та розширення кооперативних цінностей і звичаїв;
- 4) сприйнятливість до нових ідей та розробка ефективних методів управління;
- 5) систематична інтеграція підприємницьких зусиль з кооперативними принципами;
- 6) структурна узгодженість економічного та соціального управління;
- 7) створення альтернативних кооперативних асоціацій, розвиток кооперативної системи управління майном;
- 8) конкуренція.

Кооперативний бізнес забезпечує соціальну спрямованість, діяльність кооперативів дозволяє втілювати цінності кооперації та забезпечити ідентичність, що відрізняє підприємства та організації від економічних суб'єктів інших форм власності.

Висновки. Отже, додаткова інтеграція в глобальний кооперативний рух має вирішальне значення для бізнесу та організацій у кооперативному секторі української економіки. У нинішніх умовах важливо активно використовувати єдність міжнародного кооперативного руху, щоб зібрати найкращі практики для ведення кооперативних підприємств, які шукають партнерів для здійснення спільних інвестиційних, інноваційних або міжнародних торгових проєктів. Тому підняття кооперативів на новий рівень розвитку за збереження їх кооперативної

ідентичності та перетворення їх у гарантів сталого розвитку держави, має бути головним пріоритетом України прямо зараз.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Барибіна Я. О. Оцінка сучасного стану роздрібної торгівлі в системі споживчої кооперації України та особливостей управління нею / Я. О. Барибіна, І. В. Титаренко // Ефективна економіка. – 2017. – № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5769>
2. Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства. Збірник тез доповідей учасників XVIII науково-практичної конференції студентів закладів вищої та фахової передвищої освіти Укркоопспілки Частина 1. – К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2021. – 112 с. URL: https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Komerciynoi_Diyalnosti/Nauka/2021_5._Innovaciini_procesi_2021.pdf.
3. Інфляція в Україні в серпні 2024 р. зросла до 0,6%, у річному вимірі – до 7,5% – Держстат. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/1012990.html>
4. Лизанець А. Г. Сучасний стан та пріоритети розвитку споживчих товарів в Україні / А. Г. Лизанець, К. Й. Пугачевська, А. В. Бабинець, А. Г. Лизанець, К. Й. Пугачевська, А. В. Бабинець // Міжнародний науковий журнал «Освіта і наука». – 2023. – Випуск 2(35). URL: <https://msu.edu.ua/educationandscience/uk/2024/01/17/%D0%B2%D0%B8%D0%BF%D1%83%D1%81%D0%BA-235-2023/>.
5. Новикова Д. С. Адаптація стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства до умов міжнародного ринку / Д. С. Новикова, О. А. Джусов // Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». – 2024. – Випуск 4 (77) DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.77-51>.
6. Особливості інтеграції країн у світовий економічний та політико-правовий простір: Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції, 15 грудня 2023 р. / За заг. ред. д. е. н., проф. О. В Булатової. – К. : МДУ, 2023. – 290 с. URL: https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/6234/1/osobl_integr_konf_2023.pdf.
7. Офіційна сторінка Міністерства фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua/>
8. Кооп Україна URL: <http://www.coop.ua/uk/pro-nas/>.
9. The World Cooperative Monitor: Exploring the Cooperative Economy. Report 2023. ICA, 2023. 168 p. URL: https://monitor.coop/sites/default/files/2024-01/wcm_2023_2.pdf

РОЗВИТОК КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ

Боднарюк Марта

Полякова Ю. В. – наукова керівниця

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У статті розглядається досвід реформування кооперативних систем країн Центральної та Східної Європи із урахуванням його значення для України.

Ключові слова: кооперація, інновації, кооперативний рух, економічний розвиток, інтеграція.

Постановка проблеми: Визначаючи пріоритети і стратегію розвитку кооперативного сектора економіки України, слід розглянути досвід забезпечення конкурентоспроможності кооперативних підприємств у європейських країнах на інноваційних засадах для врахування позитивних аспектів в умовах зміцнення соціально-орієнтованої ринкової системи, та уникнення помилок, що мали місце при реалізації програм розвитку кооперативного руху в інших країнах.

Аналіз основних досліджень: У розвинутих країнах Західної Європи державна підтримка діяльності кооперативних об'єднань передбачає регулювання їх діяльності, яке здійснюється правовими та економічними методами. Для того, щоб кооперативи одержали доступ до програм державної підтримки, їх діяльність повинна відповідати загальним кооперативним принципам, закладеними у статутних документах. Також було поширено законодавче закріплення вимог щодо відповідності діяльності кооперативних підприємств профілю кооперативного об'єднання, мінімальної кількості членів, необхідної для створення кооперативів (у більшості країн – не менше п'яти), географічних меж району діяльності (наприклад, у Швеції); обмеження одночасної участі у кількох кооперативах однакового профілю, що діють на одній території і конкурують між собою (наприклад, у Бельгії, Нідерландах, Фінляндії та ФРН); обмеження і ускладнення процедур виходу з кооперативу; мінімальних термінів членства у кооперативах і виконання взятих зобов'язань.

Причинами негативних тенденцій розвитку кооперативних секторів економіки східноєвропейських країн є те, що економічна політика країн була спрямована на досягнення макроекономічних цілей (ліквідація нерівноваги на внутрішньому та зовнішньому ринках, покращення загальних макроекономічних показників), часто призводила до нехтування соціальними завданнями, гарантом виконання яких в сільській місцевості виступає кооперація. У зв'язку з цим досить важливим є використання досвіду економічної підтримки кооперативного руху в країнах Західної Європи, де кооперативи поряд з важливими допоміжними виконують ще й коригуючі соціальні функції, які виражають соціальну складову західноєвропейської ринкової економіки. Це обумовлює необхідність подальшого дослідження даної проблематики з акцентом на практичні рішення для України.

Мета: Метою дослідження є вивчення європейського досвіду розвитку кооперативного сектору економіки у процесі європейської інтеграції України та впровадження інновацій у національну економіку.

Виклад основного матеріалу: Як основні тенденції розвитку кооперативного сектору економіки в країнах Західної Європи визначають: глибоку інтеграцію кредитної і сільськогосподарської кооперації; поширення міжнародної кооперації та інтеграції; концентрацію виробництва у переробних кооперативах (особливо молоко- і м'ясопереробних); розвиток нових каналів збуту продукції (особливо через аукціони); формування багатопрофільних кооперативів (полівалентна диверсифікація кооперативів) шляхом комбінування функцій маркетингу, матеріально-технічного постачання і сервісу. Внаслідок ефективної державної підтримки кооперативного руху у країнах ЄС сформувався потужний кооперативний сектор економіки, здатний за обсягом торговельного обороту конкурувати з великими компаніями. До цього сектору залучені значні трудові ресурси, а діяльність кооперативів теж відзначається високою ефективністю з огляду на середнє значення обороту на один кооператив [1].

Причому контроль державою юридичних та економічних аспектів діяльності кооперативів в європейських країнах носить скоріше не адміністративний, а економічний характер, так як дотримання високої ефективності та конкурентоспроможності їх діяльності відбувається на інноваційних засадах та має безпосередній вплив на ефективність діяльності всього агропромислового комплексу.

Аналізуючи досвід реформування кооперативних систем європейських країн, наголосимо на тому, що в цих країнах кооперативний рух розвивався в умовах аграрної кризи, оскільки аграрний сектор економіки має властивість досить чутливо реагувати на труднощі реформування економіки, навіть незважаючи на стабілізацію загальної макроекономічної ситуації [2, С. 8-9]. Це обумовило наявність спільних для кооперативних організацій країн Європи проблем, які поєднаємо у чотири групи:

- нестача фінансових ресурсів;
- посилення конкуренції з боку нових господарських утворень різних форм власності, у тому числі іноземних, в умовах недостатнього рівня державної підтримки і стимулювання;
- відносно низький рівень менеджменту і забезпечення його підготовки;
- відсутність досвіду впровадження і застосування сучасних маркетингових технологій діяльності на ринку та його дослідження.

Внаслідок впливу дії таких факторів, як недостатня державна підтримка кооперативів, посилення конкуренції з боку приватного сектору, в країнах Східної і Центральної Європи мала тенденція зниження частки кооперативів у загальному торговельному обороті країн, зменшення загальної кількості кооперативів, чисельності пайовиків і погіршення загальних фінансових результатів господарської діяльності. У Румунії, Болгарії та Угорщині споживчі кооперативи з метою покриття своїх збитків були змушені продавати і здавати в оренду своє майно (торговельні підприємства, ресторани, готелі).

Заборона у минулому в країнах Східної і Центральної Європи цілої низки видів кооперативів, таких як кредитних, страхових, заготівельних, кооперативів з підготовки товарів для продажу є однією з причин виникнення кризових явищ в кооперативному секторі. Не вистачало організованої на кооперативних принципах фінансової системи, здатної фінансувати кооперативи і ліквідувати їх залежність від державних і приватних банків, що було обумовлено відсутністю досвіду у цій сфері.

Активізація діяльності ТНК на ринках країн Східної Європи мала здебільшого негативний вплив на розвиток кооперативів. З одного боку, кооперативи мали значно нижчий рівень конкурентоспроможності порівняно з західними концернами, а з другого боку, активному капіталовкладенню іноземних інвесторів у кооперативний сектор перешкоджали недостатня врегульованість питань кооперативної власності і її поєднання з іншими формами власності.

У зв'язку з цим наголосимо на тому, що інтеграція кооперативних організацій з кооперативними об'єднаннями Західної Європи на інноваційних засадах відіграла ключову роль не лише в активізації зовнішньоекономічної діяльності, але й у процесі трансформації та розвитку кооперативних систем у цих країнах [3]. Тому видається корисним досвід інтеграції східноєвропейських кооперативів з кооперативними організаціями Австрії у сфері фінансування виробничої і ремісничої галузей (створення пекарень та кондитерських підприємств, діяльності підприємств з виробництва будівельних матеріалів), будівництва об'єктів готельного бізнесу, надання лізингових та консалтингових послуг, трансформації кооперативних банківських систем Чехії, Словаччини, Угорщини, Польщі та Словенії і сприяння їх вступу в Міжнародне об'єднання народних банків.

Передумовою такої секторальної форми інтеграції, яка була побудована на кооперативній основі і не вимагала від новостворених спільних підприємств відмови від кооперативних принципів діяльності, є посилення інтеграційної конкуренції кооперативних об'єднань країн Західної Європи за нові ринки інвестування. Особливо активним на ринку інвестування в кооперативні спілки країн Східної та Центральної Європи є Австрійський кооперативний союз ім. Шульце-Делітца. Австрійський кооперативний союз складається зі Спілки Народних банків (Österreichischen Volksbanken AG) – 74 банків з 600 філіями Австрійської кооперативної спілки – 97 кооперативів (приблизно 21 000 підприємств, зокрема виробничих, торговельних кооперативів, кооперативів з надання послуг).

Інтеграція східноєвропейських кооперативних організацій з Кооперативним союзом Австрії сприяла рішення проблеми фінансування кооперативного сектора цих країн. Мережа закордонних філій Австрійських народних банків складається з універсальних банків у Словенії, Угорщині, Словаччині, Хорватії і Чехії, основним завданням яких було фінансування діяльності кооперативів цих країн. У відповідності з універсальною банківською стратегією, Спілкою Народних банків були засновані лізингові товариства у Словаччині, Чехії, Угорщині і Словенії.

Підсумовуючи зазначимо, що ефективність трансформації кооперативних систем залежить як від рівня ефективності реалізації заходів, направлених на

адаптацію кооперативних систем до сучасних глобальних умов господарювання, активізацію кооперативної форми міжнародної інтеграції, так і від налагодженої системи підтримки та стимулювання інноваційної діяльності підприємств кооперативного сектору економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Зіновчук В. В. Місце і роль кооперативів в агробізнесі країн європейського Союзу / В. В. Зіновчук // Економіка АПК. – 2000. – № 2. – С. 80-86.
2. Онищенко О. Аграрні перетворення в країнах Центральної і Східної Європи / О. Онищенко, Т. Осташко // Економіка України. – 1994. – № 8. – С. 8-9.
3. Юргелевич С. Огляд створення і функціонування кооперативних банків: принципи, проблеми, уроки для України / С. Юргелевич. – К. : Українсько-європейський консультативний центр з питань законодавства, 2000. – 19 с.

BORYS MARTOS AND THE CO-OPERATIVE MOVEMENT

Кулішова Єлизавета

Гранда О. В. – наукова керівниця

Тернопільський кооперативний фаховий коледж

Annotation. The article explores Borys Martos's role in the cooperative movement, highlighting his contributions to economic and social reforms in Ukraine. It analyzes his impact on the development of cooperative principles and their significance in the national economy.

Keywords: Borys Martos, cooperative movement, economic reforms, Ukraine, national economy.

Problem Statement. The study examines the insufficiently explored role of Borys Martos in shaping the cooperative movement and his influence on Ukraine's economic development during a critical historical period.

Objective. To analyze Borys Martos's contributions to the cooperative movement and evaluate their influence on the economic and social transformations in Ukraine.

Borys Martos (1879–1977) was a Ukrainian political leader, co-operative organizer, and educator who played a significant role in Ukraine's struggle for independence in the early 20th century. [1] He was born on June 1, 1879, in Horodyshe, Poltava Region. In 1897, B. Martos graduated with a silver medal from the classical gymnasium in Lubny and enrolled at Kharkiv University. Starting from the 5th grade, he supported himself by giving lectures in order to obtain a secondary education, and as a student, he even supported his mother with the earnings from teaching.

He became actively involved in the Ukrainian national movement during his studies at Kharkiv University, participating in clandestine student groups and collaborating with the Revolutionary Ukrainian Party. His political activities led to multiple arrests. Totally he was arrested for three times.

In 1905, Martos joined the Ukrainian Social Democratic Workers' Party (USDRP) and engaged in revolutionary activities in Kharkiv and Liubotyn. Due to political restrictions, he was unable to pursue a teaching career after his graduation in 1908. Instead, he dedicated himself to the co-operative movement, working as an instructor in Volyn region, serving as the financial director of the Black Sea–Kuban Railway Board, directing the Kuban Co-operative Bank, and inspecting co-operatives for the Poltava gubernia zemstvo between 1913 and 1917.

During the revolutionary period, Martos was a member of the Central Rada and its executive committee, the Little Rada. He held the position of Agrarian Affairs Secretary in the General Secretariat of the Central Rada. Following the Hetmanate coup in 1918, he withdrew from active politics and focused on the co-operative sector, chairing the Central Ukrainian Co-operative Committee and lecturing at the Kyiv Commercial Institute. He also established the Co-operative Institute in Kyiv.

Under the Directorate of the Ukrainian National Republic, Borys Martos served as Minister of Food Supplies in Volodymyr Chekhivskyi's cabinet and later assumed the roles of Prime Minister and Finance Minister from April to August 1919. After the fall of the Ukrainian National Republic, he emigrated, eventually settling in Prague. There he directed the co-operatives office of the Ukrainian Civic Committee and was a founding professor at the Ukrainian Husbandry Academy. He later became the director of the Ukrainian Technical and Husbandry Institute from 1936 to 1938.

Following World War II, Martos moved to Munich, where he founded and served as rector of the Ukrainian Higher School of Economics from 1945 to 1949. In 1958, he emigrated to the United States and lectured at the Ukrainian Technical Institute in New York. Throughout his life, Martos authored numerous works on co-operation and contemporary history, including «*The Theory of Co-operation*», 1924) and «*The Currency of the Ukrainian State*», 1972 [2].

He passed away on September 19, 1977, in New Jersey (USA).

Borys Martos made a significant contribution to the development of the co-operative movement both in Ukraine and among the diaspora. He was not only a theoretician but also a practitioner of co-operation, actively working on the creation of co-operative institutions, banks, and educational programs to train specialists in this field [4, c. 24].

The Beginnings in the Co-operative Movement

- At the beginning of the 20th century, Martos joined the co-operative movement while working in Poltava.
- He was an active participant in the activities of the Poltava Governorate Zemstvo, which focused on developing rural co-operatives.
- From 1913 to 1917, he worked in various Ukrainian regions, inspecting co-operatives and training their managers.

Co-operation During the Ukrainian Revolution of 1917–1921

- In 1917, he became the head of the Central Ukrainian Co-operative Committee.
- He collaborated with the All-Ukrainian Union of Consumer Co-operatives (Central).

- In 1918, he worked on developing the legislative framework for the co-operative movement in both the Ukrainian State and the Ukrainian People's Republic (UNR).

- In 1919, while leading the UNR government, he attempted to use co-operatives as an instrument for the country's economic rescue.

Activity in Emigration

- After the defeat of the UNR in 1920, he emigrated to Czechoslovakia, where he continued his work in the field of co-operation.

- He taught at the Ukrainian Commercial Academy in Podebrady (1922–1938), instructing students in the theory and practice of co-operation.

- He founded the Co-operative Institute in Prague.

- He authored the work «*Theory of Co-operation*» (1924), which became an important textbook for Ukrainian co-operativists.

Cooperation in the Diaspora (After World War II)

- From 1945 to 1949, he worked in Munich, where he founded and headed the Ukrainian Higher School of Economics.

- In 1958, he moved to the United States, where he taught at the Ukrainian Technical Institute in New York.

- He continued to promote the ideas of co-operation among the Ukrainian diaspora and wrote on the subject.

Borys Martos was one of the most authoritative Ukrainian co-operative economists. His ideas and approaches influenced the development of the co-operative movement in Ukraine and among the diaspora. His main principles included:

Autonomy of Co-operatives – they should be independent of the state.

Training of Specialists – co-operators should have specialized education.

Economic Sustainability – co-operatives must be financially independent.

Borys Martos's life stands as a testament to the power of visionary leadership in both political and economic arenas. His tireless efforts not only advanced Ukraine's struggle for independence but also laid the groundwork for a robust co-operative movement. By championing the principles of co-operative autonomy, specialized education, and financial sustainability, Martos transformed co-operative practices into a vital tool for economic recovery and social progress. His legacy, reflected in his groundbreaking work as a theorist, practitioner, and educator, continues to inspire and guide the development of co-operative systems in Ukraine and among the global Ukrainian diaspora.

Conclusions. Borys Martos played a key role in developing cooperative initiatives in Ukraine, advocating for sustainable economic growth and social well-being. His ideas remain relevant for modern economic strategies and cooperative development.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Історія кооперативного руху в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.coop-academy.com.ua/istoriya-kooperatyvnoho-rukhu-v-ukrayini/>

2. Нестуля О. О. Кооперативна діяльність Б. Мартоса [Електронний ресурс] / О. О. Нестуля, М. В. Аліман. – Полтавський університет економіки і торгівлі, 2017. – 285 с. – Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/8407/1/%D0%9A%D0%BD.%201.%20%D0%9A%D0%BE%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B0%20%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%91.%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BE%D1%81%D0%B0.pdf>

3. Martos Borys [Електронний ресурс] // Internet Encyclopedia of Ukraine. – Режим доступу: <https://www.encyclopediaofukraine.com/display.asp?linkpath=pages%5CM%5CA%5CMartosBorys.htm>

4. Starodubtsev V. The Progressive Legacy of the Ukrainian People's Republic / V. Starodubtsev. – Friedrich-Ebert-Stiftung, 2021. – 32 с. – Режим доступу: <https://www.fes.de/index.php?eID=dumpFile&f=125571&t=f&token=508d8eb8a0c37b365e2c670796282e9b69288668>

КООПЕРАТИВНИЙ РУХ І ЄВРОПЕЙСЬКІ ЦІННОСТІ: РОЛЬ АНДРЕЯ ШЕПТИЦЬКОГО У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНОЇ САМОДОСТАТНОСТІ УКРАЇНЦІВ

Фіялка Олеся-Іванна

Процик М. М. – наукова керівниця

Тернопільський кооперативний фаховий коледж

Анотація. У доповіді розглянуто вагомий внесок митрополита Андрея Шептицького у розвиток кооперативного руху в Галичині у першій половині ХХ століття, його роль у створенні кооперативних організацій, їхній вплив на економічне зміцнення українського населення та формування суспільства на засадах європейських цінностей.

Ключові слова. Андрей Шептицький, кооперативний рух, Галичина, економічний розвиток, самодостатність, взаємодопомога, європейська інтеграція.

Постановка проблеми. Недостатня економічна самостійність українського населення Галичини на початку ХХ століття, зумовлена історичними та соціальними чинниками, спонукала до пошуку шляхів покращення його добробуту та економічної незалежності. Кооперативні ініціативи митрополита Андрея Шептицького стали важливим чинником економічного зміцнення української громади. Його досвід є цінним для сучасної України, оскільки принципи кооперації залишаються ефективним інструментом для розвитку національної економіки та інтеграції в європейський простір.

Мета. Дослідити та висвітлити роль та значення діяльності митрополита Андрея Шептицького у розвитку кооперативного руху як інструменту економічного піднесення українців Галичини та його актуальність для сучасної України у контексті європейської інтеграції.

Виклад основного матеріалу. Європейська економічна модель значною мірою спирається на кооперативний рух, що базується на солідарності, демократичному управлінні та економічній самодостатності громад. В українській історії одним з найяскравіших провідників цих ідей став митрополит Андрей Шептицький, чия діяльність сприяла розвитку кооперації серед українців Галичини. Його діяльність допомогла економічно зміцнити місцеве населення й сприяла формуванню суспільства, заснованого на європейських принципах співпраці та взаємопідтримки.

А. Шептицький розумів важливість економічної самостійності українців. У своїх пастирських посланнях він закликав до єдності та створення кооперативних установ. У 1904 році митрополит видав розпорядження, згідно з яким священники мали сприяти створенню кооперативних організацій та набувати навички управління ними. Він наполягав, що поряд із богословською освітою священнослужителі повинні опановувати основи економіки, торгівлі, бухгалтерії, кооперації та сільського господарства.

Під керівництвом митрополита активно розвивалися кооперативні організації. Він сприяв створенню кооперативних банків, споживчих товариств, аграрних і виробничих об'єднань, які мали допомогти українцям вибудовувати економіку незалежно від чужоземного капіталу. Розглянемо приклади найвідоміших ініціатив митрополита.

А. Шептицький заснував у 1908 році кооперативний ліцей у Львові, першу українську сільськогосподарську школу товариства «Просвіта» в Миловані поблизу Галича із молочарським, садівничо-городничим і господарським відділами, а також першу сільськогосподарську школу для сільських господинь у Коршеві Коломийського повіту, де знаходилась також садівнича школа. Під патронатом митрополичого ординаріату створено українське ремісничо-промислове товариство «Зоря», де молодих хлопців навчали торгівлі. Андрей Шептицький також запровадив правило: якщо монаше згромадження хоче отримувати гроші з митрополичого фонду, то мусить при монастирі створити освітній заклад, відтак при обителях з'явилося чимало господарських шкіл [4].

Одним із найвизначніших внесків митрополита у сферу культури стало заснування у 1913 р. «Національного музею» у Львові, першого українського музею в Галичині, який він матеріально забезпечив. Це був перший український музей в Галичині.

До початку Першої світової війни на західноукраїнських землях діяло до 1500 кооперативів. 60-ма відсотками усіх керували священники, а в решті священник очолював ревізійну комісію.

Митрополит підтримував грошима найбільші українські кооперативи: «Центросоюз», «Маслосоюз» та «Хлібосоюз». До прикладу, українська кооперативна спілка «Маслосоюз» отримала від митрополита в 1932 році приміщення для своєї нової молочарні в одному з будинків по вул. Городоцькій, за який могла платити впродовж 20 років. Митрополит придбав для цієї організації перші 20 автомобілів, для того, щоб була більш конкурентоздатною і швидко доставляла продукцію, яка не може довго зберігатися. Зі свого боку «Маслосоюз»

видавав купони на молоко, а митрополичий секретаріат розділяв їх між бідними жителями Львова [4].

У 1924 році Митрополит Андрей Шептицький інвестував 46 тис. дол. у створення першої української кондитерської фабрики «Фортуна Нова» у Львові. Фабрика виготовляла до 5 тонн солодошів щодня, а її продукція експортувалася до європейських країн та США. Фабрика «Фортуна Нова» стала одним із попередників сучасної кондитерської фабрики «Світоч» [5].

Українці в австро-угорській Галичині були найчисельнішою, однак найменш заможною верствою населення: 90% місцевих мешканців володіли лише 30% землі. Десятки тисяч безземельних селян з відчаєм емігрували в пошуках заробітку за океан, а більшості тих, хто зводили кінці з кінцями на своїх ланах, бракувало коштів на розвиток господарства [2].

У 1894 році було створено господарське товариство взаємного кредиту «Дністер», яким керували греко-католицькі митрополити. Кожен член товариства мав право одного голосу незалежно від кількості 50-кronових внесених паїв. Гарантією кредитоспроможності було не майно позичальника, а довіра до нього.

У 1908 році Шептицький увійшов до складу комітету засновників першого українського банку, створеного на засадах іпотеки. Найбільшими акціонерами Земельного банку гіпотечного (ЗБГ), що почав повноцінно працювати через два роки, стали митрополит Андрей і товариство «Дністер», які придбали по 100 акцій номіналом по 400 крон кожна [4].

А. Шептицький у веденні бізнесу був обережним, уникав надмірних ризиків і диверсифікував їх. Значною мірою завдяки Шептицькому ЗБГ невдовзі став єдиним українським банком, що здобув визнання у світі, а його цінні папери оплачувалися у всіх банках Європи. ЗБГ займався довгостроковим кредитуванням житлового будівництва під заставу земельних ділянок і нерухомості. Банк також допомагав у разі тимчасових фінансових труднощів українським кооперативам і купецтву, що належали до «Сільського господаря», «Народної торгівлі» або «Маслосоюзу». Як наслідок – у 1936 році торговельний оборот українських молочарських спілок на Галичині майже вдвічі перевищував виторг такої самої кількості польських кооперативів і становив 8,36 млн польських злотих. Спільними зусиллями у 30-х роках українці Галичини контролювали цілі сегменти економіки Польщі [4].

Посвячуючи 3 червня 1934 р. прапор української кооперації, митрополит так сформулював своє бачення її ролі: «На кооперації в переважній частині спирається добробут народу. Через кооперацію, через організацію, через скупчування наших сил, через порядок і єдність ми вдесятеро множимо наші економічні сили, наш добуток» [4]. Шептицький надихнув багатьох підприємців займатися благодійністю, підтримувати українських митців, освітні та наукові організації, талановитих студентів.

1899 року представники селянства, інтелігенції та духівництва організували в Олеську, що на Золочівщині, місцеве товариство «Сільський господар», яке в 1905 р. перейшло до Львова, стало крайовим органом кооперації і перейняло від «Просвіти» її економічні функції. «Сільський господар» швидко перетворився на

значну інституцію з філіями майже в кожному повіті, сотнями гуртків, багатьма дослідними полями, станціями. Наприкінці 1912 р. товариство мало 90 філій, 1151 гурток, у яких налічувалося 26 612 членів. Його філії діяли в Коломиї, Стрию, Бережанах, Бучачі, Рогатині, Жовкві, Золочеві, Бродах, Кам'янці-Струмиловій, Радехові, Самборі, Тереховлі, Тернополі, Ходорові, Сяноку та в інших містах [1, с. 214-219].

1910 р. українські підприємці організували перші національні спілки для збуту худоби в Галичині, які одразу стали посередниками австрійського агентства у Відні. У 1911 р. таких спілок було 62 і вони налічували близько 30 тисяч осіб. Для керівництва цими спілками було створено Крайовий союз купівлі та збуту худоби, який став одним з головних постачальників продукції свинарства з Галичини на австрійські ринки.

На межі XIX-XX ст. Західна Україна мала неабияку інвестиційну привабливість – тутешні нафтові родовища активно розробляли іноземні корпорації. На Галичині в цей час працювало 332 нафтових підприємства, більшість з яких належала зарубіжним інвесторам. Іноземці провадили нафтовидобуток з особливим соціальним, економічним та екологічним цинізмом. Митрополит Шептицький був поодиноким українським підприємцем, який складав їм конкуренцію.

Він повністю викупив маєток Перегінське, що у Дрогобицько-Бориславському нафтовому басейні, і уклав багаторічний договір – на 25-30 років – з нафтовим об'єднанням «Галіція» про видобуток вуглеводів на митрополичих угіддях. За умовами цього контракту Галіція заплатила Шептицькому одразу 1 млн крон. Додатково об'єднання зобов'язувалося платити по 500 крон за кожну задіяну нову свердловину [6]. Дослідники зазначають три обов'язкові вимоги Шептицького, які він висував своїм розпорядникам або партнерам по бізнесу щодо найманих працівників: матеріальне стимулювання, духовна опіка, сприятливі умови праці для них і відповідно застрахувати їх на випадок травми або смерті на промислі. Жодне інше підприємство з тих, що працювали на той час у краї, не мало й натяку на такий «соціальний пакет». Забезпечити їх на своїй рідній землі, але в чужих державах – спочатку в Австро-Угорщині, а опісля в Польщі – було непросто. А в період Другої світової війни майже неможливо. Проте історія не відвела іншого часу митрополиту Шептицькому.

Усі напрями діяльності УГКЦ на чолі з Андреем Шептицьким вписувалися у його національну програму розвитку аграрної сфери «Україна – житниця світу». Він казав: «На нашій землі маємо працювати ми, наш продукт маємо продавати ми, і наш продукт мають споживати у всьому світі».

Досвід Андрея Шептицького у розвитку кооперації є цінним прикладом для сучасної України. Його інноваційні підходи та прагнення до економічної незалежності можуть слугувати орієнтиром у процесі європейської інтеграції та подолання сучасних викликів. Розвиток кооперативного руху, заснованого на принципах взаємодопомоги, освіти та інновацій, сприятиме сталому розвитку національної економіки та інтеграції України до європейської спільноти.

Сучасні європейські країни (Німеччина, Франція, Нідерланди) мають потужні кооперативні традиції. Україна, орієнтуючись на цей досвід, може

розвивати аграрну кооперацію (спільні фермерські господарства), кредитні спілки для малого бізнесу, цифрові кооперативи (впровадження ІТ-технологій). Досвід митрополита показує, що економічна незалежність, взаємодопомога та грамотне фінансове управління є ключовими факторами успіху.

Висновки. Діяльність митрополита Андрея Шептицького стала визначальним фактором у розвитку кооперативного руху в Галичині, сприяючи економічному зміцненню українського населення та формуванню основ сучасної економічної самодостатності, що залишається актуальним для України в контексті її євроінтеграційних прагнень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Галушко М. Український кооперативний рух у контексті європейської інтеграції: історичний досвід і сучасні виклики / М. Галушко. – Львів : Видавництво ЛНУ ім. І. Франка, 2021. – 275 с.
2. Кугутяк М. В. Український кооперативний рух у Галичині : історія та перспективи / М. В. Кугутяк. – Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2015. – 312 с.
3. Литвин М. Кооперація і національне відродження: внесок Андрея Шептицького / М. Литвин. – Дрогобич : Видавництво «Коло», 2019. – 310 с.
4. Митрополит Андрей Шептицький. Кооперація. Живе телебачення. URL:<https://zhyve.tv/video/213-mytropolyt-andrey-sheptytskyu-kooperatsiya/>
5. Митрополит Андрей Шептицький та початок української кондитерської історії. Голос Сокальщини. URL:<https://golossokal.com.ua/istoriia/mytropolyt-andrey-sheptytskyu-ta-pochatok-ukrainskoi-kondyterskoi-istorii.html>
6. Скарби Андрея Шептицького. Бліц інфо. Громадська трибуна. URL:<https://blitz.if.ua/news/skarby-andreya-sheptyckogo.html>

РОЛЬ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Вісич Єлизавета

Солдатенко О. В. – наукова керівниця

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. У роботі досліджено роль кооперації в умовах війни та післявоєнного періоду у контексті покращення соціально-економічного становища України.

Ключові слова: кооперація, економіка, кооперативний рух, воєнний і післявоєнний періоди.

Постановка проблеми. У соціально-економічному становищі багатьох країн важливу роль відіграють кооперативні рухи. Кооперація має власні види: сільськогосподарську, кредитну, споживчу тощо. За допомогою кооперативних об'єднань, населення має змогу забезпечувати себе товарами і послугами. Питання діяльності кооперації в Україні є досить актуальним і простежується у наукових роботах багатьох учених. Водночас особливої актуальності набуває кооперація в умовах війни та післявоєнний період.

Аналіз основних досліджень. Теоретичному аспекту системного аналізу кооперації у своїх дослідженнях приділяли увагу такі вчені: Б. Мартос, В. Радзівілюк, О. Нестуля, М. Аліман.

Мета. Обґрунтувати доцільність удосконалення і подальшого розвитку законодавства України про кооперацію задля забезпечення її ефективного впливу на економічні процеси у повоєнний період.

Виклад основного матеріалу. Роль кооперації у формуванні економіки різних країн простежується в усьому світі. В Україні значний внесок у розвиток кооперації зробив Борис Мартос. Працюючи на керівних державних посадах він постійно підтримував зв'язки з кооперативними організаціями, переймався удосконаленням кооперативного законодавства, турбувався про успішний розвиток кооперації та поліпшення фінансового становища кооперативних товариств та їхніх спілок [5, с. 52]. Борис Мартос у своїх наукових працях розглядав кооперацію як спільну діяльність певної групи людей, що має завданням поліпшити їхній матеріальний і духовний добробут шляхом організації кооперативів [4, с. 134]. Відповідно до статті 1 Закону України «Про кооперацію», кооперація – це система кооперативних організацій, створених з метою задоволення економічних, соціальних та інших потреб своїх членів. Метою кооперації є задоволення економічних, соціальних та інших потреб членів кооперативних організацій на основі поєднання їх особистих і колективних інтересів, поділу між ними ризиків, витрат і доходів, розвитку їх самоорганізації, самоуправління та самоконтролю [1].

Збройна агресія росії проти України ставить нові виклики перед населенням, що зумовлює важливість підтримання належного стану економіки як в умовах війни так і у післявоєнний період. Під час війни економіка України зазнає як інфраструктурних, так людських втрат. Вони проявляються у міграції населення, втраті доходів, майна, роботи, зруйнованій інфраструктурі, що забезпечувала загальні умови і нормальне функціонування економічної, соціальної, екологічної та інших сфер життєдіяльності суспільства [6, с. 57]. Після закінчення війни перед Україною постануть нові виклики.

Прагнення України та її населення стати повноправним членом Європейського Співтовариства (ЄС) не дає можливості обійти увагою стан кооперативного руху у країнах – членах ЄС. У Європейському Співтоваристві налічується щонайменше 250 тис. кооперативів, членами яких є одна третина населення ЄС, у яких отримали роботу 5,4 млн працівників. Кооперативи займають значні частки ринку у таких галузях: сільське господарство – 83% у Нідерландах, 79% у Фінляндії, 55% в Італії, 50% у Франції; лісове господарство – 60% у Швеції, 31% у Фінляндії; банківська справа – 50% у Франції, 37% на Кіпрі, 35% у Фінляндії, 31% в Австрії, 21% у Німеччині; роздрібна торгівля – 36% у Фінляндії, 20% у Швеції; фармацевтика та охорона здоров'я – 21% в Іспанії, 18% у Бельгії тощо [2].

Особливо важливим для України є приклад післявоєнного регіонального відновлення, яке відбулося завдяки розвитку та підтримці кооперативного руху. Після Другої світової війни Емілія-Романья був найбільш спустошеним регіоном Італії, де кооперативні рухи були знищені війною. Стратегії місцевої влади щодо

сприяння розвитку кооперативів та заохочення щодо їх створення дозволила промислового регіону Емілія-Романья перетворитися з найбільш бідного у найзаможніший на початку ХХІ ст. На регіональному рівні було запроваджено «гнучке виробництво», при якому кооперативи тієї чи іншої сфери діяльності брали участь у тендерах для отримання великих контрактів [2, с. 2].

Таким чином, і в Україні є надія на економічне відродження. Чітко сформульована стратегія розвитку кооперації, заохочення громадян до створення кооперативів сприятимуть відновленню економіки після війни. Важливим є і кооперативні ініціативи для сприяння збалансованому розвитку економіки та суспільства України в її новому статусі кандидата на членство в ЄС, у руслі її євроінтеграційних прагнень. Це вимагає наявності чіткого та ефективного кооперативного законодавства. На думку В. Радзивілюка такі явища, як неповне або некоректне відтворення кооперативної ідеології та цінностей, загрожує їх переродженням, створює про них хибне уявлення, веде до появи організацій, які не маючи стосунку до кооперативної форми господарювання, носять назву кооперативу [6, с. 64].

Висновки. Отже, роль кооперації в Україні в умовах війни та післявоєнного періоду має ґрунтуватися на розумінні конкретних проблем країни. Для забезпечення повноцінного функціонування кооперативного руху важливим є формування відповідного законодавства, з обґрунтуванням у ньому завдань і принципів кооперації. Оскільки людство еволюціонує і розвивається, змінюється світогляд, доцільно удосконалювати сталі норми, які будуть чітко характеризувати кооперативи, їх правове та організаційне становище. Крім того, доцільно заохочувати громадян до кооперативного руху, наприклад, через систему субсидіювання. На наш погляд, розвиток кооперації позитивно вплине на соціально-економічне становище в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України: «Про кооперацію» від 10.07.2003 р. № 1087-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1087-15#Text>
2. Cooperatives (European Commission. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. European Cooperative Society) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/cooperatives_en
3. John Logue, «Economics, Cooperation, and Employee Ownership: The Emilia Romagna model – in more detail» (05.01.2006) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://base.socioeco.org/docs/article-logue.pdf>
4. Аліман М. В. Праці Бориса Мартоса про кооперацію та їх значення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/DOI/2616-8510-2019-16-15.pdf>
5. Нестуля О. О., Аліман М. В. Борис Мартос та його внесок у розвиток української кооперації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/169727/07-Nestulya.pdf?sequence=1>

6. Радзивілюк В. В. Роль кооперативного руху та кооперативів у воєнний і післявоєнний періоди [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0001431306>

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ПРОГРАМ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ

Осинчук Дар'я

Дудник О. А. – науковий керівник

Черкаський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж

Полтавського університету економіки і торгівлі

Анотація. У статті розглянуто процес європейської інтеграції України, її вплив на національну економіку та розвиток кооперативних зв'язків в умовах сучасних викликів. Проаналізовано можливості використання інноваційних підходів у сфері кооперації для підвищення економічного зростання.

Ключові слова: європейська інтеграція, національна економіка, кооперація, інновації, глобалізація.

Постановка проблеми. Європейська інтеграція України відкриває нові можливості для національної економіки, водночас висуваючи низку викликів, пов'язаних із впровадженням інновацій та адаптації до європейських стандартів.

Аналіз основних досліджень. Проблематика європейської інтеграції та інноваційного розвитку національної економіки широко досліджувалася вітчизняними та зарубіжними науковцями. Зокрема, у працях Василенка В.О. аналізується економічний вплив інтеграційних процесів, Гончарук І. В. розглядає міжнародний досвід у сфері інновацій. У даній доповіді аналізуються інноваційні проекти та вплив програми «EU4Business» на економічну стійкість регіонів України, зокрема у Черкаській області.

Мета. Метою дослідження є аналіз ролі кооперації у процесі європейської інтеграції України та її впливу на інноваційний розвиток національної економіки.

Виклад основного матеріалу. Вхідження України до європейського економічного простору передбачає відповідність стандартам ЄС, що вимагає суттєвих реформ у сфері інноваційного розвитку, цифрової трансформації, індустріалізації та зеленої економіки [1, с. 24].

Варто відзначити, що країни ЄС залишаються основними інвесторами в українську економіку. Інтеграція до ЄС – великий крок вперед, який приносить позитивні зміни, але також створює серйозні виклики, включаючи забезпечення національних інтересів та конкурентоспроможності вітчизняного виробника.

Співпраця між українськими та європейськими компаніями дозволяє значно пришвидшити інтеграційні процеси. Успішним прикладом є співпраця українських агропідприємств із європейськими партнерами, що забезпечує доступ до передових агротехнологій та покращує якість продукції.

Дослідження свідчать, що запровадження цифрових технологій у виробництві та сфері послуг значно покращує конкурентоспроможність українських

підприємств на європейському ринку [3, с. 178]. Важливою складовою цього процесу є розвиток інноваційних екосистем, що включають технологічні парки, стартапи та наукові центри [4, с. 215].

Завдяки співпраці з європейськими партнерами українські компанії отримують доступ до нових ринків, фінансових ресурсів та експертної підтримки [5, с. 301]. Це дозволяє зміцнити позиції українських підприємств у міжнародному економічному просторі та сприяє їхньому сталому розвитку.

Українські компанії активно впроваджують екологічні інновації, що відповідають вимогам ЄС та сприяють зниженню рівня забруднення навколишнього середовища. Це є важливим кроком у забезпеченні сталого розвитку та підвищенні експортного потенціалу країни.

Програми фінансової підтримки з боку Європейського Союзу, такі як Horizon Europe та «EU4Business», відкривають нові можливості для малого та середнього бізнесу і дають змогу українським підприємцям отримувати гранти та кредити на вигідних умовах України [6, с. 383]. Ініціатива Європейського Союзу «Горизонт 2020» – ця програма надає значні фінансові ресурси для досліджень та інновацій в різних галузях, включаючи зелену енергетику, цифрові технології та біотехнології [2, с. 412].

Захід був організований ГО Ресурсний центр АНГО в межах грантового конкурсу з системної підтримки малого і середнього підприємництва на замовлення програми міжнародної співпраці «EU4Business: відновлення, конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП», яку спільно фінансують Європейський Союз і уряд Німеччини. Грантовий конкурс виконує Фонд розвитку підприємництва, стратегічним виконавцем програми є німецька федеральна компанія Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Програма спрямована на підтримку економічної стійкості, відновлення та зростання України, створення кращих умов для розвитку українських малих і середніх підприємств (МСП), а також підтримку інновацій та експорту.

У Черкаській області кілька громад та підприємств отримали гранти в рамках програм Європейського Союзу, зокрема «EU4Business».

Вісім громад Черкаської області пройшли конкурсний відбір та отримали грант з системної підтримки малого і середнього підприємства від програми міжнародної співпраці «EU4Business: відновлення, конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП». У межах гранту передбачається підвищення стійкості МСП Тясминських громад Черкащини, а саме: Смілянська громада, Кам'янська громада, Михайлівська громада, Березняківська громада, Червонослобідська громада, Леськівська громада, Медведівська громада, Чигиринська громада.

Перша зустріч з представниками місцевого бізнесу у Смілянській громаді відбулась у м. Сміла в червні 2023 року. У заході-знайомстві взяли участь близько 10-ти підприємців зі Сміли. На зустрічі бізнесмени склали список потреб та проблем місцевого бізнесу.

Перший тренінг у Червонослобідській громаді пройшов у с. Червона Слобода в червні 2023 року. Учасники з числа представників сільської ради, бізнесу,

підприємців та організацій громади навчалися механізму складання довгострокової програми місцевого економічного розвитку за європейською методикою.

У рамках гранту були заплановані та реалізовані такі ініціативи: систематична консультативна підтримка МСП з розробки бізнес-планів, інвестиційних проєктів, маркетингу та реклами; проведено вебінари для адміністраторів ЦНАП; розроблено концепцію оздоровчо-туристичного кластеру Тясминських громад; проведено економічний форум; підписано угоди про співробітництво територіальних громад у питаннях місцевого економічного розвитку, реінтеграції ВПО; здійснено підтримку розвитку периферійних територій громад.

У ході проведених тренінгів учасники зрозуміли, що укріплення стійкості українських МСП під час війни є запорукою розвитку громади. А для розвитку економічної стійкості громад важливо розвивати інновації та інтернаціоналізувати МСП (сприяти експорту їхньої продукції). Саме програма «EU4Business» дає підприємствам інструменти для відновлення.

Незважаючи на війну, дві третини українських компаній працюють. Програма «EU4Business» допомагає зробити так, щоб це продовжувало працювати і було основою для подальшого зростання України.

Значну роль у зміцненні економічних зв'язків між Україною та ЄС відіграє залучення європейських інвестицій у вітчизняні високотехнологічні галузі. Особливо перспективними є напрями цифрової економіки, екологічно чистих технологій, штучного інтелекту та відновлюваної енергетики.

Таким чином, активне залучення України до європейського ринку та зміцнення співпраці у сфері інноваційного розвитку можуть стати ключовими чинниками зростання національної економіки.

Висновки. Європейська інтеграція та інновації є ключовими чинниками розвитку національної економіки України та є потужним кроком у цьому напрямку. Співпраця з європейськими партнерами дозволяє прискорити процес адаптації до стандартів ЄС, сприяє впровадженню інноваційних технологій та покращує конкурентоспроможність українських підприємств. Важливими напрямками подальших досліджень є аналіз механізмів фінансування проєктів, оцінка впливу інновацій на економічне зростання та визначення перспектив розвитку цифрової економіки в Україні.

Європейська інтеграція відкриває нові можливості для України, зокрема в аспектах економічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності підприємств та залучення іноземних інвестицій. Однак цей процес супроводжується певними викликами, серед яких необхідність адаптації законодавства, впровадження інноваційних технологій та підвищення ефективності співпраці між підприємствами та державними структурами.

Водночас, необхідно продовжувати адаптацію національного законодавства до стандартів ЄС та підтримувати ініціативи щодо розвитку інноваційної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Василенко В. О. Європейська інтеграція та економічний розвиток: аналітичний огляд / В. О. Василенко. – К. : Видавничий дім «КМ Академія», 2022. – 320 с.
2. Гриценко О. Європейський досвід фінансування інвестиційних проєктів: уроки для України / О. Гриценко // Наукові перспективи. – 2023. – № 10 (40). С. 408-417 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://perspectives.pp.ua/-index.php/np/article/view/7038/7078>
3. Європейський Союз та Україна: виклики інтеграції / Під ред. С. П. Коваля. Одеса: ОНУ, 2020. – 290 с.
4. Кравченко Т. О. Фінансова підтримка інноваційних проєктів: європейський досвід та українські реалії / Т. О. Кравченко. – К. : Центр економічних досліджень, 2023. – 278 с.
5. Мельник О. Г. Сучасні проблеми модернізації української економіки в контексті європейської інтеграції / О. Г. Мельник. – Дніпро : ДНУ, 2021. – 340 с.
6. Петренко Н. С. Участь українських вчених у програмі ЄС «Горизонт-2020»: ретроспективний аналіз / Н. С. Петренко // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2019. – № 16. – С. 380-388 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2019_16_40.

СОЦІАЛЬНА МІСІЯ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Семерук Карина

*Петренко В. І. – науковий керівник
Вінницький кооперативний інститут*

Анотація. У статті розглядається соціальна роль споживчої кооперації як важлива складова соціально-економічної діяльності держави в умовах ринкової економіки.

Ключові слова: кооперація, соціальна роль, споживчі спілки, населення, ринок, благополуччя.

Постановка проблеми. Споживча кооперація України виконує як економічні, так і соціальні функції, проте її ефективність залежить від рівня довіри населення, підтримки держави та адаптації до ринкових умов. Зростання конкуренції, необхідність інвестицій та інноваційного розвитку, а також оптимізація галузевої структури є ключовими викликами, що стоять перед кооперативним рухом.

Аналіз основних досліджень. Законодавче підґрунтя споживчої кооперації в Україні визначається Законом України «Про кооперацію» (2004), який встановлює основні принципи функціонування кооперативних організацій, їхню соціальну та економічну роль.

У наукових працях Гелея С. та Пастушенка Р. детально розглянуто історію та теоретичні засади розвитку кооперативного руху. Автори акцентують увагу на кооперації як особливій формі господарювання, що поєднує соціальну місію з економічною вигодою. Бабенко С. аналізує трансформацію кооперативних систем у перехідній економіці України, підкреслюючи виклики адаптації до ринкових умов, необхідність інвестиційного розвитку та розширення кооперативного сектору економіки.

Метою є дослідження соціально-економічної ролі споживчої кооперації в Україні та визначення стратегічних напрямів її розвитку. Особлива увага приділяється посиленню інвестиційної активності, інноваційного потенціалу та соціальної місії кооперативів.

Виклад основного матеріалу. Згідно із Законом України «Про споживчу кооперацію», вона є добровільним об'єднанням громадян для спільного здійснення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального становища в суспільстві [1].

Споживча кооперація, здійснюючи економічні функції, виконує також соціальну місію. Ці два аспекти тісно переплітаються і невіддільні одне від одного. Традиційно, обслуговуючи населення, споживча кооперація отримання прибутку не ставила як завдання і необхідну умову для здійснення соціальної ролі. У цьому полягає одна із найважливіших відмінних ознак споживчих спілок від акціонерних товариств та інших комерційних структур, які переслідують мету – отримання прибутку.

Успішне господарювання, досягнення високих економічних і фінансових результатів діяльності створюють реальну основу для підвищення соціальної ролі споживчої кооперації, вирішення більшого кола соціальних завдань. У свою чергу, зміцнення її соціальної бази означає залучення значної кількості покупців до кооперативних магазинів, забезпечення динамічного зростання товарообороту, в кінцевому підсумку – розширення сегмента кооперативного ринку. Це створює об'єктивні передумови для економічного благополуччя системи і населення.

В умовах становлення ринкових відносин, єднання економічного і соціального посилюється, хоча загострилося і протиріччя між ними. З одного боку – ринок, що вимагає від кооперації фінансового благополуччя, з іншого боку – турбота про благо людей, причому не лише пайовиків, а всього населення, у тому числі соціально незахищених верств. Природа споживчої кооперації така, що вона, виступає соціально орієнтованою системою. Головне своє завдання бачить у забезпеченні матеріальних і соціальних інтересів пайовиків і незаможних верств народу.

Винесення соціальних проблем на перше місце визначається соціальною значимістю, яку має споживча кооперація для всього українського суспільства. Здійснюючи постачання населення товарами, створюючи робочі місця та забезпечуючи масову зайнятість, споживча кооперація стабілізує соціально-економічне становище в районах своєї діяльності.

Також, що дуже важливо – створює умови для формування громадянського суспільства, у якому наявні всі можливості для самовираження і розвитку кожної особистості [3].

Сучасна практика споживчої кооперації підтвердила те, що споживчі спілки найбільш ефективно вирішують свої завдання в тому випадку, коли користуються довірою і підтримкою пайовиків. Як правило, такі спілки утримують максимальні пільги від місцевих адміністрацій, оскільки істотно впливають на соціально-економічний розвиток як регіону, так і держави.

Соціальна місія споживчої кооперації полягає в захисті соціальних і економічних інтересів пайовиків і всього населення. Вона включає наступні аспекти:

- 1) створення умов для демократії;
- 2) інформованість пайовиків;
- 3) підвищення соціальної активності пайовиків та всього населення;
- 4) забезпечення зайнятості людей;
- 5) турботу про соціально незахищені групи населення: пенсіонерів, інвалідів, працездатних громадян;
- 6) залучення до економічної діяльності широких верств;
- 7) забезпечення гарантованої закупівлі надлишків продукції у виробників;
- 8) товарний кредит населенню (відпуск товарів населенню в борг);
- 9) функціонування у віддалених районах планово-збиткових підприємств торгівлі;
- 10) товарний кредит і обслуговування бюджетних організацій соціально-культурного напрямку;
- 11) реалізацію хліба власної випічки за ціною нижчою собівартості;
- 12) організацію шкільного харчування;
- 13) транспортні та інші послуги, що надаються безкоштовно або на пільгових умовах;
- 14) безкоштовні або пільгові путівки;
- 15) набори продуктів, подарунки [2].

Отже, як засвідчують вказані аспекти, соціальна місія споживчої кооперації спрямована не лише на пайовиків, але і на всі верстви населення, яке обслуговується. Співвідношення економічного та соціального аспектів діяльності служить критерієм зрілості та спроможності споживчих спілок, які слід розглядати як дуже важливу структуру для реалізації соціальних завдань держави.

На сьогодні актуально, що у «Стратегії економічного і соціального розвитку України» накреслено орієнтири перспективного розвитку кооперації в цілому і споживчої кооперації зокрема. Ними передбачено розширення кооперативного сектору економіки та інтеграцію кооперативних систем, посилення соціальної місії потенціалу кооперації в економічному зростанні та соціальному розвитку України.

Враховуючи, що інтереси суспільства збігаються з цілями кооперації, саме ця платформа є визначальною при виборі пріоритетів розвитку. У такому контексті найголовнішим стратегічним напрямом розвитку споживчої кооперації, як і всієї вітчизняної економіки, є перехід до моделі інвестиційно-інноваційного

розвитку. Необхідність відновлення інвестиційної динаміки в споживчій кооперації зумовлено тим, що нині, в умовах ринкового середовища і наростаючої конкуренції, ресурсний потенціал системи не повністю відповідає жорстким ринковим вимогам.

Стає очевидно, що поступальний розвиток кооперації на базі потужного ресурсного потенціалу необхідно здійснити шляхом активізації інвестиційної політики і стимулювання інноваційної діяльності. Це потребує:

- по-перше, суттєвого розширення бази інвестиційних ресурсів;
- по-друге, посилення інвестиційної активності кооператорів, а також населення через пайові механізми та кредитні спілки. Ці джерела реальні, оскільки заощадження населення інтенсивно зростають;

- по-третє, залучення кредитних ресурсів для перспективного інвестування у нові основні засоби, технології, високотехнологічні проекти, в т. ч. шляхом спрощення доступу зовнішніх і зарубіжних інвесторів у системі споживчої кооперації;

- по-четверте, формування умов для ефективного розвитку інвестиційної діяльності, диверсифікації та якісного оновлення матеріально-технічного потенціалу споживчої кооперації. Тут важливо активізувати наукові дослідження вчених закладів вищої освіти системи у сфері нових технологій, методів господарювання, організації і управління, а також створити в споживчій кооперації технопарки, центри досвіду, інноваційні фонди для активізації інноваційної діяльності.

Другий стратегічний напрям – це оптимізація галузевої структури і диверсифікація господарської діяльності споживчої кооперації. Він зумовлений загальною необхідністю суттєвого прискорення розвитку реального сектору економіки, зміцнення його конкурентоздатності. Отже, стратегічна лінія полягає:

- у збереженні життєздатних галузей господарської діяльності споживчої кооперації, забезпечення випереджаючого розвитку торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг, заготівель і виробництва. У цьому напрямі пріоритетним є розвиток кооперативної торгівлі, причому, насамперед, у сільській місцевості;

- у розвитку нових галузей господарської та економічної діяльності, туризму, готельного господарства, наданні фінансово-кредитних, лізингових, страхових послуг.

Важливим стратегічним напрямом слід вважати активну участь споживчої кооперації у реалізації політики соціально-економічного розвитку села і сільських територій.

У сфері торгівлі необхідно суттєво збільшити обсяги продажу товарів населенню з метою підвищення частки сільського обороту з 8% до 15-20%, і тим самим скоротити розрив між товарооборотом на одну людину в містах і сільській місцевості. Важливо також покращити структуру товарообороту за рахунок збільшення продажу непродовольчих товарів, головним чином, господарського, будівельного, сільськогосподарського призначення. Потребує розвитку торгівля фармацевтичними товарами.

У сфері послуг слід прискорено розвивати побутові, соціально-культурні, транспортні послуги, а також послуги технічного обслуговування, прокатні, комунальні, інформаційні, посередницькі та інші. Нині оборот послуг на одного сільського жителя у 10-12 разів нижчий, ніж у містах.

У заготівельно-виробничій сфері стратегію кооперації повинно бути спрямовано на інтеграцію з аграріями, створення обслуговуючих кооператорів, залучення в оборот агропродовольчих ресурсів, денатуралізацію доходів сільського населення. У цілому завдання споживчої кооперації у сфері перебудови села настільки складні та масштабні, що стає об'єктивною необхідність її офіційного включення до «Комплексної програми підтримки і розвитку українського села (2006-2040 рр.)».

Таким чином, успішний розвиток кооперації сьогодення можливий на базі потужного ресурсного потенціалу, здійснений шляхом активізації інвестиційної політики та диверсифікації господарської діяльності споживчої кооперації. Він зумовлений загальною необхідністю суттєвого прискорення розвитку реального сектору економіки, зміцнення його конкурентоздатності, що важливо і для виконання соціальної місії споживчою кооперацією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України: «Про кооперацію» від 10.07.2003 р. № 1087-IV.
2. Бабенко С. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці / С. Бабенко. – К. : Наукова думка, 2003. – С. 187.
3. Гелей С. Теорія та історія кооперації / С. Гелей, Р. Пастушенко. – К. : Знання, 2006. – С. 67.
4. Споживча кооперація України як соціально-економічна система кооперативних організацій. http://nkkep.com/wp-content/uploads/2021/10/P-12_Osnovy-kooperatsiyi_20.10.pdf

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕНДЕНЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Шульга Дарина

Андрейків Т. Я. – науковий керівник, к.е.н., доцент
Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі розглянуто тенденції інноваційної діяльності в Україні. Визначено закономірності та ознаки їхнього прояву. Запропоновано удосконалення існуючих механізмів стимулювання інноваційної діяльності в Україні.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, національна економіка, інноваційний розвиток, фінансування.

Постановка проблеми. Виклики сьогодення та тенденції глобальних ринків вимагають визначення основних закономірностей інноваційного розвитку в країні, що впливає на ефективність адаптації економіки країни до мінливих змін в економічних процесах. У зв'язку з цим дуже важливим для розвитку нових технологій, сталого зростання та підвищення конкурентоспроможності є інновації.

Аналіз основних досліджень. У вітчизняній економічній літературі представлено багато наукових праць, присвячених дослідженню різних аспектів інноваційного розвитку. Процес дослідження цієї теми знайшов відображення в роботах таких авторів, як Калінеску Т., Касьянова Н., Кириченко О., Орехова Т., Проданова Л., Прямухіна Н., Шаульська Л., Якимова Н., Біла І. С., Посна В. С., Шевченко О. О., Гордієнко С. Г., Ворона А. В., Стреліна О. М. та ін.

Мета. Дослідити сучасний стан та обґрунтувати практичні рекомендації щодо сталого інноваційного розвитку національної економіки.

Виклад основного матеріалу. Інноваційна діяльність та впровадження передових технологій є обов'язковою умовою для євроінтеграції України та отримання статусу рівноправного та конкурентоспроможного партнера на ринку. В зв'язку з цим, основним завданням та національним пріоритетом у сфері економічного розвитку для України є формуванням стійкого інноваційного розвитку національної економіки.

Загалом, негативний вплив на інноваційне середовище країни мають воєнні дії в Україні, які спричинені повномасштабним вторгненням росії. Це призвело до зниження рівня інвестицій, зростання ризиків для бізнесу, скорочення внутрішнього попиту, зменшення кількості інноваційних проєктів та доступності їх фінансування. Тому, першочерговими завданнями для початку повоєнної відбудови економіки є формування комплексних програм відновлення, джерел інвестування, чинників соціально-економічного розвитку.

У сучасних умовах рушійною силою відновлення економіки є інновації. Так, міжнародний досвід демонструє позитивний вплив інноваційного складника на підвищення конкурентоспроможності країни, а його відсутність свідчить про втрату конкурентних позицій [1, с. 12].

Інноваціями вважають процес внесення новаторських змін у різні аспекти життя. Він може включати в себе створення та впровадження нових ідей, технологій, продуктів, методів виробництва або управління. Разом з цим, це динамічний процес, що сприяє розвитку та еволюції, приводячи до покращень у різних галузях, таких як наука, економіка, соціальна сфера та культура. Крім цього, інновації є важливим елементом для досягнення конкурентоспроможності та сталого розвитку, впливаючи на ринковий попит, соціальні та екологічні аспекти, а також на загальний прогрес суспільства.

Дослідження інноваційних процесів національної економіки, врахування факторів, що впливають на інноваційний розвиток, аналіз ризиків, пов'язаних із впровадженням інновацій, а також визначення перспектив інноваційного розвитку, дозволять ідентифікувати основні проблемні аспекти впровадження інновацій та сформулювати групи інноваційних ризиків. Це стане основою для конкретизації управлінського інструментарію з метою досягнення сталого інноваційного розвитку національної економіки [2, с. 32].

Один з важливих чинників, що визначає перехід і сприяє стійкому інноваційному розвитку національної економіки, – це стан та перспективи розвитку наукових досліджень і виробництва інновацій. Оскільки створення та випробування інноваційних технологій та ідей, спрямованих на підвищення ефективності

галузей економіки, відбувається науково-технічними установами і організаціями, інноваційний розвиток цього сектору є важливим для підвищення ефективності процесів збору та обробки інформації для подальшого використання [3].

Реальна економіка в умовах глобалізаційних процесів підтверджує, що серед факторів, які гальмують перехід до сталого інноваційного розвитку економіки, слід визначити незацікавленість учасників ринку та підприємців в здійсненні інноваційної діяльності.

Основними аспектами сталого інноваційного розвитку національної економіки, досліджуючи їх за етапами є [3]:

1. Розгляд глобальних чинників, які впливають на інноваційний розвиток національної економіки.

2. Аналіз інноваційних процесів в Україні з урахуванням галузей економічної діяльності, що активно впроваджують інновації, та розгляд суб'єктів господарювання.

3. Оцінка робочого потенціалу для сталого інноваційного розвитку національної економіки.

4. Конкретизація існуючих проблем та перспектив інноваційного розвитку, з визначенням пріоритетів для національної економіки та її складових.

Суттєвий вплив на розвиток інноваційної діяльності національної економіки здійснюється через нестабільну політичну ситуацію, зокрема, умови воєнного конфлікту, в яких зараз перебуває Україна.

На міжнародному рівні для визначення готовності економіки перейти до сталого інноваційного розвитку застосовується комплексна оцінка стану інноваційної системи. Аналіз інноваційного сектору національної економіки на основі світових рейтингів дозволяє оцінити інноваційний потенціал, а також інноваційну та технічну конкурентоспроможність країни. Серед найбільш вагомих міжнародних показників є Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index), Індекс інноваційного розвитку агентства Bloomberg (Bloomberg Innovation Index), Глобальний індекс конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index), Інноваційний індекс Європейського інноваційного табло (Innovation Union Scoreboard), Глобальний індекс конкурентоспроможності талантів (Global Talent Competitiveness Index), а також Оцінка готовності до майбутнього виробництва (Readiness for the Future of Production Assessment) [3].

Варто зазначити, що відповідно до Глобального індексу інновацій Україна у 2023 році зайняла 55 місце в рейтингу серед 132 країн світу (рис. 1). Дане значення за період 2018–2023 років дещо зазнало коливань, відповідно від 43 місця у 2018 році до 55 місця – у 2023 році. Звичайно ж, лідерами індексу інновацій виступають Швейцарія, Швеція, США, Сінгапур тощо.

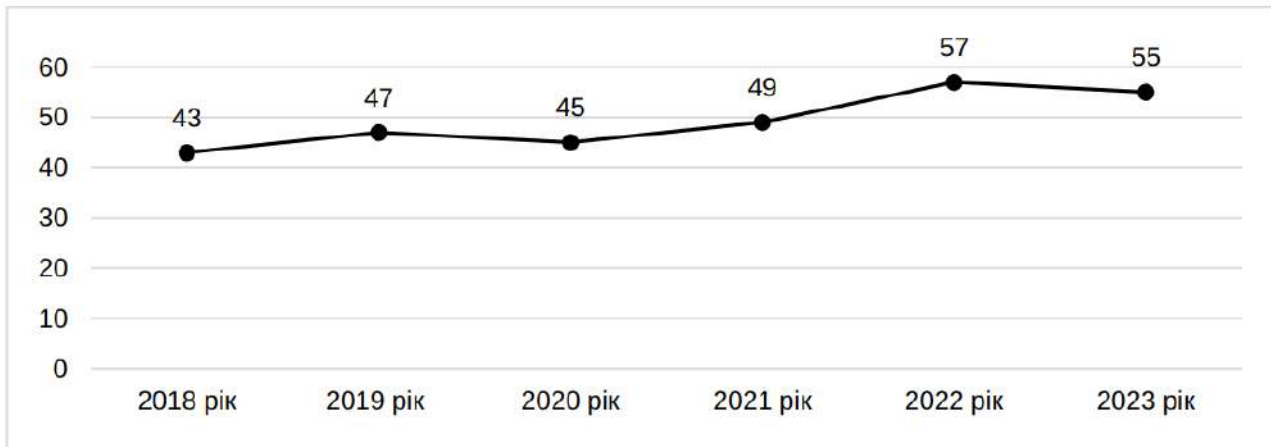


Рис. 1. Рейтинг України за Глобальним індексом інновацій (складено на підставі [3])

Засоби та методи, які використовуються державою для формування інноваційних пріоритетів у розвитку національної економіки, включають ряд заходів на законодавчому, нормативному, адміністративному та фіскальному рівнях, спрямованих на створення умов для активізації інноваційної діяльності. Наприклад, 10 липня 2019 року Уряд затвердив Стратегію розвитку інноваційної сфери України до 2030 року. Метою цієї стратегії є створення національної інноваційної екосистеми, яка сприятиме швидкому та якісному перетворенню креативних ідей у інноваційні продукти та послуги [4, с. 32].

Державна підтримка інноваційного розвитку в Україні має різні форми: пряме бюджетне фінансування, кредитна політика, митні та податкові заходи, створення спеціалізованих інноваційних фінансово-кредитних установ і надання гарантій комерційним банкам, які фінансують інноваційні проекти. Проте, бюджетне фінансування інновацій обмежене, тому необхідно раціонально використовувати кошти для фінансування лише тих сфер, які мають вирішальне значення для ефективного розвитку економіки та безпеки країни.

Висновки. Інновації є невід’ємною частиною сучасного життя, що включає в себе новаторські зміни у різних сферах. Стале інноваційне зростання національної економіки вимагає комплексного аналізу та урахування різних етапів, таких як глобальні чинники, інноваційні процеси в різних галузях, робочий потенціал, а також проблеми та перспективи. Сучасна політична ситуація, зокрема воєнний конфлікт в Україні, визначає напрям та пріоритети інноваційного розвитку.

Попри продовження воєнних дій, уряд розробляє програми, спрямовані на поліпшення інноваційного середовища, підвищення конкурентоспроможності економіки. Крім того, з метою активізації інноваційної діяльності в країні визначаються заходи з підтримання пріоритетних у повоєнний період галузей, збільшення фінансового стимулювання НДДКР та співпраці виробників із науковими установами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Біла І. С. Інноваційний розвиток як чинник повоєнної відбудови економіки України / І. С. Біла, В. С. Посна, О. О. Шевченко // Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. – 2023. – Том 8. Випуск 1. – С. 10–16.
2. Ворона А. В. Глобальні чинники впливу на інноваційний розвиток національної економіки / А. В. Ворона // Економіка. Фінанси. Право. – 2020. – № 3/1. – С. 32–36.
3. Ковальчук В. М. Аналіз тенденцій інноваційного розвитку національної економіки / В. М. Ковальчук // Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. 58. URL : <file:///C:/Users/HP/Downloads/3290-%D096-3200-1-10-20240126.pdf>.
4. Яцкевич І. Інноваційна політика України у післявоєнний період / І. Яцкевич // Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. 39. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-53>.

ПЕРСПЕКТИВИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ, ДОСЯГНЕННЯ ТА СТРАТЕГІЧНІ КРОКИ

Хлібович Вікторія

Дибчук Л. В. – наукова керівниця

Вінницький кооперативний інститут

Анотація. У статті проаналізовано перспективи вступу України до Європейського Союзу з огляду на політичні, економічні та соціальні аспекти. Розглянуто основні виклики та стратегічні кроки, необхідні для успішної євроінтеграції.

Ключові слова: євроінтеграція, реформи, економічний розвиток, політична стабільність, соціальні зміни, безпека, Європейський Союз.

Аналіз основних досліджень. Аналіз джерел свідчить про активне висвітлення процесу євроінтеграції України на офіційному рівні та в експертному середовищі. У статтях А. Полешко та К. Алєканкіної розглядаються конкретні аспекти реформ і їх відповідність вимогам Європейської Комісії, що підкреслює важливість правових, інституційних та економічних змін. Дослідження Т. Мельник акцентує увагу на політичних та економічних наслідках євроінтеграції, що дозволяє оцінити комплексний вплив цього процесу на розвиток України.

Постановка проблеми. Вступ України до Європейського Союзу є амбітною метою, яка має як великий потенціал, так і значні виклики. Проблематика включає такі аспекти:

1. Економічні реформи: необхідність модернізації економіки, забезпечення конкурентоспроможності на європейському ринку.
2. Політична стабільність: боротьба з корупцією, забезпечення верховенства права та демократичних інституцій.
3. Соціальна адаптація: збереження культурної ідентичності при інтеграції в загальноєвропейський простір.
4. Безпекові виклики: протистояння зовнішній агресії та зміцнення обороноздатності.

Метою статті є аналіз перспектив вступу України до Європейського Союзу з огляду на політичні, економічні та соціальні аспекти. Важливо оцінити потенційні переваги та виклики, що супроводжують цей процес, а також визначити стратегічні кроки, які можуть сприяти інтеграції.

Виклад основного матеріалу. 28 лютого 2022 року Україна подала офіційну заявку на членство в Європейському Союзі, що стало початком процесу офіційного вступу до ЄС. Опитувальник для набуття статусу кандидата на членство в Євросоюзі було заповнено у найкоротші терміни, хоча цей документ склав тисячі сторінок і вже 23 червня 2022 року Україна отримала статус кандидата на членство в ЄС за який безуспішно боролась вже не один рік. Отримавши статус кандидата, Україна, попри усі несприятливі умови, які створила військова агресія, зосередила свої зусилля на виконанні отриманих від Європейської Комісії семи рекомендацій для подальшого руху до членства в ЄС. Майже через рік, 3 лютого 2023 року, на 24 саміті Україна – ЄС, Європейський Союз визнав зусилля, які Україна продемонструвала протягом останніх місяців у досягненні цілей, що лежать в основі її статусу кандидата на членство в ЄС, привітав реформаторські зусилля України в такі важкі часи та закликав країну продовжувати цей шлях і виконувати умови, визначені у висновку комісії щодо заявки України на членство, з метою просування до майбутнього членства в ЄС [1].

Перспективи вступу України до Європейського Союзу за трьома основними напрямками:

- політичні перспективи, які включають в себе реформи та наближення до європейських стандартів урядування, підтримку ЄС, участь України в програмах та ініціативах ЄС;
- економічні перспективи: основними напрямками яких є розвиток торговельних зв'язків, інвестиції та технологічний розвиток України, вигоди і переваги вільної торгівлі та економічної інтеграції євро простору;
- соціокультурні перспективи: зміна менталітету та цінностей, нові можливості для освіти, науки та культури, перспективи молодіжної співпраці у сфері науки, спорту та мистецтва.

Політичні перспективи в напрямі реалізації реформ та наближення до європейських стандартів дозволяють виокремити наступні перспективи як на шляху до здобуття членства, так і після його отримання:

1. Правові реформи: Україна зосереджує зусилля на глибокій реформі правової системи з метою наближення національного законодавства до європейських стандартів. Це включає модернізацію законодавства, підвищення незалежності судової системи, боротьбу з корупцією та зміцнення прав людини.

2. Інституційні реформи: Україна зосереджується на підсиленні демократичних інституцій, забезпеченні правової держави та боротьбі з корупцією. Це включає створення незалежних регуляторних органів, підвищення прозорості та відкритості в управлінні, а також зміцнення ролі громадського сектору та недержавних організацій [2].

3. Економічні реформи: Україна активно проводить економічні реформи для створення конкурентоспроможної ринкової економіки, що відповідає євро-

пейським стандартам. Це включає лібералізацію ринків, стимулювання підприємництва, поліпшення бізнес-клімату, захисту інтелектуальної власності, безпеки продукції, залучення іноземних інвестицій [3].

4. Адміністративні реформи: Україна зосереджується на модернізації та ефективному управлінні державним апаратом, враховуючи європейські стандарти. Це включає спрощення бюрократичних процедур, розробку електронного урядування та підвищення прозорості та відповідальності в управлінні.

5. Соціальні реформи: Україна реалізовує реформи у сфері соціального захисту, освіти та охорони здоров'я, щоб забезпечити відповідність європейським стандартам. Це включає покращення доступу до якісної освіти та охорони здоров'я, розвиток соціального захисту та забезпечення рівних можливостей для всіх громадян.

6. Стандарти якості та безпеки: Україна активно впроваджує європейські стандарти якості та безпеки в різних сферах, включаючи харчову промисловість, фармацевтику, транспорт, енергетику та інші. Це сприяє підвищенню якості товарів і послуг, а також забезпеченню безпеки населення.

7. Європейська інтеграція: Україна активно співпрацює з європейськими інституціями та агентствами з метою адаптації до європейських стандартів. Це включає участь в програмах та ініціативах ЄС, обмін досвідом та експертизою, а також прийняття європейських нормативних актів та стандартів.

8. Перспективи членства: хоча вступ України до Європейського Союзу є тривалим процесом, успішна реалізація реформ та наближення до європейських стандартів відкриває перспективи для майбутнього членства і покращує ситуацію в країні вже зараз. В подальшому це й надалі сприятиме зміцненню демократії, економічному розвитку та поглибленню співпраці з країнами-членами ЄС. Можна констатувати, що Україна вже отримала та отримуватиме й надалі позитивні наслідки від реалізації програм євроінтеграції, хоча наразі і залишається невідомим коли ж вона отримає статус члена Європейського Союзу.

Україна протягом останніх років демонструє значний прогрес у напрямі європейської інтеграції. Зокрема, після підписання Угоди про асоціацію з ЄС, країна взяла на себе ряд зобов'язань щодо реформування економіки, судової системи та зміцнення демократії.

Однією з ключових перспектив є економічний розвиток. Вступ до ЄС забезпечить доступ до спільного ринку та європейських фондів, що стимулює розвиток інфраструктури, модернізацію промисловості та підтримку малого бізнесу. Приклад Польщі показує, що така інтеграція може призвести до значного зростання ВВП та рівня життя населення.

На політичному рівні інтеграція до ЄС сприяє зміцненню демократичних принципів. Європейський Союз вимагає прозорості, боротьби з корупцією та захисту прав людини [4]. Це дає шанс Україні остаточно подолати системні проблеми, що стримують її розвиток.

Соціальні вигоди також очевидні. Інтеграція передбачає можливість громадян України працювати, навчатися та подорожувати Європою без обмежень. Це сприяє культурному обміну та підвищує якість життя населення.

Однак процес вступу має і свої виклики. Для повноцінної інтеграції необхідно виконати всі критерії, визначені в Копенгагенських вимогах, а також знайти баланс між інтересами різних країн ЄС, де деякі політичні сили можуть бути менш прихильними до швидкого розширення Союзу.

Висновки. Отже, перспективи вступу України до Європейського Союзу є вагомими, але вимагають рішучих дій на всіх рівнях. Економічні, політичні та соціальні переваги інтеграції очевидні, і при належному виконанні всіх вимог ЄС цей процес може стати важливим кроком до сталого розвитку країни. Україна має унікальну можливість зміцнити свою позицію на міжнародній арені та забезпечити краще майбутнє для своїх громадян. Для досягнення цієї мети потрібна спільна робота уряду, громадянського суспільства та міжнародних партнерів. Тільки через впевненість у своїх силах і відданість європейським цінностям Україна зможе реалізувати свій потенціал та стати повноправним членом ЄС.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Спільна заява за підсумками 24-го саміту Україна – ЄС. Офіційне інтернет-представництво Президента України Володимира Зеленського: вебсайт. URL: <https://www.president.gov.ua/news/spilna-zayava-za-pidsumkami-24-go-samitu-ukrayina-yes-80765>.
2. Полешко А. Європейські перспективи України: наскільки нинішні реформи задовольняють вимоги Єврокомісії / А. Полешко // Юрист&Закон. – 2023. – № 1 (686). URL: https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA016317.
3. Алєканкіна К. Наближення до ЄС. Огляд реформ за четвертий квартал 2022 / К. Алєканкіна // ВоксУкраїна: вебсайт. URL: <https://voxukraine.org/nablyzhennya-do-yes-oglyad-reform-za-chetvertyj-kvartal-2022>.
4. Мельник Т. М. «Європейська інтеграція України: політичні та економічні аспекти» / Т. М. Мельник // Науковий журнал «Політика і суспільство». – 2023. – С. 125-129.

ТЕХНОЛОГІЇ АДАПТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ КРИЗИ

Лотоцька Ірина

Фединець Н. І. – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі обґрунтовано актуальність технологій адаптивного менеджменту в умовах кризи, досліджено ступінь та особливості їх застосування вітчизняними підприємствами.

Ключові слова: менеджмент, технології менеджменту, адаптивний менеджмент, криза.

Постановка проблеми. В умовах нестабільної економічної ситуації важливим інструментом для забезпечення виживання та конкурентоспроможності є використання технологій адаптивного менеджменту. Традиційні технології управління, розроблені для стабільних умов, не можуть ефективно працювати в умовах

непередбачуваних змін та криз. Адаптивний менеджмент передбачає здатність підприємства змінювати свої стратегії та тактики залежно від ситуації у зовнішньому та внутрішньому середовищі. В умовах кризи, коли ринок, політика та економічна ситуація змінюються різко і непередбачувано, адаптивні технології дозволяють підприємствам зберігати свою ефективність і стабільність.

Аналіз основних досліджень. Теоретичному аспекту дослідження приділяли увагу ряд вчених: А. Гармаш, Г. Жосан, А. Зеркаль, С. Косенко, В. Лапшин, О. Люлька, Г. Лявинець, Д. Микита, М. Панченко, Н. Ткачова, Н. Тюхтенко та ін. Зокрема, А. Гармаш зазначає про практики адаптивного менеджменту, що є критично важливими для підприємств у сучасному динамічному середовищі [1]. Д. Микита визначає схеми бізнес-стратегій адаптивного менеджменту в умовах війни [3]. Н. Тюхтенко називає адаптивний менеджмент важливим чинником повоєнного відновлення України, вважаючи, що в основі адаптивного менеджменту є концепція управління бізнес-процесами та співробітниками [4, с. 329]. Особлива увага адаптивному менеджменту присвячена Н. Лебедевою, яка згадує про адаптивний менеджмент як інноваційну стратегію, що дозволяє організаціям швидко та ефективно реагувати та зміни в сучасному бізнес-середовищі [2, с. 89]. Значна увага науковців до питань адаптивного менеджменту в останні роки свідчить про актуальність проблематики дослідження. Потребує подальшого вивчення саме технологія адаптивного менеджменту в кризових умовах функціонування вітчизняного бізнесу.

Мета. Проаналізувати ефективні технології адаптивного менеджменту для вітчизняних підприємств в умовах економічної, соціальної та політичної кризи, а також визначити механізми їх впровадження для підвищення гнучкості управлінських процесів, оптимізації ресурсного забезпечення та забезпечення сталого розвитку підприємств в умовах нестабільності.

Виклад основного матеріалу. В умовах війни український бізнес піддається безпрецедентним викликам, таким як фізичні та економічні руйнування, нестабільність на ринках, проблеми з логістикою та фінансами, а також зростаючий рівень кіберзагроз. Для того щоб зберегти свою діяльність і адаптуватися до нових умов, українські компанії активно впроваджують технології адаптивного менеджменту, що дозволяють бізнесу зберігати конкурентоспроможність, шукати нові можливості та підвищувати ефективність роботи.

У кризовий період багато вітчизняних підприємств змушені переглядати свої бізнес-моделі, застосовувати адаптивні стратегії, що включають диверсифікацію продуктів і послуг, цифровізацію бізнес-процесів та гнучку організаційну структуру.

Однією з найбільших проблем у кризовий період є ефективне управління людьми, оскільки звичні методи можуть не працювати. Технології адаптивного менеджменту активно використовуються для управління персоналом в умовах кризи. Вітчизняні підприємства все частіше використовують інструменти для дистанційного управління, такі як відеоконференції, онлайн-системи для моніторингу продуктивності та гнучкі графіки роботи, здійснюють перехід на віддалену роботу або використання гібридних моделей праці.

Під час кризи підприємства змушені адаптувати свої фінансові стратегії, оптимізувати витрати і скорочувати бюджети в деяких сферах діяльності. Вітчизняні підприємства активно впроваджують системи фінансового моніторингу, що дозволяють швидко коригувати бюджетні витрати та ефективно розподіляти ресурси в залежності від змін на ринку.

Сучасні інформаційні технології, зокрема штучний інтелект, машинне навчання, великі дані та автоматизація, сприяють швидкому прийняттю рішень і зниженню людського фактора в менеджменті.

В умовах кризи клієнти часто змінюють свої пріоритети та вимоги. Адаптивний менеджмент передбачає постійне дослідження потреб споживачів і швидку корекцію стратегії на основі отриманих даних (використання CRM-системи для збору інформації про поведінку клієнтів і здійснення персоналізованих пропозицій).

Одним із найбільших викликів війни для бізнесу є нестабільність фінансових ринків та валютних курсів. Вітчизняні підприємства використовують фінансові технології (FinTech) для зниження ризиків, зокрема за допомогою автоматизації управління фінансовими потоками, цифрових валют і розширення можливостей для міжнародних платежів [1].

В умовах війни важливо підтримувати ефективну комунікацію з клієнтами, партнерами та постачальниками. Український бізнес активно використовує чат-боти, системи автоматичного відповіді, соціальні мережі та месенджери для комунікації з клієнтами, що дозволяє мінімізувати час на обробку запитів і надавати послуги в онлайн-режимі.

Використання технологій адаптивного менеджменту українськими підприємствами в умовах війни має суттєві переваги, але водночас супроводжується й низкою серйозних проблем і викликів:

- обмежений доступ до інфраструктури та ресурсів;
- недостатня кібербезпека та зростання кіберзагроз;
- фінансові обмеження та нестабільність;
- недостатній рівень кваліфікації персоналу;
- проблеми з логістикою та постачанням;
- високий рівень стресу та невизначеності;
- залежність від іноземних постачальників технологій;
- невизначеність щодо регулювання і законодавства.

Однак, незважаючи на ці проблеми, багато підприємств все ж знаходять способи адаптуватися до нових реалій і зберігати свою конкурентоспроможність завдяки гнучким підходам, використанню сучасних технологій адаптивного менеджменту та постійному пошуку нових рішень у складних умовах.

Що стосується вітчизняних підприємств в умовах війни та повоєнний період доцільним є застосування технологій адаптивного менеджменту, що охоплюють:

- цифровізацію та автоматизацію процесів;
- моделювання кризових сценаріїв та планування на основі сценаріїв;
- гнучкість в кадровій політиці та розвиток лідерських компетенцій;

- підтримку бізнес-стабільності через взаємодію з державними органами та громадськими ініціативами;
- диверсифікацію постачань та каналів збуту;
- фокус на інноваціях та постійному вдосконаленні;
- підвищення соціальної відповідальності та підтримку співробітників;
- управління фінансовими ризиками та збереження ліквідності;
- збереження корпоративної культури та морального духу.

Активне впровадження цифрових інструментів для оптимізації управлінських процесів дозволяє скоротити витрати, підвищити ефективність та забезпечити гнучкість в управлінні ресурсами. Використання аналітичних платформ та Big Data для прийняття рішень на основі даних в реальному часі сприятиме швидкій адаптації стратегії до змін на ринку та в умовах війни.

Для оцінювання можливих варіантів розвитку та адаптації бізнесу до нових умов доцільним є стратегічне планування на основі сценаріїв. Важливим є створення мобільних організаційних структур, здатних оперативно адаптуватися до зміни ситуації, дозволяючи швидко змінювати пріоритети і функції. Активний розвиток лідерських та управлінських компетенцій серед менеджерів підвищить готовність до управління в умовах невизначеності, стресу та кризових ситуацій.

Залучення державних програм підтримки, зокрема, фінансові, податкові пільги, гранти сприятиме мінімізації ризиків для бізнесу та прискоренні відновлення після війни. Активна співпраця з громадськими організаціями та іншими підприємствами забезпечить обмін досвідом, ресурсами та вирішення спільних проблем.

Залучення працівників до процесів прийняття рішень сприятиме їх участі у формуванні стратегії виживання та відновлення після війни. Підтримка морального духу колективу через комунікацію, обговорення труднощів та пошук спільних рішень – це шлях до стабільності підприємства в умовах стресу. Проведення тренінгів та курсів для персоналу щодо адаптації до нових умов і розвитку стійкості у важких ситуаціях дозволить забезпечити продуктивність навіть в умовах високого стресу.

Висновки. Традиційні технології менеджменту не відповідають вимогам кризи. У зв'язку з цим підприємства повинні переходити до адаптивних моделей менеджменту, які дозволяють оперативно реагувати на зміни в економічному середовищі, особливо в умовах війни та післявоєнного відновлення. Загалом, технології адаптивного менеджменту, що включають гнучкість, інновації, цифровізацію та постійну готовність до змін, є основою для виживання та розвитку українських підприємств у періоди кризи та в післявоєнний час. Вони дозволяють забезпечити стабільність, покращити ефективність та підвищити конкурентоспроможність навіть у складних умовах нестабільності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гамаш А. Особливості менеджменту підприємств в умовах кризи / А. Гамаш // Дослідження та інновації. – 2025. – № 1 (4). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rni.com.ua/index.php/ri/article/view/41/39>.

2. Лебедева Н. Адаптивний менеджмент як філософія функціонування компаній на ринку / Н. Лебедева, Д. Чумаченко, Л. Голіхін // Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції «Глобалізаційні процеси: виклики та рішення». – Одеса, 2024. – С. 89-91.

3. Микита Д. А. Адаптивні бізнес-стратегії за умов війни та їхній вплив на економічну стабільність України / Д. А. Микита // Академічні візії. – 2025. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://academy-vision.org/index.php/av/-article/view/1687/1569>.

4. Тюхтенко М. Адаптивний менеджмент як важливий чинник повоєнного відновлення України / М. Тюхтенко // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф «Проблеми і перспективи поствоєнної розбудови України» /// за заг. ред. М. В. Трофименка : Маріуп. держ. ун-т. – К. : МДУ, 2023. – С. 328-330.

МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС: СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ

Кузенко Анна

Ковценюк Г. В. – наукова керівниця

Чернівецький кооперативний фаховий коледж економіки і права

Анотація. У доповіді розкрито роль малого та середнього бізнесу на економічний потенціал країни, зокрема в умовах післявоєнного відновлення. Автори проаналізували важливі аспекти, наприклад, зростання рівня зайнятості, стимулювання інвестицій, інновацій, підтримка регіонального розвитку та збалансованого економічного зростання. Висвітлено стратегії підтримки та розвитку малих підприємств з метою зміцнення їхньої конкурентоспроможності та сприяння стійкому економічному розвитку країни.

Ключові слова: малий бізнес, середній бізнес, грант, конкурентоспроможність, індекс очікувань ділової активності, економічне зростання.

Аналіз основних досліджень. Серед науковців, які досліджували проблеми та перспективи розвитку малого та середнього бізнесу в Україні, можна виокремити: В. Венгер, С. Жуков, М. Кирилюк, М. Крупка, А. Лялюк, Н. Науменко, М. Рибак, В. Стрілець, В. Татарінов та інші. Незважаючи на значну кількість наукових досліджень, сучасні виклики, які пов'язані із військовими діями, зумовлюють потребу в оцінці стану малого і середнього бізнесу, а також пошук механізмів для покращення їх функціонування у тому числі після закінчення воєнного стану.

Постановка проблеми. Малий та середній бізнес відіграє ключову роль у формуванні економічного потенціалу розвинутих країн, забезпечуючи значну частку зайнятості, створюючи додану вартість та сприяючи інноваційному розвитку. Проте, в Україні, у сучасних умовах суб'єкти такого бізнесу зіштовхуються із низкою викликів, зокрема: нестабільним економічним середовищем, нестачею трудових ресурсів, обмеженим доступом до фінансових ресурсів, адміністративними бар'єрами, а також високим рівнем конкуренції з великими корпо-

раціями, природними та штучними монополіями. Все це обмежує можливості країни для економічного зростання.

Таким чином, актуальним є дослідження шляхів посилення ролі малого та середнього бізнесу в економіці та розробка механізмів його підтримки задля підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку.

Мета. Висвітлити роль малого та середнього бізнесу у формуванні економічного потенціалу країни, розкрити основні проблеми, з якими стикається цей сектор, а також визначити ефективні шляхи його розвитку та підтримки у воєнний та післявоєнний період.

Виклад основного матеріалу. Малий та середній бізнес являється невід'ємною складовою ринкової економіки, що сприяє вирішенню низки соціальних, економічних та науково-технічних проблем суспільства.

Малий бізнес включає підприємства, які мають кількість працівників до 50 осіб, чистий дохід яких становить до 8 мільйонів євро за рік та балансова вартість активів – до 4 млн євро. До середнього бізнесу належать підприємства з кількістю працівників до 250 осіб, річним чистим доходом до 40 мільйонів євро та балансовою вартістю активів до 20 мільйонів євро [8].

Основні відмінності між малим і середнім бізнесом включають:

1. Масштаби діяльності – середній бізнес має більші активи та об'єми діяльності, а малий – можливість користатися спрощеною системою обліку та звітності.

2. Доступ до фінансування – середні підприємства частіше отримують кредити на вигідніших умовах, завдяки вищим показникам ліквідності та кращому фінансовому становищу, зокрема на фондовому ринку.

3. Управління та структура – малий бізнес характеризується простішою організаційною структурою та гнучкішим управлінням.

4. Ризики – малий бізнес більш залежний від ринкових змін, тоді як середній відзначається вищою стійкістю.

5. Інноваційність. Малий бізнес завдяки гнучкості часто стає джерелом інновацій, у той час як середній – має більше ресурсів для їх впровадження.

Отже, ключові відмінності стосуються розмірів діяльності, фінансових можливостей, особливостей організаційної структури та мобільності.

За даними Укрінформ: «Малий і середній бізнес є основою економіки України, створює 60 % ВВП, забезпечує 7 млн робочих місць та 40 % податкових надходжень» [4].

Варто зазначити, що підприємства малого та середнього бізнесу складають 99 % від загальної кількості підприємств [5].

Враховуючи нелегкі умови роботи для бізнесу, в умовах воєнного стану, 18 вересня 2024 року Центр соціально-економічних досліджень CASE Україна провів дискусію на тему «Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу: чого чекати підприємцям?» За підсумками дискусії була розроблена стратегія розвитку малого та середнього бізнесу до 2027 року враховуючи нові виклики, допомогу підприємствам через релокацію та державні програми. Окрім того, передбачено механізм відшкодування збитків від агресії російської федерації,

через створення реєстрів завданих збитків. Значна увага приділяється інноваційності та цифровій грамотності бізнесу [6].

Наразі український бізнес демонструє швидке відновлення завдяки доступу до новітніх технологій та міжнародної допомоги. Уряд, бізнес і міжнародні партнери – працюють скоординовано, маючи спільний план дій для подальшого розвитку в Україні. Наприклад, діє програма грантів задля можливості створення власної справи. За грантовою програмою «Власна Справа» українці можуть отримати мікрогрант від 50 до 250 тис. грн. Мікрогрант можуть отримати як чинні підприємці, так і особи без досвіду ведення бізнесу. Для отримання гранту понад 75 тис. грн обов'язковою умовою є створення 1–2 робочих місць залежно від суми фінансування.

У 2024 році переможцями програми «Власна Справа» стали 11 000 українців, які отримали гранти на відкриття або розвиток бізнесу на загальну суму 2,6 млрд грн. Серед отримувачів мікрогрантів 62% – жінки, 38% – чоловіки. У 2025 році уряд запланував виділити понад 3 млрд грн на цю програму, що дозволить отримати гранти приблизно 15 000 українцям. Завдяки збільшенню інвестицій у малий та середній бізнес уряд прагне зміцнити економічну стабільність і сприяти розвитку країни.

Найбільша кількість грантоотримувачів у 2024 році із Львівської (1,2 тис.), Київської (761), Івано-Франківської (748), Рівненської (709), Вінницької (613) областей та міста Києва (871) [3].

Серед урядових інструментів підтримки малого та середнього бізнесу можна виділити:

- сприяння відновленню підприємництва шляхом спрощення регулювання для бізнесу (зменшення кількості необхідних документів і довідок),
- надання кредитів і грантів для розвитку підприємств,
- підвищення конкурентоспроможності та розширення експортних можливостей через програми, такі як «Зроблено в Україні» тощо.

У межах проєкту Unlimit Ukraine, з 2017 року Європейською Бізнес Асоціацією проводиться дослідження на визначення Індексу настроїв малого бізнесу (ІНМБ), метою якого є моніторинг оцінок та настроїв малого бізнесу. У 2024 році партнерами проєкту стали OLX Україна та Райффайзен Банк. Згідно з дослідженням, у якому взяли участь 1716 фізичних осіб-підприємців, інтегральна оцінка індексу склала 2,3 бали з 5 можливих, що нижче показника 2023 року (2,5 бала) і свідчить про погіршення настроїв серед підприємців. Водночас, малий бізнес оцінює ситуацію краще, ніж у період пандемії COVID-19, коли індекс сягнув історичного мінімуму (2,2 бала у 2020 році).

За результатами дослідження ІНМБ:

- 21% підприємців оцінюють стан свого бізнесу як позитивний (проти 19 % у 2023 році);
- 27,5 % вважають ситуацію нейтральною;
- частка тих, хто оцінює стан справ як негативний, зросла до 51,5 % (проти 39 % у 2023 році) [7].

Ураховуючи наведені вище факти, можна зробити висновок про посилення негативної динаміки ІНМБ у 2024 році.

Прогнози на перше півріччя 2025 року стали більш стриманими. Очікування покращення знизилися до 22% (проти 37% раніше), натомість 47% підприємців вважають, що ситуація погіршиться (у 2024 році таких було 35%). Частка тих, хто не прогнозує змін, зросла до 31%. Наміри малого та середнього бізнесу щодо розширення дещо знизились. Частка підприємців, які планують розширення, зменшилась з 79% до 67%. Однак плани на розвиток все ж існують: 25% підприємців мають намір відкривати нові напрями виробництва, 13% – розширювати географію діяльності, а 14% прагнуть виходити на зовнішні ринки. Крім того, 17% компаній вже експортують товари або послуги за кордон (у 2023 році цей показник становив 14%) [7].

Основними викликами для малого бізнесу залишаються війна, низька купівельна спроможність населення, зростання цін, економічна нестабільність, удари по енергосистемі та фіскальний тиск. Попри ці складнощі, малий бізнес продовжує шукати можливості та ресурси для підтримки своєї діяльності.

Щомісячний індекс очікувань ділової активності (ІОДА) є інструментом для оперативної оцінки та моніторингу тенденцій економічного розвитку, який щомісячно проводить НБУ на основі опитувань українських підприємств.

В опитуванні в січні 2025 року взяли участь 519 підприємств, серед яких:

- 43,7% – компанії промисловості;
- 26,6% – сфери послуг;
- 24,5% – торгівлі;
- 5,2% – будівництва.

Результати опитування наступні:

• на промислових підприємствах індекс у січні 2025 року складав 42 (у січні 2024 року – 43,7). Спостерігалось подальше ослаблення очікувань щодо обсягів виробленої продукції, нових замовлень, включаючи експортні, а також залишків готової продукції та обсягів незавершеного виробництва;

• на підприємствах торгівлі індекс у січні становив 40, що є вищим за показник січня 2024 року (38,9). Торговельні компанії очікували зниження обсягів товарообороту та закупівель товарів для продажу, одночасно покращивши оцінки щодо обсягів залишків товарів для продажу;

• на підприємствах будівництва індекс у січні 2025 року складав лише 37,2. Однак оцінка значно покращилась порівняно з січнем 2024 року (31,9). Будівельники прогнозували подальше зниження обсягів будівництва, нових замовлень, а також закупівель сировини та матеріалів [2].

З урахуванням наведеного можна стверджувати, що бізнес готовий до нових змін, трендами яких у цьому році можуть стати:

• жіноче підприємництво. У 2025 році буде спостерігатися зростання кількості малих і середніх бізнесів, заснованих жінками, які все більше утверджуватимуться як лідерки в медіа та бізнес-середовищі. Зокрема, у 2024 році 61% нових ФОП були відкриті саме жінками. Лідерами серед жіночих бізнесів є Сумщина, Полтавщина та Хмельниччина. Серед найбільш популярних

напрямів – перукарні, салони краси, масажні салони, а також виробництво одягу, освіта та соціальна допомога;

- покоління Z (зумери) – це активні користувачі споживчого ринку, під вподобання яких має підлаштовувати свою маркетингову стратегію та обслуговування бізнес 2025 року. До 2030 року зумери стануть найбільшим сегментом покупців за рівнем витрат. Вони цінують автентичність, сталість та персоналізований підхід. Їм подобається швидкий дофамін – короткий контент, наприклад, відео на TikTok чи Instagram Reels. Вже зараз зумери проводять більше ніж сім годин на день перед екранами своїх смартфонів. Тому підприємці повинні розглядати можливість продажу своїх продуктів через ці канали;

- у 2025 році споживачі та працівники все більше звертатимуть увагу на ставлення бізнесу до сталого розвитку та екології. Для малого та середнього бізнесу це може стати ключовим аспектом стратегії, адже сталий підхід не тільки сприяє збереженню навколишнього середовища, але й приваблює свідомих клієнтів. Малий бізнес може долучитися до місцевих екологічних ініціатив. Це дозволить створити спільноту однодумців, об'єднаних спільними цінностями, і покращить імідж бренду серед споживачів, які віддають перевагу компаніям, що піклуються про екологію;

- штучний інтелект (ШІ) у 2025 році – це не просто тренд, а реальна можливість для малого та середнього бізнесу покращити ефективність роботи, зекономити час і ресурси. Кожна компанія має свої завдання, і штучний інтелект може допомогти в їх вирішенні. Малі підприємства в Україні випереджають середньосвітовий рівень у використанні ШІ для покращення мерчандайзингу, але трохи відстають у таких сферах, як обслуговування клієнтів та управління запасами. Існують чат-боти на базі ШІ для обслуговування клієнтів, що дозволяє бізнесу надавати цілодобову підтримку і швидко відповідати на запити. Це дозволяє зекономити час та зосередитись на головному – розвитку бізнесу;

- з розвитком штучного інтелекту кібершахраї також стають дедалі більш винахідливими і все активніше орієнтуються на малий та середній бізнес, адже ці компанії зазвичай мають менше ресурсів для захисту від кіберзагроз. У 2024 році основними загрозами для кібербезпеки були атаки типу програм-вимагачів, фішинг, шкідливе програмне забезпечення, витоки даних та атаки на ланцюг постачання. Малий та середній бізнес постраждав в чотири рази частіше, ніж великі компанії, і часто змушений платити великі суми викупу, щоб відновити доступ до своїх систем. Очікується, що ці загрози посиляться в 2025 році, оскільки зловмисники активно використовують штучний інтелект для вдосконалення своїх атак. За результатами опитувань, 70% українських компаній не інвестували в кібербезпеку у 2024 році, що свідчить про те, що для багатьох це ще не є пріоритетом, а 62% компаній досі не мають відповідальних за кіберзахист. Однак близько 10% компаній планують інвестувати в кібербезпеку у 2025 році, деякі вжекладаються в навчання своїх працівників, а інші – в спеціальні інструменти для захисту [1].

Висновки та пропозиції: малий та середній бізнес є важливою складовою потенціалу розвитку економіки країни, сприяє створенню робочих місць, стимулює інвестиції, інновації, забезпечуючи економічну стійкість та сталий розвиток.

Незважаючи на значні можливості, цей сектор стикається з численними викликами, як об'єктивними (війна) та і іншими – нестабільністю економічного середовища, обмеженим доступом до фінансування та адміністративними бар'єрами.

В умовах воєнних дій в Україні значення малого та середнього підприємництва зростає, оскільки воно забезпечує обороноздатність, сприяє відновленню регіонів і підтримує соціально-економічну стабільність. Проте ефективне функціонування бізнесу в сучасних умовах потребує розширення державної підтримки, покращення доступу до кредитних ресурсів, спрощення регуляторних процедур та впровадження цифрових технологій.

Зважаючи на це, необхідно розробляти комплексні програми підтримки малого та середнього бізнесу, що включатимуть фінансові, адміністративні та технологічні заходи, спрямовані на створення сприятливого бізнес-клімату. Серед актуальних невирішених питань – забезпечення свободи підприємництва, функціонування вільної ринкової економіки, надання преференцій для окремих видів діяльності тощо. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність малого та середнього бізнесу та забезпечити його активний внесок у відновлення та розвиток економічного потенціалу країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агов, ви готові до змін? 5 трендів малого та середнього бізнесу на 2025 рік. Business Hub. – Режим доступу: <https://hub.kyivstar.ua/articles/agov-vi-gotovi-do-zmin-5-trendiv-malogo-ta-serednogo-biznesu-na-2025-rik>
2. Бізнес зберіг оцінки результатів своєї поточної діяльності на рівні минулого року – підсумки опитування підприємств у січні. Національний банк України. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/biznes-sezonno-poslabiv-otsinki-rezultativ-svoyeyi-diyalnosti--pidsumki-opituvannya-pidpriyemstv-u-sichni>
3. «Власна Справа»: 15 000 українців зможуть взяти гранти на розвиток свого бізнесу у 2025 році. Міністерство економіки України. – Режим доступу: <https://me.gov.ua/News/Detail/e6dbe2fa-9825-47cf-bb69-cede0e1d677c?lang=uk-UA&title=VlasnaSprava>
4. Малий і середній бізнес є основою економіки України. Укрінформ - актуальні новини України та світу. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/-rubric-economy/3210973-malij-i-serednij-biznes-dae-60-vvp-i-bilse-zelenskij.html>
5. Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу: чого чекати підприємцям? Ціна держави. – Режим доступу: <https://cost.ua/strategiya-rozvytku-malogo-ta-serednogo-biznesu-chogo-chekaty-pidpriyemtsyam/>
6. Як спростити умови роботи малого бізнесу у воєнний час. Економічна правда. – Режим доступу: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=-31f9c075-3504-4113-b42d-48c2de248b76&title=InformatsiiaProReformuRozvitokPidprimnitstva>

7. Які наміри малого бізнесу у 2025 році: результати опитування. Дебет-Кредит. – Режим доступу: <https://news.dtki.ua/society/economics/96416-iaki-namiri-malogo-biznesu-u-2025-roci-rezultati-opituvannia>

8. Закон України: «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>

РОЛЬ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СПРАВЕДЛИВОГО РИНКУ

Барта Владислав

Білак Г. Г. – науковий керівник

Мукачівський кооперативний фаховий коледж бізнесу

Анотація. У роботі досліджено місце і роль споживчої кооперації у процесі формування справедливого ринку. Досліджуються її принципи, вплив на економіку та соціальну сферу. Описуються переваги кооперативного руху та перспективи його розвитку в Україні.

Ключові слова: споживча кооперація, справедливий ринок, кооперативи, економічний розвиток, соціальна рівність.

Постановка проблеми. У сучасному світі важливо, щоб усі учасники ринку мали рівні можливості. Проте, на практиці великі компанії часто отримують переваги через більші фінансові ресурси та монополізацію ринку, тоді як малі підприємства і звичайні споживачі стикаються з труднощами. Це призводить до нерівності у доступі до товарів і послуг, що негативно впливає на соціально-економічний розвиток суспільства. Споживча кооперація може стати дієвим інструментом створення чесного та доступного для всіх ринку, сприяючи рівноправному розподілу ресурсів та підтримці малих виробників.

Аналіз основних досліджень. Теоретичному аспекту місця кооперації у ринкових умовах у своїх дослідженнях приділяли увагу ряд вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як: В. Є. Новицький, Ф. В. Горбонос, О. І. Грицак [3], S. Smith [8] та інші. Проте, саме питання ролі споживчої кооперації у формуванні справедливого ринку у економічній літературі залишається малодослідженим.

Крім того, розвиток цифрової економіки, автоматизація та глобалізація створюють нові виклики для кооперативного руху. Споживачі стають більш вимогливими до якості послуг, а конкуренція на ринку зростає. Тому важливо визначити, як кооперативи можуть адаптуватися до сучасних умов та ефективно конкурувати з великими корпораціями.

Мета дослідження. Дослідити, як споживча кооперація впливає на ринок, допомагає його учасникам отримувати чесні умови та сприяє створенню соціально орієнтованої економіки. Визначити механізми її ефективного реалізації в Україні та оцінити міжнародний досвід, який можна застосувати для покращення кооперативного руху.

Виклад основного матеріалу. Згідно з Законом України «Про споживчу кооперацію» [1.2], споживча кооперація в Україні – це добровільне об’єднання громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального стану. Вона здійснює торговельну, заготівельну, виробничу та іншу діяльність, не заборонену чинним законодавством України, сприяє соціальному і культурному розвитку села, народних промислів і ремесел, бере участь у міжнародному кооперативному русі.

Разом з тим, федерація роботодавців України вважає, що справедливий ринок – це можливість для українських компаній конкурувати чесно [4].

Загалом споживча кооперація будується на таких основних принципах:

- відкритість та добровільність – будь-хто може стати членом кооперативу без дискримінації;
- демократичне управління – рішення приймаються спільно всіма учасниками;
- економічна участь членів – прибуток розподіляється між членами кооперативу пропорційно їхньому внеску;
- автономія та незалежність – кооперативи діють незалежно від державних органів;
- освітня діяльність – кооперативи навчають своїх членів ефективному управлінню.

На відміну від інших учасників ринку, споживча кооперація має ряд переваг, котрі роблять її роль у формуванні справедливого ринку більш визначальною. Наведемо їх.

1. Соціальна користь. Кооперативи допомагають людям об’єднуватися, що робить суспільство більш згуртованим. Завдяки їм, навіть малозабезпечені верстви населення можуть отримати доступ до якісних товарів і послуг за доступними цінами.

2. Економічна користь. Кооперативи пропонують товари та послуги за справедливими цінами, усуваючи спекулятивні націнки. Вони підтримують місцевих виробників і підприємців, сприяючи розвитку регіональної економіки.

3. Прозорість. У кооперативах важливою є чесність у веденні бізнесу, тому їх учасники мають можливість контролювати фінансову діяльність організації та приймати рішення.

4. Стійкість до криз. У періоди економічних труднощів кооперативи демонструють високу стійкість, оскільки їхня діяльність базується на взаємодопомозі та довгостроковій перспективі.

5. Зменшення монополізації. Споживча кооперація сприяє створенню конкурентного середовища, що унеможливорює встановлення завищених цін монополістами.

6. Створення робочих місць. Кооперативи сприяють зайнятості населення, особливо в малих містах та сільській місцевості.

7. Розвиток місцевих громад. Кооперативикладають частину своїх прибутків у розвиток громад, підтримку освіти, охорони здоров’я та інфраструктури.

8. Інновації та нові технології. Споживчі кооперативи все частіше впроваджують цифрові платформи для ефективного управління та розподілу ресурсів.

З 25 по 30 листопада 2024 року у Нью-Делі, Республіка Індія, відбулись Глобальна конференція та Генеральна Асамблея Міжнародного кооперативного альянсу (ICA) [3], у роботі яких взяла участь делегація Укркоопспілки. Ці заходи стали офіційним відкриттям Міжнародного року кооперативів-2025, проголошеного Організацією Об'єднаних Націй.

Тема Глобальної конференції – «Кооперативи створюють процвітання для всіх» – була спрямована на створення програми дій для кооперативів, яка прискорить досягнення цілей сталого розвитку (ЦСР). Учасники мали можливість зустрітися із колегами з усього світу, ознайомитися з новим, передовим досвідом, а також вивчити можливості розбудови кооперативного майбутнього.

Позитивним прикладом ролі споживчої кооперації у формуванні справедливого ринку є робота Мукачівської райспоживспілки [5]. В умовах війни змінився формат споживання і потреби людей у продуктах харчування, знизилася купівельна спроможність значної частини населення. Це є причиною негативних фінансових наслідків для торговельних підприємств, що у свою чергу, може призвести до порушення балансу справедливості ринку. Мукачівські кооператори знайшли шляхи забезпечення рентабельної діяльності усіх галузей, динамічного нарощування обсягів діяльності, покращення фінансових результатів роботи за рахунок внутрішніх резервів та оптимізації витрат. І це дало можливість навіть збільшити платежі до бюджетів різних рівнів більш, ніж на 6%, а це дає можливість державі ефективніше протистояти у війні з окупантом, оскільки фронт потребує все більшої і більшої допомоги, фінансових ресурсів.

Керівництво Мукачівської райспоживспілки вбачає такі причини власного успіху і впливу на формування справедливого ринку:

1. Кадровий потенціал.
2. Використання сучасного програмного забезпечення.
3. Активний і ефективний моніторинг ринку енергопостачання.
4. Впровадження інноваційних методів енергозбереження.

На думку голови правління Мукачівської райспоживспілки, необхідно насамперед дбати про ефективність роботи споживчої кооперації та оптимізацію витрат, оскільки це стало ключовими факторами успіху Мукачівської райспоживспілки в умовах війни [4].

Висновки. Отже, споживча кооперація є важливим елементом формування справедливого ринку. Вона підтримує малий бізнес, створює рівні можливості для споживачів та виробників, сприяє соціальній згуртованості. На нашу думку, для подальшого розвитку кооперативного руху в Україні необхідно [3]:

- удосконалювати законодавчу базу;
- проводити просвітницьку діяльність;
- запозичувати міжнародний досвід та адаптувати його до українських реалій;

- підтримувати цифровізацію кооперативних структур для підвищення їхньої ефективності.

На нашу думку, такі заходи дозволять забезпечити сталість економічного розвитку, підвищити рівень добробуту громадян та дадуть змогу споживчій кооперації більш ефективно брати участь у формуванні справедливого ринку, особливо в умовах воєнних реалій. І позитивний досвід Мукачівської райспоживспілки є яскравим підтвердженням цього.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закони України:
 - 1.1. «Про споживчу кооперацію» від 10.04.1992 р. № 2265-XII.
 - 1.2. «Про кооперацію» від 10.07. 2003 р. № 1087-IV.
2. Глобальна конференція та Генеральна Асамблея Міжнародного кооперативного альянсу (ICA) URL: <http://www.coop.ua/uk/globalna-konferentsiya-ta-generalna-asambleya-mizhnarodnogo-kooperativnogo-alyansu-ica/>
3. Грицак О. І. Кооперативний рух в Україні: історія та сучасність / О. І. Грицак. – К. : Наукова думка, 2020. – 320 с.
4. Ринок та контроль: Держпродспоживслужба та бізнес обговорили актуальні питання. URL: <https://7eminar.ua/news/6473-rinok-ta-kontrol-derzprodspozivsluzba-ta-biznes-obgovorili-aktualni-pitannya>
5. Рубіш І. І. Кооперативна торгівля і воєнні реалії / І. І. Рубіш // Газета «Вісті». – 30.01.2025. – № 5 (1672).
6. European Commission. Social Economy and Cooperatives. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/cooperatives_en.
7. International Cooperative Alliance. Cooperative identity, values & principles. URL: <https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>.
8. Smith, S. (2019). The Role of Cooperatives in a Sustainable Economy. – Cambridge University Press.

ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ

Голодняк Мар'ян

Франів І. А. – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. Досліджено сутність прибутку як ключового показника фінансової діяльності підприємств. Розглянуто основні чинники, що впливають на його формування, включаючи обсяги реалізації, собівартість продукції, цінову політику та рівень конкуренції. Проаналізовано сучасні підходи до управління прибутком, зокрема оптимізацію витрат, впровадження інноваційних технологій, стратегічне планування та управління фінансовими ризиками. Особливу увагу приділено ролі цифрової трансформації та ефективного управління персоналом у підвищенні прибутковості підприємств.

Ключові слова: прибуток підприємства, фінансовий результат, управління прибутком, оптимізація витрат, цифрова трансформація, фінансові ризики, мотивація персоналу.

Постановка проблеми. Прибуток є однією з ключових економічних категорій, що визначає ефективність діяльності підприємств у ринковій економіці. Він виступає не лише фінансовим результатом господарської діяльності, а й важливим стимулом для розвитку підприємств, інвестування, вдосконалення виробничих процесів. Однак у сучасних умовах формування прибутку піддається впливу численних факторів, серед яких кон'юнктура ринку, законодавчі зміни, особливості бухгалтерського обліку та оподаткування, рівень конкуренції тощо. Враховуючи важливість прибутку для суб'єктів господарювання, актуальним є питання аналізу чинників, що визначають його рівень, а також пошуку шляхів підвищення прибутковості підприємств.

Аналіз основних досліджень. Проблематика прибутку та його формування є предметом досліджень багатьох економістів. Класична політична економія (А. Сміт, Д. Рікардо) розглядала прибуток як надлишок вартості над витратами на заробітну плату. К. Маркс визначав прибуток як перетворену форму додаткової вартості, що виникає внаслідок експлуатації праці. У неокласичній теорії прибуток розглядається як винагорода за підприємницький ризик і ефективне використання ресурсів.

Сучасні наукові дослідження приділяють увагу питанням формування прибутку в умовах глобалізації, розвитку цифрових технологій, зміни фінансового регулювання. Дослідники акцентують увагу на методах оптимізації витрат, підвищенні ефективності управління підприємствами, впливі податкової політики на прибутковість суб'єктів господарювання. Також актуальними залишаються питання стратегічного управління прибутком та адаптації бізнесу до нестабільних економічних умов.

Мета. Визначити сучасні підходи та фактори впливу на формування та управління прибутком підприємств.

Виклад основного матеріалу. Прибуток є основною категорією товарного виробництва, що визначає економічний ефект діяльності підприємства. Він формується як різниця між доходами та витратами виробництва. Основним джерелом прибутку є валовий дохід, отриманий від реалізації продукції чи послуг, за вирахуванням матеріальних витрат та інших витрат виробництва.

На формування прибутку впливають такі чинники, як обсяг реалізованої продукції, її собівартість, ціноутворення, рівень конкуренції, ефективність фінансового менеджменту. Залежно від галузі господарювання прибуток підприємств може формуватися по-різному. Наприклад, у виробничому секторі ключовими параметрами є ефективність використання сировини, технологічні процеси, продуктивність праці. У сфері послуг важливу роль відіграють маркетингові стратегії та якість обслуговування клієнтів.

З економічної точки зору прибуток виконує кілька важливих функцій. По-перше, він є показником ефективності господарської діяльності. По-друге, прибуток стимулює підприємницьку активність, оскільки сприяє залученню нових

інвестицій, розширенню виробництва. По-третє, прибуток є одним із головних джерел формування бюджетів різних рівнів, оскільки частково надходить до державного бюджету у вигляді податків.

В умовах ринкової економіки підприємства повинні прагнути до забезпечення стабільної прибутковості, що досягається шляхом оптимізації витрат, підвищення ефективності використання ресурсів, впровадження інноваційних технологій, розширення ринків збуту. Важливу роль відіграє грамотна фінансова політика підприємства, що включає аналіз рентабельності, планування доходів і витрат, управління фінансовими потоками.

Окрім того, велику увагу слід приділяти ефективному управлінню собівартістю продукції. Зниження витрат виробництва без втрати якості продукції є ключовим завданням підприємств, які прагнуть досягти стійкої прибутковості. Це може здійснюватися шляхом впровадження енергоефективних технологій, вдосконалення логістичних процесів, автоматизації виробництва тощо. Вплив цифрової трансформації на підприємницьку діяльність сьогодні є значним, адже використання сучасних програмних рішень дозволяє знизити адміністративні витрати, покращити систему прогнозування попиту та оптимізувати управлінські процеси.

Ще одним важливим аспектом є стратегічне планування та управління фінансовими ризиками. У нестабільних економічних умовах підприємства повинні розробляти антикризові стратегії, які допоможуть їм мінімізувати можливі фінансові втрати та швидко адаптуватися до змін у ринковому середовищі. Для цього необхідно активно використовувати фінансовий аналіз, прогнозування, страхування ризиків та інші методи фінансового менеджменту.

Значну роль відіграє також грамотне управління персоналом. Мотивація працівників, підвищення кваліфікації персоналу, створення сприятливих умов праці безпосередньо впливають на продуктивність, що, в свою чергу, позитивно позначається на прибутковості підприємства. Сучасні компанії все частіше використовують системи гнучких винагород, корпоративні програми розвитку, що дозволяють підвищити ефективність роботи персоналу та зміцнити ринкові позиції компанії.

Висновки. Прибуток є важливим економічним показником, що відображає фінансовий результат діяльності підприємства. Його формування залежить від широкого спектра чинників, включаючи ринкові умови, виробничі витрати, ефективність управління та державну політику. Успішне функціонування підприємства в умовах конкуренції передбачає застосування стратегічного підходу до управління прибутком, що включає оптимізацію витрат, підвищення продуктивності, застосування сучасних фінансових методів і маркетингових стратегій.

Дослідження проблематики прибутку дозволяє не лише зрозуміти механізми його формування, а й розробити практичні рекомендації для підвищення фінансової стабільності підприємств. У сучасних умовах бізнесу необхідно враховувати динамічні зміни ринку, технологічний прогрес, законодавчі нововведення та глобалізаційні процеси, що безпосередньо впливають на прибутковість суб'єктів господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабчинська, А. Формування, розподіл та використання прибутку підприємств в сучасних умовах / А. Бабчинська // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2024. – № 834. – С. 112-118.
2. Коваленко, С. О. Недоліки та проблеми справляння податку на прибуток в Україні. / С. О. Коваленко // Фінансові інструменти сталого розвитку держави в умовах системної економічної трансформації. – 2023. – С. 45-53.
3. Степаненко, О. І. Дефініція категорії «прибуток»: науковий аспект / О. І. Степаненко // Економіка та держава. – 2022. – № 1. – С. 78-81.

УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ ТА РЕСУРСНИМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМИ ПІДПРИЄМСТВА

Поліщук Олексій

Іванюта П. В. – науковий керівник
Вінницький кооперативний інститут

Анотація. Управління запасами завжди відіграє вирішальну роль у ресурсному забезпеченні підприємства, забезпечуючи його безперебійну діяльність. Правильна організація процесу управління запасами дозволяє знизити витрати на зберігання та обробку ресурсів, оптимізувати їх використання і забезпечити підприємство необхідними матеріалами та товарами вчасно, що значно підвищує ефективність виробничих процесів.

Ключові слова: ресурси, запаси, матеріал, оборотність, показники, ефективність.

Постановка проблеми. Проблема полягає у недостатньо ефективному управлінні запасами на підприємстві через обмежене використання внутрішніх інформаційних ресурсів та нечітке застосування економічних категорій у процесі ресурсного забезпечення.

Аналіз основних досліджень. Серед дослідників, які досліджували питання управління запасами, варто відзначити Воронову Н., Ганас Л., Гриценко О., Титенка Л. та інших. Водночас слід зауважити, що в науковій літературі трактування поняття «запаси», як і класифікаційних ознак ресурсів загалом, є доволі неоднозначним. Досить часто поняття запасів ототожнюють лише з окремими їх видами, що ускладнює цілісне розуміння цієї категорії та зумовлює потребу в глибшому аналізі їх оборотності на основі системи аналітичних показників.

Мета полягає в дослідженні процесів управління запасами як ключового елемента ресурсного забезпечення підприємства шляхом аналізу їх класифікаційних ознак, а також обґрунтування відповідних питань і критеріїв для підвищення ефективності управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу. Розуміння основних економічних понять і термінів має вагоме значення в системі управління запасами. Чітка та зрозуміла інтерпретація категорій «запаси», «ресурсне забезпечення» впливає на якість інформаційних потоків, які виникають у існуючих на підприємстві бізнес-про-

цесах. Розглядаючи категорію «запаси», Ганас Л. М. виокремлює поняття «управління ресурсним забезпеченням», що вимагає детального аналізу через призму процесно-структурованого менеджменту.

Відповідно, управління ресурсним забезпеченням слід розглядати як вид управлінської діяльності, яка полягає в плануванні матеріально-технічної бази підприємства, включаючи джерела та канали залучення ресурсів до бізнес-процесів, організації їх поповнення та ефективного використання, мотивації працівників, відповідальних за надходження, зберігання і видачу запасів згідно з цільовим призначенням, а також у контролі та регулюванні їх оборотності [2]. Виходячи з цього, для поглибленого розуміння матеріальної та речової природи запасів, як зауважує Титенко Л. В., потрібне визначення їх вартості, що в подальшому переноситься до всієї ресурсної бази на підприємстві, зокрема – за джерелами і каналами їх надходження [4]. В даному тлумаченні уточнено зміст та структуру запасів, що сприятиме чіткій їх ідентифікації всіх видів ресурсного забезпечення за класифікаційними ознаками, все це стосується випуску готової продукції. І тоді з метою визначення економічної сутності запасів, які використовуються підприємствами, Гриценко О. М. пропонує розглядати їх як «ідентифіковані ресурси у вигляді різних видів запасів, необхідних для забезпечення виробничо-торговельної діяльності та виконання підприємством соціально-економічних функцій» [3] (табл. 1).

Законодавчими та нормативними актами вже визначені основні характеристики номенклатури запасів як найважливіших видів ресурсного забезпечення на підприємстві: їхні назва, тип, сорт, розмір, одиниці виміру тощо.

Таблиця 1

Класифікація ресурсної бази підприємства [джерело: 2, 4]

Класифікаційні ознаки	Мета класифікації
щодо інформаційного забезпечення і обробки даних	Підвищення рівня аналітичності інформаційних даних, де розкриваються категорії запасів за їх різновидами, забезпечення повноти контролю та ефективності управління
за термінами зберігання та дотримання санітарних норм	
за способами зберігання	
за джерелами надходження запасів	
за обсягами поставок	
за ціною реалізації	
за ступенем впливу на норми природного убутку	
за якісними ознаками	
за видами продукції власного виробництва	
за можливістю взаємозамінності на субститути	

І на такій підставі проведені розрахунки показників, за якими у табл. 2 засвідчуються обсяги використання запасів на прикладі ТОВ «Фірма Поділля-ЛТД» відповідно до його операційних цілей [5]. Особливе значення при

використанні запасів становить коефіцієнт завантаження, що у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшився на 0,04 коп., і складає 0,02 коп. А значить, виявлена їх максимальна економія – за рахунок зростання загального обсягу чистого доходу на 28 844,4 тис. грн, що становить 119318,3 тис. грн, на підставі чого проведені такі обчислення: $0,04 \times 119318,3 / 100 = 47,73$ тис. грн.

Таблиця 2

Відносні показники оцінки ефективності використання запасів на ТОВ «Фірма Поділля-ЛТД» [джерело: власна розробка на основі досліджень]

№ з/п	Показники	2022 р.	2023 р.	Відхилення (+, –)	
				абсолютне	відносне, %
1	Чистий дохід від реалізації продукції, тис. грн	90 473,9	119 318,3	28 844,4	31,88
2	Середньорічна вартість запасів, тис. грн	5 885,85	2 608,05	–3 277,8	–55,69
3	Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	15,37	45,75	30,38	197,63
4	Коефіцієнт завантаження запасів в обороті	0,07	0,02	–0,04	–66,40
5	Тривалість періоду оборотності запасів, днів	23,42	7,87	–15,55	–66,40
6	Величина запасів, що вивільнилися, одиниць	–	5 083,69	–	–

Прискорення обороту запасів у 2023 р. порівняно із 2022 р. на 30,38 дні сприяло виникненню позитивного результату від того, що знизилися обсяги залучення до надлишкового обороту грошових коштів на суму 3 млн 277,8 тис. грн (5 885,85 – 2 608,05), що свідчить про достатній рівень ефективності використання запасів. І відштовхуючись від цього, у табл. 3 здійснений розрахунок ступеня використання запасів.

Згідно з даними табл. 3 встановлено, що за рахунок збільшення обсягу виробленої продукції у 2023 р. порівняно із 2022 р. в 31,88 разів відбулося зростання прибутку у 277,14 разів, тоді як у співвідношенні на 1 гривню – у 179,52 рази. А це відбувалося в супроводі із зменшенням матеріаловіддачі на 2,26 разів, чим характеризується збільшення частки матеріальних витрат у собівартості продукції на 6,16 разів. І таким чином виявлений резерв випуску продукції за рахунок ефективного використання запасів, який досягнутий завдяки дотриманню раціональних пропорцій на ТОВ «Фірма Поділля-ЛТД», на чому ґрунтується реалізація заходів щодо зниження надлишкових обсягів їх нецільового використання, залежування і знецінення під час їх зберігання [5].

Таблиця 3

Узагальнюючі показники ресурсного забезпечення на ТОВ «Фірма Поділля-ЛТД» [джерело: власна розробка на основі досліджень]

№ з/п	Показники	2022 р.	2023 р.	Відхилення (+, –)	
				абсолютне	відносне, %
1	Вироблена продукція, тис. грн	144 758,24	190 909,28	46 151,04	31,88
2	Матеріальні затрати, тис. грн	1 426,8	1 925,1	498,3	34,92
3	Операційний прибуток, тис. грн	500,1	1 886,1	1 386	277,14
4	Прибуток на 1 грн матеріальних витрат, грн	0,35	0,98	0,63	179,52
5	Загальна собівартість продукції, тис. грн	79 983,6	101 656,5	21 672,9	27,10
6	Матеріаловіддача, грн	101,46	99,17	–2,29	–2,26
7	Матеріаломісткість, грн.	0,01	0,01	0,0002	2,31
8	Частка матеріальних витрат у собівартості продукції	0,02	0,02	0,00	6,16

Згідно з даними табл. 3 встановлено, що за рахунок збільшення обсягу виробленої продукції у 2023 р. порівняно із 2022 р. в 31,88 разів відбулося зростання прибутку у 277,14 разів, тоді як у співвідношенні на 1 гривню – у 179,52 рази. А це відбувалося в супроводі із зменшенням матеріаловіддачі на 2,26 разів, чим характеризується збільшення частки матеріальних витрат у собівартості продукції на 6,16 разів. І таким чином виявлений резерв випуску продукції за рахунок ефективного використання запасів, який досягнутий завдяки дотриманню раціональних пропорцій на ТОВ «Фірма Поділля-ЛТД», на чому ґрунтується реалізація заходів щодо зниження надлишкових обсягів їх нецільового використання, залежування і знецінення під час їх зберігання [5].

Так, при плановій величині випуску продукції у 200 000 тис. грн та матеріальних витратах 500 тис. грн, матеріаломісткість становитиме співвідносну вартість 0,0025 грн/грн (500 тис. грн / 200 000 тис. грн).

$$E = 0,0002 \times 190909,28 = 43,45 \text{ тис. грн} \\ = 43,45 / 0,0025 = 17366,13 \text{ тис. грн.}$$

Але необхідно зазначити, що для розрахунків матеріаловіддачі та матеріаломісткості використовувалися інформаційні ресурси із зовнішніх джерел, тоді як потрібно для цього залучати більш розширену внутрішню інформацію із самого підприємства, де розрахунки слід проводити із застосуванням задокументованих даних.

Висновки. Управління запасами є критично важливим для будь-якого підприємства, оскільки воно не лише забезпечує доступ до ресурсів, але й ефективно розпоряджається та використовує їх у визначених напрямках. Це сприяє цільовому використанню ресурсів, оптимізації відповідних процесів та шляхів, що дозволяє підприємству мінімізувати перевитрати та знизити нецільове використання ресурсів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Воронова Н. Запаси та їх класифікація / Н. Воронова, М. Нестеренко, Н. Чернишова // Податки & бухоблік. – 2018. – № 50. – URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2018/june/issue-50/article-37370.html>
2. Ганас Л. М. Концептуальні засади управління виробничими запасами / Л. М. Ганас // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 749. – С. 11-18.
3. Гриценко О. М. Роль документообігу у створенні ефективної системи обліку запасів на підприємствах ресторанного господарства / О. М. Гриценко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 2 (45). – С. 64-71.
4. Титенко Л. В. Економічна сутність виробничих запасів / Л. В. Титенко // Фінанси, облік і аудит. – 2011. – Вип. 18. – С. 361-369.
5. ТОВ «Фірма Поділля-ЛТД» [Електронний ресурс]. – URL: https://clarity-project.info/edr/20119281/finances?current_year=2023

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВИХ ПРОДУКТІВ

Коноваленко Артем

Замкова Світлана – наукова керівниця

Херсонський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж

Анотація. У сучасних умовах високої конкуренції на фінансовому ринку питання вивчення споживчої поведінки набуває особливої актуальності для банківських установ. Зміна економічного середовища, зростання ролі цифрових технологій, посилення вимог клієнтів до якості обслуговування зумовлюють необхідність глибокого аналізу мотивів, потреб і очікувань споживачів банківських послуг. Саме дослідження поведінки споживачів дає змогу формувати персоналізовані пропозиції, удосконалювати комунікаційні стратегії та підвищувати конкурентоспроможність банку.

Ключові слова: споживча поведінка, банківські послуги, фінансові установи, маркетинг, збут, лояльність клієнтів, поведінкові фактори, клієнтський досвід.

Постановка проблеми. У сучасних умовах динамічного розвитку фінансового ринку та зростання конкуренції між банківськими установами важливого значення набуває формування ефективної збутової політики. Проте досягнення високих результатів у цій сфері неможливе без глибокого розуміння поведінки споживачів, їхніх потреб, очікувань та мотивів при виборі банківських продуктів і послуг.

Актуальність проблеми зумовлена необхідністю адаптації збутових стратегій банків до нових реалій ринку, що потребує застосування інструментів поведінкового аналізу та персоналізованого підходу до кожного сегмента споживачів.

Мета статті. Виявлення основних характеристик поведінки споживачів банківських послуг та визначення їх впливу на ефективність збутової політики банківських установ.

Викладення основного матеріалу. Сьогодні банки працюють в умовах жорсткої конкуренції, тому їм необхідно бути гнучкими та швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Нові технології, розвиток цифрових каналів і підвищення ролі інформації впливають на всі аспекти банківської діяльності. Щоб залишатися ефективними, банки мають забезпечити якісну комунікацію з клієнтами, партнерами та суспільством загалом.

Одним із головних чинників успішної комунікації є глибоке розуміння поведінки споживачів. Для глибшого розуміння потреб, очікувань та поведінкових моделей клієнтів банки застосовують різні методи дослідження. Найпоширенішими є опитування та анкетування, які дозволяють зібрати дані про задоволеність послугами, довіру до банку та бажані зміни.

Фокус-групи та глибинні інтерв'ю допомагають виявити мотивацію клієнтів, їх емоційні реакції на банківські продукти та враження від сервісу. Спостереження за поведінкою користувачів у відділеннях або мобільних додатках дає змогу виявити бар'єри чи незручності у використанні послуг.

У контексті цифрової трансформації фінансового сектору банки дедалі активніше впроваджують інноваційні підходи до вивчення поведінки клієнтів. Серед найсучасніших методів варто виділити такі:

- **Big Data та аналітика даних.** Банки використовують обробку великих масивів даних, включаючи транзакційну активність, геолокацію, соціально-демографічні характеристики. Це дає змогу створювати точні портрети клієнтів та персоналізувати фінансові послуги.

- **Нейромаркетингові дослідження.** Використовуються технології eye-tracking (відстеження рухів очей), аналіз міміки, сканування мозкової активності (EEG) для вивчення підсвідомих реакцій на дизайн карток, мобільних додатків або рекламні матеріали.

- **Машинне навчання та штучний інтелект (AI).** Алгоритми аналізують поведінку клієнтів у реальному часі, прогнозують потреби, визначають ризики відтоку або шахрайства, рекомендують відповідні продукти.

- **Соціальні мережі та аналіз настроїв (sentiment analysis).** Банки відстежують відгуки та коментарі у соціальних мережах для виявлення громадських настроїв щодо бренду, сервісу або конкретних продуктів.

- **A/B та мультиваріантне тестування.** Порівнюються різні версії інтерфейсів, функціоналу чи умов продуктів, щоб вибрати найефективніший варіант з точки зору конверсії чи залучення.

- **Гейміфікація.** Впровадження ігрових елементів у мобільні додатки стимулює активність клієнтів та покращує залучення, водночас даючи змогу збирати поведінкову аналітику.

Ці методи дозволяють не лише глибше вивчити мотивацію клієнтів, а й оперативно реагувати на зміни в їхніх потребах, формуючи інноваційні, персоналізовані банківські продукти та сервіси. Аналіз цільової аудиторії, вивчення конкурентів, збір статистики, тестування нових послуг і дослідження причин відтоку клієнтів допомагають банкам адаптуватися до змін ринку.

Застосування нейромаркетингових технологій у колаборації банків і страхових компаній є інноваційним підходом, що дозволяє значно підвищити ефективність і якість взаємодії з клієнтами. Інтеграція цих технологій в процес розробки продуктів і комунікацій між банками і страховими компаніями дозволяє краще розуміти потреби та емоційні реакції споживачів, що в свою чергу призводить до створення більш ефективних і персоналізованих пропозицій.

Інноваційність цього підходу полягає у кількох аспектах:

1. Глибоке розуміння емоційних реакцій – за допомогою нейровізуалізації та інших нейромаркетингових інструментів можна досліджувати емоційні реакції споживачів на фінансові продукти, що дозволяє банкам і страховим компаніям точніше адаптувати свої пропозиції під конкретні психоемоційні потреби клієнтів.

2. Персоналізація та індивідуальний підхід – нейромаркетингові дослідження дають змогу виявити непомітні для клієнтів потреби та створити більш персоналізовані продукти, що збільшує задоволення від використання послуг і підвищує лояльність.

3. Оптимізація взаємодії через цифрові канали – використання технологій, таких як eye-tracking, дозволяє покращити дизайн вебсайтів та мобільних додатків, щоб забезпечити зручніший та приємніший досвід для клієнтів.

4. Адаптація до поведінки клієнтів – нейромаркетинг допомагає зрозуміти, як клієнти реагують на різні цінові пропозиції і умови, що дозволяє банкам і страховикам пропонувати вигідні умови, які сприймаються як більш привабливі та комфортні для споживачів.

Ці технології відкривають нові можливості для створення більш ефективних маркетингових стратегій і покращення взаємодії з клієнтами, що сприяє зростанню продажів та підвищенню рівня довіри до брендів. Це дозволяє банкам і страховим компаніям не лише забезпечувати кращі фінансові продукти, а й сприяти покращенню емоційного і психологічного стану своїх клієнтів, що є важливим аспектом у галузі послуг.

Співпраця банків і страхових компаній через модель bancassurance дозволяє створювати цілу низку інноваційних продуктів, які поєднують банківські та страхові послуги в одному пакеті. Така інтеграція не лише покращує клієнтський досвід, а й дає можливість компаніям здійснювати більш ефективні дослідження потреб і переваг своїх клієнтів. Ось кілька прикладів продукції, яку можна розробити в межах цієї колаборації:

1. Кредитні картки зі страховим покриттям. Банки можуть пропонувати своїм клієнтам кредитні картки, які включають в себе страховку, наприклад, подорожню або страховку від нещасного випадку. Це може бути вигідно для клієнтів, оскільки вони отримують додаткові переваги за умови, що вони використовують картку для щоденних транзакцій. Страховка може покривати витрати, пов'язані з нещасними випадками або медичними витратами, що робить продукт більш привабливим.

2. Страхування життя та здоров'я у зв'язці з депозитами. Банки можуть пропонувати депозитні програми, що включають страхування життя чи здоров'я.

Клієнти, які відкривають депозит на певну суму або на певний термін, можуть автоматично отримати поліс страхування життя або медичного страхування. Це може бути цікавим для людей, які хочуть поєднати заощадження з додатковими фінансовими гарантіями.

3. Програми для пенсійного забезпечення з компонентом страхування. Банки і страхові компанії можуть створювати комбіновані пенсійні продукти, які поєднують інвестиційні стратегії банку з компонентом страхування. Такий підхід дозволяє клієнтам не лише накопичувати кошти на пенсію, а й забезпечити свою родину у разі непередбачених обставин, таких як смерть чи серйозна хвороба. Це створює більш привабливі умови для довгострокових заощаджень.

4. Страхування вкладів у разі нещасних випадків або втрати працездатності. Банки можуть запропонувати продукт, який поєднує банківські вклади з додатковим страхуванням у разі втрати працездатності або нещасного випадку. Це може бути особливо корисно для осіб, які мають стабільні фінансові заощадження і хочуть забезпечити свою фінансову безпеку на випадок непередбачених ситуацій.

Висновок. Дослідження споживчої поведінки є важливим інструментом для удосконалення фінансових продуктів, оскільки дає змогу краще розуміти потреби, мотивацію та емоційні реакції клієнтів. Це дозволяє фінансовим установам створювати більш ефективні, персоналізовані та привабливі продукти, оптимізувати користувацький досвід і знижувати ризики. Водночас, постійне вдосконалення продуктів на основі таких досліджень допомагає банкам залишатися конкурентоспроможними на ринку, забезпечуючи своїм клієнтам високий рівень задоволення та довіри.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Карпенко Н. В. Нейромаркетинг для малого бізнесу / Н. В. Карпенко, М. М. Іваннікова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2020. – № 2 (98). – С. 65-74. <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9934/1/2%20%2898%29%202020.pdf>
2. Муштай В. А. Поведінка споживача: Навч. посіб. / В. А. Муштай, М. О. Лищенко. – Буринь : ПП «Буринська районна друкарня», 2020. – 240 с.
3. Окландер М. А. Поведінка споживача: Навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська. – К. : Центр навчальної літератури, 2019. – 208 с.

КООПЕРАЦІЯ І КРАУДФАНДИНГ У СТВОРЕННІ СТІЙКИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

Бабаян Крістіна

Єжелей Ю. О. – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. У статті розглядається концепція кооперації та краудфандингу як ключових елементів створення стійких бізнес-моделей у сучасних економічних умовах. Особливу увагу приділено механізмам залучення фінансових ресурсів через краудфандингові платформи, які дозволяють кооперативним підприємствам отримувати необхідний капітал для запуску та масштабування своїх ініціатив. Розглянуто взаємозв'язок між цифровими технологіями та розвитком кооперативних структур. Визначено основні переваги використання краудфандингу для розвитку бізнесу, включаючи демократизацію інвестиційного процесу, розширення доступу до фінансових ресурсів. Проаналізовано чинники, які впливають на успішність кооперативних бізнес-моделей. Обґрунтовано перспективи подальшого поширення кооперативних ініціатив завдяки ефективному використанню краудфандингових платформ.

Ключові слова: краудфандинг, кооперація, бізнес-моделі, цифровізація, інвестування, краудфандингові платформи, стійке підприємництво.

Постановка проблеми. Сучасні підприємства, особливо малі та середні, стикаються з труднощами у фінансуванні інноваційних проєктів. Традиційні джерела капіталу, такі як банківські кредити чи венчурні інвестиції, не завжди доступні через високі вимоги до забезпечення або значні фінансові ризики. У відповідь на ці виклики краудфандинг відкриває нові можливості для розвитку кооперативних бізнес-моделей, що базуються на участі громади, спільному управлінні ресурсами та взаємній довірі. Попри зростання популярності краудфандингових платформ у світі, їхнє застосування в Україні залишається обмеженим через недосконалу нормативно-правову базу, низький рівень фінансової грамотності та недостатню обізнаність населення щодо можливостей такого фінансування. Розширення цього механізму потребує всебічного аналізу його ефективності, адаптації до національних умов та розробки стратегій стимулювання кооперативного підприємництва.

Аналіз основних досліджень. Тема краудфандингу та його ролі у формуванні стійких бізнес-моделей широко розглядається в наукових і практичних дослідженнях. Зокрема, автори звертають увагу на те, що краудфандинг не лише забезпечує фінансування стартапів і кооперативів, а й сприяє зміцненню соціального капіталу, формуванню лояльної спільноти споживачів і залученню громадян до активної участі в розвитку підприємництва. Згідно з дослідженнями Всесвітнього банку, глобальний ринок краудфандингу демонструє стабільне зростання, особливо в країнах з розвиненими цифровими технологіями та прозорою правовою системою. Водночас наукові роботи українських і міжнародних експертів акцентують увагу на тому, що для ефективного використання цього

механізму необхідні сприятливі регуляторні умови, розвиток цифрових платформ і підвищення довіри інвесторів до подібних інструментів.

Мета. Метою дослідження є комплексний аналіз впливу краудфандингу на розвиток кооперативних бізнес-моделей, визначення його ролі у формуванні фінансової стійкості підприємств та оцінювання перспектив його інтеграції в кооперативний сектор. Дослідження спрямоване на виявлення ключових механізмів, що сприяють ефективному залученню ресурсів через краудфандингові платформи, а також на розробку рекомендацій щодо підвищення рівня довіри, залученості спільноти та оптимізації фінансових потоків у рамках кооперативного підприємництва.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні, враховуючи сучасні темпи технологічного прогресу та потребу в підвищенні конкурентоспроможності національної економіки в глобальному масштабі, особливої уваги набувають інноваційні механізми залучення фінансових ресурсів. Одним із таких механізмів є поєднання краудфандингу та кооперації, що дозволяє створювати стійкі бізнес-моделі, орієнтовані на довготривалий розвиток, соціальну відповідальність та економічну ефективність [2].

Краудфандинг (від англ. *crowd* – натовп, *funding* – фінансування) – це метод залучення коштів від великої кількості людей через спеціальні онлайн-платформи. Його суть полягає в тому, що окремі особи або організації роблять фінансові внески у підтримку певного проекту, отримуючи натомість певні винагороди, частку в бізнесі або просто можливість долучитися до суспільно значущої ініціативи. У своїй основі краудфандинг є не лише фінансовим інструментом, а й способом взаємодії між підприємцями, інвесторами та громадськістю, що сприяє зростанню довіри до бізнесу та його продуктів.

Кооперація – це форма співпраці між учасниками бізнес-процесу, яка базується на взаємній вигоді, об'єднанні ресурсів і спільному досягненні економічних цілей. Кооперативні моделі активно використовуються у різних галузях, зокрема в агробізнесі, фінансовому секторі та соціальному підприємстві. Вони сприяють створенню більш стійких підприємств, які не залежать від волатильності ринку та мають змогу залучати додаткові ресурси через спільні зусилля. Поєднання краудфандингу та кооперації відкриває нові можливості для підприємців, оскільки дозволяє не лише залучати фінансування, а й створювати довготривалі партнерські зв'язки, що сприяють стійкості бізнесу. В основі цієї взаємодії лежить принцип колективного прийняття рішень, який дозволяє ефективніше розподіляти фінансові та матеріальні ресурси, зменшуючи ризики окремих учасників. Такі бізнес-моделі особливо актуальні для малих і середніх підприємств, які часто стикаються з проблемою доступу до традиційних джерел фінансування.

Завдяки широкому впровадженню інформаційних технологій і поширенню Інтернету в усі сфери життя, використання онлайн-платформ для збору коштів стало не лише значущим процесом, а й основою для нового формату підприємництва. Краудфандинг і кооперація дозволяють не лише залучати фінансування, а й створювати міцні спільноти навколо бізнесу, що є запорукою його стійкості та адаптивності. З'являються нові моделі взаємодії між підприємцями, інвесто-

рами та споживачами, що відкривають можливості для розвитку бізнесу з мінімальними початковими інвестиціями та зниженими фінансовими ризиками [1].

Недостатня розвиненість фінансових ринків в Україні є серйозним бар'єром для економічного зростання, оскільки багато підприємств, особливо малого та середнього бізнесу, не мають доступу до традиційних фінансових інструментів. Крім того, високий рівень економічної нестабільності та низький рівень довіри до фінансових установ значно ускладнюють залучення капіталу. У таких умовах краудфандинг та кооперативні бізнес-моделі можуть стати ефективною альтернативою, оскільки вони дають змогу бізнесу отримувати необхідне фінансування без необхідності звертатися до банківських установ або венчурних фондів.

Зважаючи на сучасні виклики, важливо розглядати краудфандинг не лише як спосіб збору коштів, а й як інструмент для створення економічно стійких, соціально орієнтованих бізнес-моделей, які базуються на прозорості, відкритості та довірі між усіма учасниками процесу. Водночас, кооперація дозволяє підприємствам об'єднувати ресурси, досвід та знання, що підвищує їх конкурентоспроможність і сприяє формуванню ефективних партнерств у довготривалій перспективі. Важливо враховувати значення краудфандингу у становленні кооперативних бізнес-моделей, оскільки ці моделі надають пріоритет демократичному управлінню та орієнтовані на виконання потреб членів кооперативу замість традиційного акценту на максимізації прибутку. Кооперативна взаємодія в рамках краудфандингу слугує потужним інструментом для формування стійкого бізнесу, що забезпечує рівноправну участь всіх зацікавлених сторін у процесах прийняття рішень.

Одним із помітних прикладів успішного поєднання краудфандингу та кооперації є платформа Fairmondo в Німеччині. Це кооперативний онлайн-ринок, який створив альтернативу домінуючим корпораціям. Його головна мета – відкрита торговельна платформа, де і продавці, і покупці можуть здійснювати транзакції без прихованих комісій чи надприбутків. Це сприяло формуванню довіри, прозорості та спільної відповідальності серед учасників, що є ключовими факторами успіху кооперативних моделей [6].

Ще одним яскравим прикладом є компанія Coorcycle, яка об'єднує мережу кур'єрських кооперативів у Європі. Її основна місія – забезпечити справедливі умови праці для кур'єрів, які часто стикаються з проблемами через співпрацю з традиційними платформами доставки. Фінансування Coorcycle було залучене через колективні внески зацікавлених осіб і груп. Краудфандинг допоміг не лише фінансово, а й сприяв формуванню стійкої спільноти навколо платформи, що значно посилює її конкурентоспроможність [5].

З огляду на зростаючий вплив краудфандингу у світі, важливо оцінити його потенціал для економічного розвитку України. В умовах, коли фінансові ринки країни ще розвиваються, а традиційні джерела фінансування є обмеженими, краудфандинг може стати ефективним інструментом для залучення ресурсів у сфері соціального підприємництва та кооперативних ініціатив. Краудфандингові платформи виступають ключовими механізмами для об'єднання підприємців, громадських організацій та окремих громадян навколо спільних цілей.

Вони дозволяють не лише збирати кошти, а й формувати активну спільноту, яка підтримує певний бізнес чи соціальну ініціативу. Особливу роль у цьому відіграє колективний підхід до управління, де кожен учасник має можливість не лише фінансово підтримати проєкт, а й долучитися до прийняття стратегічних рішень або отримати певні бонуси та винагороди.

У розпал сучасних труднощів для української економіки краудфандинг є не лише засобом отримання фінансової підтримки, а й потужним інструментом для сприяння соціальній взаємодії та згуртованості громади, що особливо важливо в умовах пошуку нових підходів до фінансування кооперативних бізнес-моделей. У сучасних реаліях просування на краудфандингових платформах значно підвищує ефективність цього механізму, оскільки дозволяє об'єднувати зацікавлених осіб навколо спільних цілей та сприяти створенню стійких бізнес-ініціатив, заснованих на принципах колективного управління та рівноправної участі [4]. У період з 2022 по 2025 роки краудфандинг в Україні зазнав значного розвитку, особливо в контексті підтримки кооперативних бізнес-моделей та соціальних ініціатив. За перші місяці 2025 року українські благодійні фонди зібрали майже 15,7 млрд грн, що майже дорівнює сумі, зібраній за весь 2023 рік (18,7 млрд грн). Загалом, за три роки повномасштабної війни найбільші благодійні фонди України акумулювали 93 млрд грн, що свідчить про зростання довіри та активності громадян у фінансуванні суспільно важливих проєктів [3].

Висновки. Краудфандинг, як інноваційний інструмент фінансування, відіграє ключову роль у створенні стійких і адаптивних бізнес-моделей, особливо в умовах економічної нестабільності. Цей механізм дозволяє залучати ресурси від широких верств населення, створюючи нові можливості для кооперативних ініціатив і підтримки соціальних проєктів. В Україні краудфандинг може стати важливим інструментом для розвитку малих і середніх підприємств, стартапів і соціальних ініціатив, які шукають альтернативні джерела фінансування через традиційні канали, що обмежені через високий рівень економічної невизначеності. Залучення громадськості через краудфандингові платформи сприяє зміцненню кооперативних бізнес-моделей, що дозволяє не лише підвищити прозорість фінансування, а й створити міцну базу прихильників і партнерів. Інтеграція передових технологій, таких як блокчейн і штучний інтелект, у процеси краудфандингу забезпечує підвищення довіри та прозорості, що є критично важливим для ефективного функціонування таких платформ.

Отже, краудфандинг в Україні має величезний потенціал для розвитку стійких та інклюзивних бізнес-моделей, а також може бути потужним інструментом соціальної трансформації та економічного зростання. Для забезпечення успішного розвитку краудфандингу на національному рівні важливо створювати підтримку як з боку урядових інституцій, так і міжнародних інвесторів, що дозволить максимально реалізувати потенціал цього інструмента для економіки України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Васильєв О. В. Краудфандинг – сучасний інструмент фінансування розвитку інтелектуального капіталу / О. В. Васильєв, С. С. Матющенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 18. – С. 36-40.
2. Єжелій Ю. О. Синергія корпоративної соціальної відповідальності та цифрової трансформації українського бізнесу в умовах економічної турбулентності / Ю. О. Єжелій, З. О. Тягунова // XVIII Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів «Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених» (19-22 листопада 2024 року): матеріали конференції /// за ред. проф. Є. І. Сокола. – Харків : НТУ «ХПІ», 2024. – С. 493-393.
3. За перші місяці 2025 року українці задонатили фондам майже стільки ж, як за весь 2023-й. LIGA.net. URL: https://finance.liga.net/ua/all/novosti/za-pershimiatsi-2025-roku-ukraintsi-zadonatyly-fondam-mayzhe-stilky-zh-iak-za-ves-2023-y?utm_source=chatgpt.com.
4. Калина А. В. Діяльність кооперативів в умовах циркулярної економіки / А. В. Калина, Ю. О. Єжелій // Збірник тез доповідей учасників Двадцятої Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів закладів вищої та фахової передвищої освіти споживчої кооперації України «Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства». Частина 2. – К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2024. – С. 99-103.
5. CoopCycle. URL: <https://coopcycle.org> (дата звернення: 08.03.2025 р.).
6. Platform Cooperativism as a Critique of Open-Source. URL: <https://geo.coop/internet-ownership-archive/platform-cooperativism-critique-open-source>.

ЛЕГАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА, ЗМЕНШЕННЯ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЗАХИСТУ ПІДПРИЄМЦІВ

Ляшук Артем

Чужикова Олена – наукова керівниця

Херсонський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж

Анотація. У роботі розглянуто легалізацію підприємницької діяльності як важливий інструмент формування сприятливого бізнес-середовища, зменшення обсягів тіньової економіки та підвищення рівня захищеності фізичних осіб-підприємців (ФОП). Проаналізовано основні чинники, що спонукають підприємців працювати в тіні, а також переваги офіційної реєстрації бізнесу для держави, суспільства й самих суб'єктів господарювання.

Ключові слова: легалізація бізнесу, тіньова економіка, підприємництво, ФОП, бізнес-середовище, державне регулювання, податкова політика, економічна безпека, детінізація, захист прав підприємців.

Постановка проблеми. На сучасному етапі економічного розвитку України одним із ключових викликів залишається значна частка тіньового сектору,

в якому функціонує чимала кількість суб'єктів господарювання, зокрема фізичних осіб-підприємців (ФОП). Такий стан речей негативно впливає на формування державного бюджету, порушує принципи добросовісної конкуренції, створює нерівні умови для легального бізнесу та знижує інвестиційну привабливість країни.

Незважаючи на зусилля держави щодо детінізації економіки, рівень недовіри підприємців до фіскальних і контролюючих органів залишається високим. Відсутність ефективних стимулів для легалізації, складність процедур реєстрації, непрозорість податкового навантаження та нестабільність законодавства сприяють продовженню діяльності поза правовим полем. Проблема легалізації бізнесу набуває особливої актуальності в умовах кризи, коли кожна гривня надходжень до бюджету має вирішальне значення для підтримки соціальних програм, оборони та інфраструктурних проєктів. Крім того, лише легальний бізнес може забезпечити підприємцям доступ до кредитування, державних грантів, правового захисту та соціальних гарантій.

Отже, виникає потреба в переосмисленні підходів до стимулювання легалізації підприємницької діяльності як важливого інструмента покращення бізнес-клімату, зміцнення економіки та захисту прав підприємців.

Мета статті. У межах роботи передбачається: проаналізувати чинники, що стримують легалізацію бізнесу в Україні, визначити переваги виходу з тіні як для держави, так і для самих підприємців, а також окреслити практичні заходи, спрямовані на формування сприятливого інституційного середовища для добровільної легалізації підприємницької діяльності.

Викладення основного матеріалу. Тіньова економіка в Україні залишається одним із ключових бар'єрів на шляху до сталого економічного розвитку. Значна частина підприємців, особливо у сфері мікро- та малого бізнесу, веде господарську діяльність поза межами правового поля. Це призводить до втрат бюджету, знижує рівень соціального захисту громадян, підриває довіру до держави та створює нерівні умови для ведення бізнесу. У цьому контексті легалізація підприємницької діяльності розглядається як ефективний інструмент зменшення масштабів тіньової економіки, підвищення прозорості бізнес-процесів та захисту інтересів самих підприємців.

Серед причин, що спонукають до діяльності в тіні, можна виокремити складну систему оподаткування, нестабільність законодавства, надмірний контроль із боку державних органів, високий рівень бюрократії, а також недовіру до ефективності витрачання державних коштів. Водночас легальна діяльність відкриває підприємцям широкі можливості: участь у державних і міжнародних програмах підтримки, доступ до банківського фінансування, правовий захист, соціальні гарантії, можливість масштабування бізнесу.

Визначити точну кількість фізичних осіб-підприємців (ФОП), які працюють у тіньовій економіці України станом на 2024 рік, складно через прихований характер таких операцій. Однак існують оцінки, які вказують на масштаби тіньових схем за участю ФОП.

Згідно з порівняльним аналізом Економічної експертної платформи Інституту соціально-економічної трансформації CASE Україна станом на 2023р.¹ основні схеми тіньової діяльності за посередництвом ФОП включають:

1. Оформлення працівників як ФОП: Деякі компанії замість офіційного працевлаштування наймають співробітників як ФОП, щоб уникнути сплати податків і соціальних внесків. За оцінками експертів такі схеми можуть призводити до втрат бюджету від 4 до 10 млрд грн.

2. Заниження оборотів: ФОП можуть декларувати менші доходи, ніж отримують насправді, з метою зменшення податкового навантаження. Це може спричиняти втрати бюджету в розмірі 7,5-12 млрд грн.

Загальний рівень тіньової економіки в Україні оцінюється на рівні 25-30% від офіційного ВВП. Хоча ФОПи не є основною складовою тіньової економіки, їхня участь у зазначених схемах має значний вплив на економіку країни, особливо в умовах воєнного стану.

Надходження від єдиного податку, що сплачуються ФОП обчислюються десятками мільярдів гривень. Так, згідно з відкритою аналітикою ресурсу Опендатабот у 2024 році сума надходжень від єдиного податку була у 1,6 рази більша, ніж у 2021 році: 55,1 млрд грн проти 34,8 млрд грн.² Упровадження загальнонаціонального тренду на легалізацію малого бізнесу, з належною підтримкою адміністративними та фіскальними реформами, на нашу думку, дозволить збільшити цей показник до розряду сотень мільярдів.

Державою використовуються різні методи для виявлення нелегальних підприємств, поєднуючи аналітику великих даних, цифрові технології та контрольні заходи:

- Моніторинг банківських транзакцій: податкові органи аналізують рух коштів на рахунках підприємців; якщо особа отримує регулярні великі платежі, але не зареєстрована як ФОП чи компанія, це може бути сигналом про нелегальну діяльність.

- Співставлення витрат і офіційних доходів: якщо підприємець декларує мінімальний дохід, але купує дороге майно чи має великі обороти, це може викликати підозру в податкових органах.

- Штучний інтелект у пошуку нелегалів: системи Big Data можуть автоматично аналізувати підозрілі операції та виявляти бізнеси, що працюють без реєстрації.

- Аналіз продажів у соцмережах (Facebook, Instagram, TikTok, Telegram): податкові служби перевіряють облікові записи, які активно продають товари або

¹ В. Дубровський, О. Гетман, В. Черкашин. Порівняльний аналіз фіскального ефекту від застосування інструментів ухилення/уникнення оподаткування в Україні. – 2024 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://iset-ua.org/images/Shemi-2024-final.pdf>

² Опендатабот. Тренди української фопономіки під час великої війни . – 17.02.2025 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://opendatabot.ua/analytics/foponomics-2024>

послуги, але не мають реєстрації; в Україні вже є випадки, коли ДПС виявляла нелегальних продавців через соцмережі.

- Перевірка платформ OLX, Prom.ua, Rozetka Marketplace: оголошення про продаж великої кількості товарів без офіційних документів можуть свідчити про нелегальний бізнес.

- Контроль інтернет-магазинів: якщо інтернет-магазин не надає чеків чи не вказує реквізити ФОП/ТОВ, він може бути об'єктом перевірки.

Також анонсовано реформу спрощеної системи оподаткування. Згідно зі звітом Міністерства фінансів України про стан виконання національної стратегії доходів до 2030 року у 2024 році, в межах цієї реформи планується до 2027 року перекроїти модель спрощеного оподаткування.³ Так, впродовж наступних трьох років: для юросіб ставки єдиного податку зростатимуть до 18%, а саму систему для них скасують. ФОПи другої та третьої груп будуть об'єднані з диференційованими ставками, обов'язковим РРО та ПДВ-реєстрацією, а перелік КВЕД для першої групи обмежать. Також запровадять оподаткування фактичного доходу, посилять вимоги до обліку та поступово збільшать податкове навантаження на аграріїв.

Вважаємо, що інспекційно-каральних заходів фіскальних органів та підвищення податкового навантаження замало, натомість для успішної легалізації підприємницької діяльності потрібна активна участь держави, зокрема через дерегуляцію, подальшу цифровізацію адміністративних послуг, податкові стимули для новостворених бізнесів, а також інформаційні кампанії, які формують культуру ведення легального бізнесу. Досвід останніх років, зокрема запуск електронних сервісів на платформі «Дія», упровадження програм «єРобота» та «єПідтримка» підтверджує, що поєднання державної підтримки з прозорими процедурами може стимулювати вихід бізнесу з тіні.

У 2022 році в Україні запроваджено спеціальний правовий режим «Дія.City» для ІТ-компаній. Його мета – легалізувати діяльність бізнесу, вивести з тіні ринок праці в ІТ-сфері та стимулювати економічне зростання. Замість ФОП-моделі гіг-контракти, зниження податкового навантаження (ПДФО – 5%, ЄСВ – з мінімальної зарплати), прозорі умови для інвесторів і захист інтелектуальної власності.

Результат: понад 18 млрд грн податків до бюджету у 2024 році, зростання кількості легальних компаній, підвищення прозорості галузі та розвиток ІТ як драйвера української економіки.⁴

Водночас важливою умовою є формування довіри до державних інституцій.

³ Звіт Міністерства фінансів України про стан виконання національної стратегії доходів до 2030 року у 2024 році. – С. 120-121 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%202024%20%D0%9D%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%20%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F%20%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%96%D0%B2%20\(1\).pdf](https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%202024%20%D0%9D%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%20%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F%20%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%96%D0%B2%20(1).pdf)

⁴ За словами віце-прем'єр – міністр цифрової трансформації Михайла Федорова на офіційному телеграм-каналі . – 28.01.2025 [Електронний ресурс]. – Режим доступ : <https://t.me/zedigital/5339>

Підприємець повинен бачити реальні вигоди від легалізації – не лише у вигляді податкових пільг, а й у якості обслуговування, захисті прав, стабільності правил гри на ринку. Легалізація не має бути наслідком примусу, а має перетворитися на свідомий вибір, заснований на раціональних та емоційних аргументах.

Пропонуємо ознайомитися з основними вигодами для фізичних осіб-підприємців під час легалізації бізнесу.

- Легально зареєстрований підприємець має право на захист своєї діяльності, майна та інтересів у суді. Це знижує ризики рейдерства, незаконних перевірок і штрафів.

- ФОП може відкривати банківські рахунки, оформлювати кредити, лізинг, брати участь у державних програмах підтримки (наприклад, гранти «Робота»).

- Легальний статус дозволяє брати участь у закупівлях державних і комерційних замовників, отримувати міжнародні гранти та інвестиції.

- Сплата ЄСВ забезпечує пенсійний стаж, лікарняні, допомогу по безробіттю та інші соціальні виплати. Це особливо актуально у випадку форс-мажору або припинення діяльності.

- Легальний бізнес простіше масштабувати: наймати працівників офіційно, розширюватися, виходити на нові ринки, отримувати франшизи чи сертифікацію.

- Юридично оформлений бізнес викликає більше довіри, особливо у B2B-секторі, де важлива офіційність, гарантії та прозорість.

- Легальний статус дозволяє працювати в межах закону, що мінімізує ймовірність великих штрафів або блокування діяльності.

- Підприємець може вести офіційний облік доходів/витрат, формувати фінансову звітність, покращуючи стратегічне планування бізнесу.

З метою **свідомого вибору** легалізації бізнесу необхідно використовувати спеціальні стимули.

- Податкові пільги: запровадження спрощеного оподаткування та «податкових канікул» для новостворених ФОП дає змогу зробити перші кроки в бізнесі без надмірного фінансового тиску.

- Гранти і субсидії: державні та міжнародні програми підтримки малого бізнесу надають реальні ресурси для запуску і розвитку легального підприємства.

- Доступ до дешевих кредитів: програми типу «5-7-9%» дозволяють підприємцям інвестувати в розвиток свого бізнесу без залучення «сірих» схем фінансування.

- Участь у державних закупівлях та тендерах: легальний статус дозволяє брати участь у прозорих конкурсах, що відкриває нові ринки збуту.

Пропонуємо активізувати запровадження бізнес-хабів та центрів підтримки підприємництва, які забезпечать новачкам і досвідченим ФОП доступ до консультацій, юридичної допомоги, бізнес-менторства. На зразок, національного проекту із розвитку підприємництва та експорту – Дія.Бізнес. Центри надаватимуть супровід на всіх етапах розвитку – від ідеї до масштабування.

З метою формування культури легального бізнесу необхідно активно впроваджувати інформування, навчання та мотивації:

- інформаційні кампанії через медіа, соцмережі, історії успіху;
- курси підприємництва та фінансової грамотності для молоді та початківців;
- співпраця з лідерами думок для формування позитивного іміджу легального підприємництва;
- освітні ініціативи в закладах освіти з основ ведення бізнесу.

Висновок. Легалізація бізнесу виступає не лише інструментом наповнення бюджету, а й основою для побудови прозорого, справедливого й конкурентного бізнес-середовища. Комплексне поєднання спрощення регулювання, фіскального стимулювання та просвітницької роботи створює передумови для стійкого розвитку малого й середнього бізнесу та зміцнення економічної стабільності країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дубровський В. Порівняльний аналіз фіскального ефекту від застосування інструментів ухилення/уникнення оподаткування в Україні / В. Дубровський, О. Гетман, В. Черкашин. – К., 2024. URL: <https://iset-ua.org/images/Shemi-2024-final.pdf>.
2. Опендатабот. Тренди української фопономіки під час великої війни. <https://opendatabot.ua>. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/foronomics-2024>.
3. Організаційно-економічний механізм протидії тіньовій економіці та корупції: монографія / А. В. Лісовий, К. П. Проскура, С. В. Кирпа, А. М. Савченко, М. О. Скорик та ін.; за заг. ред. А. В. Лісового; Державний податковий університет. – Ірпінь, 2024.
4. Міністерство фінансів України. Звіт про стан виконання національної стратегії доходів до 2030 року у 2024 році. – К., 2024. – 206 с. URL: [https://mof.gov.ua/storage/files/Звіт%202024%20Національна%20стратегія%20доходів%20\(1\).pdf](https://mof.gov.ua/storage/files/Звіт%202024%20Національна%20стратегія%20доходів%20(1).pdf).
5. Федорів М. \$18+ мільярдів податків до держбюджету сплатили резиденти Дія.City за 2024 рік. URL: <https://t.me/zedigital/5339>.

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ КОМУНІКАЦІЙ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Гаськевич Мар'яна

Басій Н. Ф. – наукова керівниця

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. Досліджено напрями формування інноваційних стратегій комунікацій торговельних підприємств споживчої кооперації та сформульовано рекомендації щодо їх вдосконалення.

Ключові слова. Комунікації, інноваційні стратегії комунікацій, торговельні підприємства споживчої кооперації.

Постановка проблеми. Сфера роздрібної торгівлі – одна з найважливіших галузей господарства країни. Саме завдяки роздрібній торгівлі завершується процес доведення товарів до кінцевого споживача. Тому стан цього сектора суттєво впливає на економіку країни загалом. Торговельні підприємства споживчої кооперації є органічним структурним елементом роздрібної торгівлі країни та потребують сучасних інноваційних підходів щодо формування стратегій комунікацій з цільовими ринками та іншими аудиторіями.

Аналіз основних досліджень. Дослідженнями загальних питань стосовно маркетингових комунікацій займалися як вітчизняні, так і зарубіжні науковці: Дж. Бернет, С. Моріарті, Л. Персі, У. Уеллс, А. Войчак, Ф. Котлер, Т. І. Лук'янець, Г. Г. Почепцов, Т. І. Примаєв, Є. Ромат та інші. Проблеми запровадження маркетингової стратегії комунікацій на підприємствах споживчої кооперації досліджували М. А. Окландер, О. П. Чукурна, Н. В. Карпенко, Н. І. Яловега, Х. З. Махмудов, Д. А. Тарасов та інші. Відзначаючи значимість наукових розробок дослідників цієї тематики, варто зазначити, що в них основна увага приділяється загальним аспектам маркетингових комунікацій підприємств. Проте недостатньо досліджені проблеми маркетингових комунікацій з урахуванням галузевої специфіки торговельних підприємств споживчої кооперації. Тому обґрунтування інноваційних підходів формування стратегії маркетингових комунікацій торговельних підприємств споживчої кооперації є актуальним.

Мета. Метою дослідження є визначення особливостей формування та розробка інноваційних засад вдосконалення стратегії комунікацій торговельних підприємств споживчої кооперації.

Виклад основного матеріалу. Специфіка формування комунікаційної стратегії торговельних підприємств споживчої кооперації обумовлюється, по-перше, загальними чинниками, що характерні для сучасного стану ринку; по-друге, особливостями, які характерні для торговельної сфери; по-третє, специфікою діяльності кооперативних торговельних підприємств.

Перша група чинників включає такі:

- 1) високий ступінь невизначеності ринкової ситуації, що обумовлюється впливом загальноекономічних та політичних чинників;
- 2) збільшення чисельності торговельних підприємств та підвищення рівня конкуренції на ринку загалом та у торговельній сфері зокрема;
- 3) глобалізація ринків, яка вже досягнула найвіддаленіші місцевості, призвела до зростання міжнародних комунікацій. Тепер можна замовити товар з Бірми чи Австралії за допомогою смартфона, і Нова Пошта доставить його протягом тижня або місяця;
- 4) розвиток комунікаційних технологій, який обумовив практично необмежений доступ споживачів до джерел інформації про підприємства, застосовувані технології, пропоновану продукцію. Це обумовило розширення спектру застосовуваних маркетингових комунікацій (Інтернет, соціальні мережі, месенджери та додатки у смартфонах);
- 5) зміна мотивів споживачів. Для покупців при виборі товарів (в тому числі і продуктів харчування, які складають в РТО підприємств споживчої

кооперації понад 85%), почало виходити на перший план не пряме призначення товару та його основна вигода, а те задоволення – моральне, естетичне, статусне, яке він отримує;

б) постала необхідність не просто привернути увагу клієнта та втримати покупця, а досягнути його лояльності, причому в умовах, коли конкуренти пропонують майже аналогічні товари за майже однаковими цінами з подібними акційними пропозиціями.

До другої групи чинників, на нашу думку, належать:

1. Орієнтованість підприємств роздрібної торгівлі на територіально обмежений локальний ринок, розміри якого залежать від місця знаходження підприємства, його доступності для потенційних споживачів. Варто також зазначити, що переважна більшість торговельних підприємств споживчої кооперації розташовані у сільській місцевості, що обумовлює специфіку застосування окремих засобів комунікацій.

2. Особливості торговельної сфери, пов'язані з місцезнаходженням підприємств торгівлі, або так званою рентною перевагою. Ця перевага дає можливість через особливості місця знаходження отримати додаткову вигоду у вигляді залучення більшої кількості покупців. Прикладом цього є розташування більшості торговельних підприємств споживчої кооперації у центрі населених пунктів або поблизу транспортних розв'язок, що забезпечує вагомий потік покупців та можливість розмістити основні засоби зовнішньої реклами.

3. Особливий характер діяльності торговельних підприємств, який пов'язаний з виконанням торгівлею функцій посередника між виробником та споживачем. Це вимагає від торговельних підприємств вивчення, з одного боку, можливостей виробників, якісних характеристик товарів, що ними виробляються, а з іншого боку – запитів споживачів, обсягу та структури платоспроможного попиту. В даному контексті споживча кооперація також має свою особливість – виробничі підприємства споживчої кооперації виготовляють продовольчі товари, які реалізуються через кооперативну торговельну мережу.

Третя група факторів, пов'язана зі специфікою функціонування споживчої кооперації. Торговельні підприємства споживчої кооперації, попри певну автономію, підпорядковуються і є власністю кооперативних організацій. Це не дозволяє повною мірою реалізувати всі доступні їм засоби і заходи комунікацій відповідно до специфіки конкретного підприємства, населеного пункту, регіону. Крім того, більшість кооперативних торговельних підприємств розташовані в невеликих населених пунктах або сільській місцевості, що обмежує використання масових комунікативних засобів.

На думку Окландера М.А. [2, с. 216], комунікативна функція підприємств споживчої кооперації повинна забезпечувати такі чотири складові елементи: проведення рекламних кампаній у ЗМІ; стимулювання працівників збуту; стимулювання попиту споживачів; організація виставок, оформлення вітрин, демонстрація зразків товару. При цьому основними напрямками розвитку комунікаційної політики вказується лише організація зв'язків з громадськістю та проведення заходів щодо паблік рілейшнз.

На нашу думку, комунікативна функція підприємств споживчої кооперації повинна бути значно ширшою. Вона повинна забезпечувати не лише інформування та стимулювання, але й формування лояльності до закладів кооперативної торгівлі та товарів з маркою «СООР». Основне завдання системи маркетингових комунікацій підприємств споживчої кооперації повинно полягати не тільки і не стільки у забезпеченні дійсних та потенційних клієнтів достатнім обсягом релевантної та актуальної інформації (про товар, його якість, асортимент, цінові умови купівлі, загальні умови діяльності підприємств тощо), але й у формуванні прихильності до торговельних підприємств споживчої кооперації, створення відповідної налаштованості на купівлі, атмосфери довіри.

Варто погодитись з Карпенко Н. В [1, с. 137], яка зазначає, що основними вимогами до маркетингових комунікацій підприємств споживчої кооперації та зокрема до реклами повинні бути: підпорядкованість загальній стратегії та тактиці маркетингу підприємства, відповідність іміджу, який підприємство споживчої кооперації бажає створити своїм товарам та послугам; доступність для цільової аудиторії, правдивість без перебільшень; чітке відображення намірів підприємства, які спрямовуються на розум, емоції та здоровий глузд споживачів.

На нашу думку, основними характерними рисами стратегії комунікацій торговельних підприємств споживчої кооперації повинні бути:

- безпосередній і тісний зв'язок з довгостроковим аспектом діяльності підприємств та організацій споживчої кооперації. Тільки спрямованість на тривалу перспективу дасть бажаний ефект не лише в поточному періоді, але й на майбутнє;
- обов'язкове вирішення властивих їй завдань та узгодженість з усіма напрямками маркетингової діяльності кооперативних торговельних підприємств та загально корпоративними цілями споживчої кооперації;
- базування на маркетинговому стратегічному аналізі цільової аудиторії, конкурентного середовища, маркетингових можливостей та загроз;
- спрямування основного призначення комунікаційної стратегії на взаємоузгодження комунікаційних цілей підприємств з власними можливостями, вимогами клієнтів, а також використання слабких позицій конкурентів і власних конкурентних переваг.

Перспективними напрямками розвитку інноваційної стратегії комунікацій підприємств споживчої кооперації варто окреслити:

- здійснення продажу товарів кооперативних виробничих підприємств, які варто позиціонувати як натуральні, екологічні, виготовлені «за традиційними рецептами», «домашні»;
- застосування нових форм комунікацій, зокрема Інтернет-маркетингу, соціальних мереж, event-маркетингу (виставки, фестивалі, конкурси тощо), а також створення нових комунікативних засобів для клієнтів, оскільки традиційні рішення втрачають свою ефективність через велику кількість реклами в ЗМІ;
- використання фірмового стилю споживчої кооперації в усіх кооперативних підприємствах, зокрема ТМ «СООР» або регіональних торгових марок відповідно до бренд-буку;

- застосування усіх засобів маркетингових комунікацій не відокремлено час від часу, а комплексно, інтегровано, що дозволить посилювати дію кожного заходу та досягати синергічного ефекту.

Висновки. Застосування маркетингових комунікацій у сучасних умовах є об'єктивною необхідністю для торговельних підприємств споживчої кооперації. На формування маркетингової стратегії комунікацій кооперативних торговельних підприємств впливають фактори загально ринкового характеру, особливості власне торговельної сфери та специфіка діяльності підприємств споживчої кооперації. Процес формування маркетингової стратегії комунікацій повинен ґрунтуватись на систематичних дослідженнях цільових аудиторій, власних можливостей підприємств, умов середовища та конкуренції.

Комунікативна функція торговельних підприємств споживчої кооперації повинна полягати не тільки і не стільки в інформуванні цільової аудиторії, але й у формуванні лояльності споживачів до кооперативних підприємств, їхніх товарів та послуг. Основними напрямками розвитку стратегії комунікацій торговельних підприємств споживчої кооперації повинно бути комплексне та інтегроване застосування сучасних форм просування, які дають можливість формувати стабільні відносини з цільовими клієнтами у поточному періоді і на тривалу перспективу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств споживчої кооперації: Монографія / Н. В. Карпенко. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. – 259 с.
2. Окландер М. А. Споживча кооперація: маркетингові моделі та технології: Монографія / М. А. Окландер, О. П. Чукурна. – Одеса : Астропринт, 2005. – 232 с.

ПРОЄКТ «В ЄДНОСТІ – СИЛА» – КРОКИ ДО БІЗНЕСОВОГО УСПІХУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Климко Ганна

Ступарь Н. О. – наукова керівниця

Полтавський фаховий кооперативний коледж

Анотація. У роботі досліджено стан втілення на даний час в системі споживчої кооперації України проєкту «В єдності – сила», проаналізовано зміни та перспективи, які очікуються в майбутньому.

Ключові слова: споживча кооперація, проєкт, бізнес, бренд.

Постановка проблеми. У системі споживчої кооперації з травня 2023 року запрацював проєкт «В єдності – сила» – це створення національної мережі кооперативних магазинів під брендом «СООР».

Аналіз основних досліджень. Досліджуючи і аналізуючи втілення проєкту у системі споживчої кооперації України, варто згрупувати опрацьований матеріал таким чином:

1. Основні переваги проєкту.
2. Передумови виникнення ідеї проєкту.
3. Учасники проєкту.
4. Які бренди є учасниками?
5. Перспективи українського кооперативного бренду «СООР».

Мета. Проаналізувати стан втілення проєкту в системі споживчої кооперації України.

Виклад основного матеріалу. У системі споживчої кооперації України із травня 2023 р. запрацював проєкт «В єдності – сила». Він не тільки про те, що сильнішими завжди бувають ті, хто об'єднаний одними принципами, засобами, метою. Навряд чи ми б змогли так успішно знищувати ворога, який прийшов на нашу землю, якби були самотніми, якби наші сили були розпорошеними. Проєкт «В єдності – сила» – це ще й про успіх, добробут і про багатство кооперації, її працівників і споживачів. Ідея проєкту – успішне майбутнє споживчої кооперації. Можливість завдяки об'єднанню потенціалів кооперативних структур різних регіонів країни досягти кращих умов торгівлі, бути цікавими виробникам, стати в один ряд із потужними торговельними мережами «АТБ», «Сільпо».

Мета проєкту – об'єднати торговельні організації споживчої кооперації України під єдиним кооперативним брендом «СООР», створити національного кооперативного торговельного оператора України.

Головне фабула проєкту суттєво поліпшити умови співпраці з виробниками і постачальниками товарів та послуг, щоб можна було домовлятися про зниження вхідних цін, продовження строків оплати за поставлені товари, повернення бонусів або їх збільшення тощо.

Головна роль для налагодження співпраці з виробниками товарів та послуг для усіх кооперативних організацій – учасників проєкту відведена новоствореній організації «КООП РІТЕЙЛ ГРУП». Також головними учасниками є усі кооперативні організації – від обласних споживспілок до конкретних магазинів, які долучилися чи ще долучаються до проєкту. Адже, що більше буде його учасників, то про вигідніші умови співпраці для усіх зможе домовлятися «КООП РІТЕЙЛ ГРУП». Це саме той випадок, коли не докладаючи надмірних зусиль, тобто не вкладаючи додаткових коштів, не змінюючи систему отримання продукції, а лише об'єднавшись на базі наявних ресурсів, можна збільшити прибутки, стати значно багатшими та впливовішими на споживчому ринку України. Тож мрія про те, що в недалекому мирному майбутньому України найбільшу популярність серед споживачів завоює національна мережа кооперативних магазинів під брендом «СООР», що ці магазини будуть фінансово успішними – це вже не фантастика.

На сьогодні проєкт охоплює одинадцять областей. Першими до проєкту в 2023 році долучились Черкаська, Сумська і Миколаївська області, в кінці 2023 року Житомирська, Вінницька і Волинська області. У 2024 році долучились

Одеська, Кіровоградська, Тернопільська області і в кінці цього року ще приєднались Львівська і Закарпатська області. Кількість торговельних об'єктів-магазинів у проєкті становить 750 одиниць. Зараз уже виділено п'ять умовних лідерів за тими чи іншими показниками. Це Черкаська, Тернопільська, Волинська, Кіровоградська і Житомирська обласпоживспілки. Загалом, це ті області, де в більшій мірі збереглась галузь торгівлі та відсутній прямий вплив війни. Бо, приміром, у Сумській чи Миколаївській областях воєнна ситуація надзвичайно важка.

Головне завдання проєкту – примножити можливості кооперативних організацій за рахунок об'єднання. Це можливість покращити умови, і в повній мірі скористатись ними, кожен повинен у себе у магазині проводити відповідну роботу, яка забезпечила б дотримання умов співпраці, що були погоджені з виробником у рамках проєкту, а саме про контроль представленості, вчасності розрахунків, транслювання цінових активностей на кінцевого споживача. Лише тоді буде справжній результат.

Одним із перших долучились до проєкту в 2023 році – Спілка споживчих товариств Черкаської області з кількістю кооперативних магазинів 100 одиниць. За цей час має такі результати:

1. Сума отриманих бонусів від загальноукраїнських виробників товарів на умовах про які з ними домовилися «КООП РІТЕЙЛ ГРУП» значно зросла, порівняно з тими, що отримували у подібному проєкті регіонального рівня, який втілюється вже близько 10 років.

2. Із трьома національними виробниками домовленість про відстрочку платежу за товари склала до 28 днів.

3. Отримано перші бонуси за участь в проєкті. Розподілено їх по райспоживспілкам в залежності скільки магазинів спрацювало, скільки продано товарів і скільки нараховано бонусів. За перші два місяці участі сума бонусів по трьом національним виробникам складає 200 тисяч гривень. Бонуси нараховуються якщо виконувати певні умови. При цьому важливу роль виконують продавці, від них залежить 90% успіху торгівлі, які повинні бути маркетологами, їхня професійна агітація впливає на вибір товару. В кінці місяця продавців мотивують, по-перше підрядною оплатою праці, по-друге, зараз є можливість стимулювати коштами з отриманих бонусів.

Усі учасники проєкту покращили свої умови. По кожному виробнику збільшились бонуси, по-різному – від 50% до 100%. Якщо це 100% мається на увазі, що бонуси зросли вдвічі, або ж кооперативна організація не мала бонусів раніше, а в рамках проєкту почала їх отримувати. Загальний результат що стосується окремих областей, які долучились до проєкту ще у 2023 р., то їхні бонуси за рік вже досягають позначки 1-2 мільйони гривень. Для порівняння: до проєкту ці цифри були значно меншими, мінімум удвічі.

Обсяг відвантажень за 2024 рік збільшився більше, ніж уп'ятеро, та становить майже 100 мільйони гривень, це суттєвий приріст порівняно з 2023 р. Загалом партнерами проєкту є вже 11 потужних національних виробників. Усі бренди досить знайомі, оскільки присутні практично в кожному магазині. Наприклад: Баядера, ТМ «Хлібний дар», ТМ «Коблево», ТМ «Азнаурі»,

ТМ «Рогань», Сандора, Нестле, Королівський смак, Рошен та інші. Робота з залученням виробників не припиняється. Заплановано збільшити їх кількість мінімум до 20-ти. Якщо брати за категоріями товарів, то це алкоголь та безалкогольні напої, морозиво та напівфабрикати, хімія та товари для догляду, бакалійна група і кондитерські товари.

Завдання зараз – розширити територію покриття виробників на всі області проєкту. Основний критерій, який в першу чергу цікавить виробників – це товарооборот мережі, точніше обсяг відвантажень, чим він більший – тим цінніша мережа. До прикладу візьмемо мережу «МЕТРО», їх магазинів налічується в Україні близько 30-ти, а оборот який вони забезпечують, становить десятки мільярдів гривень. І це викликає великий інтерес виробників. Якщо взяти кооперативні магазини, то це здебільшого невеликі сільські заклади торгівлі з відповідним оборотом. Тому вийти на обсяги, які будуть по-справжньому цікавими для виробників, можна лише за рахунок кількості магазинів. Коли мережа нарахує сотні торговельних об'єктів, то це забезпечить виробнику вже мільйонні обсяги. Зараз за кількістю магазинів споживчу кооперацію вже можна віднести в ТОП-5мереж України. Однак щоб дійти до рівня національних мереж, то магазинів має бути хоча б 1 500 одиниць.

І тоді за кількістю магазинів кооперація змогла вийти на перше місце в Україні.

Організатори проєкту проводять агітацію приєднуватись до нього. Прикладів стало більше, найкращий і найефективніший аргумент-фінансовий. Торгівля – це про гроші, про додатковий заробіток, про збільшення прибутків, підвищити свої можливості, стати конкурентнішими, продавати більше, розвивати матеріально-технічну базу, збільшувати зарплату працівників, збільшувати штат. Інші аргументи на користь проєкту, як-то збереження кооперативних активів, повернення магазинів з оперативної оренди, формування статусу мережі «СООР» є похідними. Хоча вони є важливими для кооперації.

У рамках проєкту обсяг реалізації продукції деяких виробників суттєво покращився порівняно з 2023 р. – приріст відвантажень коливається від 25% до 50%, а по окремим категорія становить 70%.

При втіленні проєкту виникли труднощі – відсутність автоматизації, єдиної інформаційної платформи, яка дуже потрібна та досить вартісна, бракує професійних кадрів: водіїв, менеджерів у зв'язку з війною.

Висновки. Отже, проєкту всього півтора року, він масштабний, динамічний, він перебуває на етапі становлення та розвитку.

Проєкт «В єдності – сила» можна вважати одним із найважливіших національних проєктів, він відчутно вплине на майбутнє споживчої кооперації України, її працівників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гороховський І. Л. Перспективи розвитку європейської споживчої кооперації в умовах глобальних викликів сучасності / І. Л. Гороховський // Економіст. – 2018. – № 11. – С. 24-31.

2. Куцик П. О. Стратегічні напрями розвитку споживчої кооперації України у контексті глобальних економічних трендів / П. О. Куцик, С. Р. Семів // Підприємництво і торгівля. – 2022. – № 33. – С. 5-15.

3. Манжура О. В. Проблеми і перспективи становлення кооперативної моделі Національного господарства (Текст): монографія / Класич. приват. ун-т. // О. В. Манжура. – Запоріжжя : КПУ, 2015. – 291 с.

4. Вісті Всеукраїнської центральної спілки споживчих товариств. www.coop.com.ua, www.media.coop:

- № 29 (1622) четвер, 20.07.2023 р.
- № 33 (1626) четвер, 17.08.2023 р.
- № 3 (1670) четвер, 16.01.2025 р.

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Гавриленко Аліна

Яшина Ірина – наукова керівниця

Херсонський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж

Анотація. У статті досліджується сучасний стан електронної комерції в Україні, аналізуються особливості використання маркетингових інструментів, що сприяють просуванню діяльності суб'єктів електронного бізнесу. Також пропонуються сучасні маркетингові підходи, які дозволяють краще задовольняти потреби інтернет-споживачів з урахуванням змін у технологіях та інформаційно-комунікаційних процесах.

Постановка проблеми. Електронна комерція в Україні й у світі зростає неймовірними темпами, що зумовлено, у першу чергу, інформаційними змінами, активним зростанням мобільних платформ, впровадженням штучного інтелекту, швидкою трансформацією споживчого попиту та зміною запитів споживачів. Водночас маркетингові засоби залишаються застарілими, недостатньо залученими або неефективними. Компанії електронного бізнесу, які швидко реагують на технології, зміни ринку та адаптують свою маркетингову діяльність відповідно до потреб споживачів, досягають успіху. Важливим аспектом досліджень є акцент на розробці пропозицій з урахуванням діяльності підприємств споживчої кооперації України як стратегічно важливого напрямку підтримки місцевих товаровиробників малого та середнього бізнесу, фермерських господарств в Україні. Використання сучасних інструментів маркетингу в електронній комерції суб'єктами споживчої кооперації сприятиме більш ефективному залученню інтернет-покупців завдяки персоналізації, емоційному зв'язку та довготривалому спілкуванню з ними. Це, у свою чергу, збільшуватиме довіру до українських товарів та сприятиме розвитку національного ринку.

Ключові слова. Електронна комерція, e-commerce України, персоналізація, автоматизація маркетингу, омніканальність, емоційний маркетинг, цифрова економіка, аналіз Big Data, AI (штучний інтелект), емоційний маркетинг, інтерактивний маркетинг.

Мета статті. Дослідити маркетингові інструменти, проаналізувати стан їх використання суб'єктами електронної комерції України та розробити пропозиції з урахуванням змін у середовищі електронного бізнесу та новітніх трендів для суб'єктів підприємницької діяльності споживчої кооперації.

Виклад основного матеріалу. Досліджуючи ринок електронної комерції, нами було з'ясовано, що в 2024 році електронна комерція в Україні розвивалася, але повільними темпами, що зумовлено ростом інтернет-торгівлі та впливом новітніх технологій.

Важливу роль у забезпеченні розвитку електронних відносин може відігравати споживча кооперація, яка є вагомим складовою економіки України. Вона сприяє зміцненню фермерських господарств, забезпечує ширший доступ населення до товарів народного споживання.

Термін «електронна комерція» має чимало визначень. Згідно з Законом України «Про електронну комерцію», електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем, унаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [1]. Тобто це діяльність, що відбувається онлайн із використанням мережі Інтернет, у процесі якої в суб'єктів з'являються майнові права та обов'язки. Також варто врахувати, що електронна комерція відіграє важливу роль у цифровій економіці будь-якої країни, а тому потребує обдуманих та ефективних управлінських рішень задля забезпечення її розвитку.

У ході досліджень нами було з'ясовано, що протягом останніх двох років спостерігається збільшення кількості покупок саме через електронну комерцію [4].

Стрімких обертів набирає мобільна комерція (M-commerce). За даними агентства UAATEAM, останніми роками понад 60% онлайн-покупок здійснювалося через смартфони, що зумовлено збільшенням доступу до мобільного інтернету [5].

Активним напрямом електронної комерції є соціальні мережі. Суб'єкти електронного бізнесу інтенсивно використовують instagram, facebook і tiktok для продажів і спілкування з аудиторією [4]. Щодо розподілу реєстрації підприємців за статтю, то в 2021-2024 роках переважали чоловіки (близько 65%). Проте у 2024 році частка жінок-підприємниць зросла до 36,5% порівняно з 34% у 2022 році [2].

Аналізуючи особливості використання маркетингових інструментів у діяльності суб'єктів електронної комерції, нами було з'ясовано, що найпоширенішими серед них є: SEO, SMM (маркетинг у соцмережах), email-маркетинг, контент-маркетинг, ремаркетинг, відеомаркетинг, мобільний маркетинг, партнерські програми та системи лояльності (таблиця 2).

Використання цих маркетингових інструментів дає позитивний результат, що проявляється в зростанні продажів та підвищенні лояльності інтернет-клієнтів у системі споживчої кооперації. Однак в умовах постійної мінливості зовнішнього середовища, особливо змін у сфері технологій, зростання ролі штучного інтелекту в різних напрямках та еволюцію запитів інтернет-споживачів, варто змінювати маркетингові стратегії та впроваджувати більш прогресивні інстру-

менти. Важливо розробляти стратегії з урахуванням цих змін – такі, що допоможуть створити унікальну ціннісну пропозицію і дозволять закріпити свої позиції в цифровій економіці. Серед таких сучасних рішень, які можуть бути впровадженими в діяльність підприємств споживчої кооперації є:

1. Автоматизація маркетингу – активне використання чат-ботів із штучним інтелектом, CRM-системою та автоматичних рекламних звернень.

2. Інтерактивний контент – запровадження технологій AR/VR, тестування, опитувань тощо.

3. Омніканальність – поєднання онлайн- і офлайн-діяльності в електронному бізнесі.

4. Емоційний маркетинг – акцент на соціальну відповідальність у діяльності.

5. Голосовий пошук і персоналізовані рекомендації – адаптувати сайти під голосові запити.

6. Нові фінансові можливості – надання можливості інтернет-покупцям оплачувати покупки пізніше, частинами тощо.

7. Швидка адаптація до змін – можливість аналізу великих даних (Big Data).

Обґрунтування впровадження сучасних маркетингових інструментів у діяльність суб'єктів електронного бізнесу споживчої кооперації міститься у таблиці 1.

Висновки. Аналіз сучасних маркетингових інструментів в електронній комерції показав, що традиційні методи, хоч і ефективні, уже не можуть повною мірою задовольняти потреби споживачів у динамічному цифровому середовищі. Упровадження штучного інтелекту, автоматизації, омніканального маркетингу та інтерактивного контенту дозволяє створювати більш персоналізований клієнтський досвід та підвищувати рівень залученості користувачів. Розвиток мобільної та соціальної комерції відіграє ключову роль у формуванні нових підходів до взаємодії з аудиторією. Використання аналітики великих даних (Big Data) та адаптація до змін ринку сприяють підвищенню конкурентоспроможності e-commerce компаній.

Таким чином, суб'єкти споживчої кооперації, які активно інтегрують новітні маркетингові технології, матимуть значні переваги в зростанні продажів та побудові довгострокових відносин зі споживачами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>

2. Shop Express, Статистика українського eCommerce у 2024 році, 2024, режим доступу.

3. Sprava.Prom, Як розвивається електронна комерція в Україні, 2024, режим доступу.

4. Statista, Мобільна комерція в Україні у 2023–2024 роках, 2024, режим доступу.

5. UAATEAM, Тренди та виклики українського ринку eCommerce, 2024, режим доступу.

Таблиця 1

**Обґрунтування впровадження сучасних маркетингових інструментів у діяльність суб'єктів споживчої кооперації
щодо покращення електронної діяльності**

№ з/п	Маркетингові інструменти	Обґрунтування доцільності впровадження	Приклади застосування відомими успішними компаніями
1	Автоматизація маркетингової діяльності	Допомагає оптимізувати взаємодію з інтернет-споживачами, скорочуючи час обробки запитів і підвищуючи ефективність маркетингових кампаній	Нова пошта впровадила чат-бот для миттєвого обслуговування клієнтів. EVA автоматизувала email-розсилки на основі AI
2	Розвиток інтерактивного контенту	Дозволяє створити новий рівень взаємодії з покупцями. Це може значно покращити досвід користувачів, залучаючи їх до активної взаємодії з брендом і товаром, що, у свою чергу, може збільшити лояльність та сприяти росту продажів	Samsung Україна використовує AR-додатки. Цитрус застосовує інтерактивні відео для демонстрації товарів
3	Оmnіканальний маркетинг	Дає можливість забезпечити гнучкість для клієнтів, які можуть вибирати найбільш зручні канали для покупок. Це покращує доступність товарів і підвищує задоволення клієнтів, що може збільшити середній чек і кількість продажів, оскільки клієнти мають більше можливостей для покупки	Comfy пропонує бронювання товарів онлайн
4	Емоційний маркетинг	Дозволяє брендам заробити довіру та лояльність покупців, які підтримують екологічні чи соціальні ініціативи. Такі заходи можуть бути додатковим стимулом для клієнтів вибирати ці бренди, підвищуючи їхній імідж і продажі завдяки позитивним асоціаціям	LUSH підтримує екологічні ініціативи. Екосфера проводить акції для збереження довкілля

№ з/п	Маркетингові інструменти	Обґрунтування доцільності впровадження	Приклади застосування відомими успішними компаніями
5	Голосовий пошук та AI-рекомендації	Може привести до збільшення конверсій, оскільки користувачі будуть мати змогу знаходити необхідні товари за допомогою голосових команд та отримувати персоналізовані пропозиції	Rozetka тестує голосового помічника. Kasta впроваджує AI-пошук товарів.
6	Розширення фінансових можливостей	Спрощується процес покупки для клієнтів, які не готові відразу оплатити товар. Це може збільшити продажі, оскільки знижує бар'єри для покупки дорожчих товарів та полегшує фінансове навантаження на споживачів	Kasta пропонує оплату частинами. Алло використовує кредитні програми
7	Гнучка адаптація до змін – аналіз Big Data	Дозволяє суб'єктам електронного бізнесу швидко адаптувати свої стратегії до змін ринку. Це дає можливість створювати персоналізовані пропозиції для різних сегментів клієнтів, що підвищує ефективність маркетингових кампаній і збільшує прибутковість бізнесу	Fozzy Group використовує динамічне ціноутворення. Watsons персоналізує акції для клієнтів

Таблиця 2

Сучасний стан використання найбільш уживаних маркетингових інструментів у діяльності суб'єктів електронної комерції в Україні

№ з/п	Маркетингові інструменти	Характеристика	Обґрунтування необхідності	Приклади
1	SEO (Пошукова оптимізація)	комплекс заходів для підвищення видимості сайту в пошукових системах. Включає технічну оптимізацію, роботу з ключовими словами та створення якісного контенту	Це необхідно, оскільки 75% користувачів не переходять далі першої сторінки пошуку	Rozetka завдяки SEO утримує лідерські позиції в google, забезпечуючи стабільний трафік; Алло використовує SEO для залучення органічного трафіку в категорії електроніки
2	Маркетинг у соцмережах (SMM)	просування бренду через Facebook, Instagram, Tiktok та Telegram	Дозволяє встановити тісний контакт із аудиторією та підвищити довіру до компанії	G.Bar використовує Instagram та Tiktok, залучаючи тисячі нових клієнтів через інтерактивний контент; Watsons Україна активно залучає користувачів через Facebook-групи та Instagram-конкурси
3	Email-маркетинг	інструмент персоналізованої комунікації з клієнтами	Розсилки з акціями та індивідуальними пропозиціями збільшують ймовірність повторних покупок	EVA застосовує штучний інтелект для формування персоналізованих email-кампаній; Citrus розсилає ексклюзивні акційні пропозиції для підписників

№ з/п	Маркетингові інструменти	Характеристика	Обґрунтування необхідності	Приклади
4	Контент-маркетинг	створення корисних статей, відео та гайдів для підвищення впізнаваності бренду	Це зміцнює експертність компанії та покращує SEO	Prom.ua веде блог, який допомагає покупцям робити обґрунтований вибір; Stylus публікує відеоогляди техніки та корисні лайфхаки
5	Ремаркетинг	показ реклами тим, хто вже відвідував сайт, але не здійснив покупку	Це дозволяє повернути потенційних клієнтів і збільшити конверсію до 40%	Rozetka активно використовує цей метод через google ads та facebook ads; Intertop нагадує про переглянуті товари через email і динамічні банери
6	Відеомаркетинг	просування товарів і послуг через відеоогляди, рекламні ролики та лайвстріми	Відео генерують більше взаємодії, ніж текстові оголошення	MOYO розвиває youtube-канал із оглядами гаджетів; Eldorado публікує тестування побутової техніки
7	Мобільний маркетинг	оптимізація маркетингових стратегій під мобільні пристрої	Включає push-сповіщення, SMS-кампанії та мобільні додатки	Monobank використовує push-сповіщення для миттєвого залучення клієнтів; Kasta надсилає SMS-нагадування про акції та розпродажі

Закінчення табл. 2

№ з/п	Маркетингові інструменти	Характеристика	Обґрунтування необхідності	Приклади
8	Партнерський маркетинг	співпраця з блогерами та іншими компаніями для розширення аудиторії	Доведено, що рекомендації інфлюенсерів впливають на рішення про покупку в 60% користувачів	UAmade залучає відомих блогерів, щоб підвищити впізнаваність бренду; MakeUp співпрацює з beauty-блогерами для просування новинок косметики
9	Програми лояльності	системи бонусів, кешбеків та спеціальних пропозицій для постійних клієнтів	Вони допомагають збільшити середній чек та утримати покупців	Lamoda впроваджує AI-рекомендації, які підбирають товари за інтересами покупця; Foxtrot аналізує попередні покупки для точнішої персоналізації акцій

ЯК ЗМІНИЛАСЯ ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ З ПОЧАТКОМ ВІЙНИ. ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «ВЕРЕСЕНЬ ПЛЮС»

Таран Валерія

Кур'ян А. С. – науковий керівник

*Кіровоградський кооперативний фаховий коледж економіки і права
імені М.П. Сая Кіровоградської облспоживспілки*

Анотація. У роботі досліджено зміни у споживчій поведінці громадян України в умовах війни та їх вплив на економіку країни. Здійснено аналіз ключових факторів, що вплинули на купівельні звички українців, а також адаптаційні механізми бізнесу у відповідь на нові виклики.

Ключові слова: споживча поведінка, війна, економічна нестабільність, купівельні звички, витрати, онлайн-торгівля, доставка, бізнес-стратегії, локальні виробники, товари першої необхідності, адаптація бізнесу, власне виробництво, соціальна відповідальність.

Постановка проблеми. З початком війни в Україні споживча поведінка громадян зазнала суттєвих змін. Військові дії, економічна нестабільність та загроза безпеці змусили людей переглянути свої купівельні звички, змінивши пріоритети та стратегії витрат. У цих умовах бізнесу довелося адаптуватися до нових реалій, пропонуючи рішення, які відповідають запитам споживачів.

Аналіз основних досліджень. Теоретичним аспектам змін споживчої поведінки в кризових умовах приділяли увагу як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники. Серед ключових робіт варто відзначити дослідження з питань адаптації роздрібної торгівлі до форс-мажорних ситуацій, змін у структурі попиту під час економічних криз та воєнних конфліктів, а також впливу цифрових технологій на споживчі звички населення.

Мета. Дослідити трансформацію споживчої поведінки українців під час війни, визначити основні фактори впливу на купівельні рішення та оцінити ефективність бізнес-стратегій у відповідь на ці зміни.

Виклад основного матеріалу. З початком війни в Україні споживча поведінка громадян зазнала суттєвих змін. Військові дії, економічна невизначеність і загроза безпеці змусили людей переосмислити свої купівельні звички, переглянути пріоритети та змінити підходи до витрат. Якщо до війни більшість споживачів орієнтувалася на широкий асортимент, якісні свіжі продукти та комфорт під час покупок, то у нових умовах акцент змістився на раціональність, безпеку та доступність. Імпульсивні покупки, які раніше були характерними для 61% українців, суттєво знизилися – під час війни цей показник впав до 43-44%, що свідчить про зростання обережності у витратах.

В умовах невизначеності споживачі почали економити на різних категоріях товарів. Наприклад, 66% українців зменшили витрати на алкоголь, 64% рідше відвідують ресторани, а 33% почали економити на продуктах харчування, віддаючи перевагу приготуванню їжі вдома. Зросла популярність товарів тривалого зберігання – круп, консервів, води, а також товарів першої необхідності, що дозволяє забезпечити базовий рівень стабільності в умовах постійного стресу.

Водночас, війна підвищила рівень підтримки українських виробників – 39% споживачів зазначають, що бажання підтримати вітчизняного виробника стало ключовим стимулом до покупки, а 71% українців відмовилися від продукції компаній, що продовжують працювати на російському ринку. Також зміни відбулися у форматі покупок: якщо у 2021 році 83% споживачів віддавали перевагу традиційним магазинам, то у 2022 році ця частка зменшилася до 55%, що свідчить про зростання ролі онлайн-покупок і доставок.

Згідно з дослідженнями ринок онлайн-покупок і доставки в Україні демонструє стабільне зростання, навіть в умовах воєнного стану. Так:

- До кінця 2022 року кількість онлайн-покупок майже відновилася до рівня 2021 року, склавши 77% від його показників. Це відновлення відбулося в основному завдяки активності жінок-покупців.

- Кількість онлайн-замовлень послуг доставки значно зросла. У 2022 році цей показник перевищив 11 мільйонів замовлень, у порівнянні з 5,3 мільйонами в 2021 році.

- У 2023 році спостерігалася тенденція, коли покупці змінили свої споживацькі звички та замість традиційного шопінгу почали купувати повсякденні товари онлайн, переважно на маркетплейсах.

- Зріст попит на товари для військових, а також на предмети для облаштування дому та саду.

- Рушійною силою на ринку залишається можливість безкоштовної доставки, зокрема до пунктів видачі, і доступність економічних варіантів доставки товарів.

- У 2025 році прогнозується подальше зростання ринку онлайн-торгівлі та доставки, оскільки все більше українців віддають перевагу зручності онлайн-покупок.

- Очікується розвиток нових технологій у сфері доставки, таких як використання дронів та роботів.

- Важливу роль відіграватиме розвиток безпечних та зручних способів онлайн-оплати.

Мережа «Файно Маркет» розпочала свою діяльність у 2009 році у місті Кропивницький. Від самого початку компанія орієнтувалася на формат «магазин біля дому», прагнучи створити атмосферу добросусідства.

З роками мережа активно розвивалася, розширюючи свою присутність у Кіровоградській та Черкаській областях.

Мережа «Файно Маркет» постійно збільшує кількість магазинів, впроваджує нові формати та розширює асортимент.

Одним із ключових напрямів розвитку мережі є власне виробництво. «Файно Маркет» має власні пекарні повного циклу, піцерії та грилі. Це дозволяє контролювати якість продукції та пропонувати покупцям свіжі та смачні товари.

Компанія «Вересень плюс» оперативно зреагувала на зміну споживчого попиту. Вона розширила асортимент власних торгових марок «Файна марка», «Вигідно!» та «Luxberi» до 300 позицій, що дозволило забезпечити доступність найнеобхідніших товарів навіть в умовах дефіциту. Компанія також зробила

акцент на співпрацю з місцевими виробниками, що дозволило зменшити залежність від імпорту та стабілізувати поставки.

Мережа співпрацює з іншими магазинами, такими як «VDALO» та «VERECENЬ», розширюючи асортимент товарів і послуг, доступних для покупців.

Мережа «Файно Маркет» відкрита до співпраці з постачальниками та виробниками, пропонуючи різні форми партнерства, включаючи – стати постачальником чи стати виробником ВТМ.

Мережа активно підтримує місцевих виробників, особливо з Кіровоградської області, сприяючи розвитку регіональної економіки та співпрацює з підприємствами у сфері нерухомості, реклами та ЗМІ.

Власне виробництво та імпорт у 2023 році зросли на 60%, що стало відповіддю на зростаючий попит на доступні та якісні продукти. Попри виклики, спричинені війною, «Файно Маркет» продовжував активний розвиток, відкривши у 2024 році 27 нових магазинів у Кіровоградській, Черкаській, Одеській, Миколаївській та Дніпропетровській областях, створивши 770 нових робочих місць.

Важливим аспектом діяльності ТОВ «Вересень плюс» є соціальна відповідальність.

У межах програми БФ «Оберіг Життя» було зібрано та передано 11 939 грн на лікування дітей, які борються з важкими захворюваннями.

З 15 по 16 березня 2025 року у Кропивницькому відбувся Чемпіонат України зі скелелазіння у дисципліні «швидкість». Саме тут щороку формується склад національної збірної, а учасники демонструють свою витривалість, силу та швидкість. «Файно Маркет» із радістю підтримав цей захопливий турнір і підготував чудові подарункові набори для переможців.

«Файно Маркет» підтримує наших захисників. Для потреб Збройних Сил України коштом компанії передали причеп вартістю 116 943 грн. Ця техніка необхідна військовим для перевезення спорядження, будівельних матеріалів, доставки гуманітарної допомоги та оперативного переміщення технічного обладнання.

Благодійна ініціатива «Кава, що лікує», що тривала з 16 січня до 26 лютого цього року, успішно завершилася. Завдяки небайдужим покупцям, які обирали улюблені гарячі напої, вдалося зібрати кошти на закупівлю важливих медичних засобів для 57-ї окремої мотопіхотної бригади.

Разом із користувачами мобільного застосунку «Файно Маркет» у розділі «Файний двір» запустили ініціативу «Тепло для хвостиків». І наша велика файна спільнота зробила надважливе – збрала 80 000 файників, які ми перетворили на реальну допомогу для безпритульних тварин!

Другий рік поспіль діє еко проєкт «Квітучий файний простір», покликаний сприяти озелененню та згуртованості підрастаючого покоління. Адже спільна праця просто неба на користь своєї спільноти чудово об'єднує!

З 27 березня по 23 квітня поточного року у Файно Маркет діє благодійна ініціатива «Операція: Великдень 2», мета якої – зібрати 3 000 000 гривень на медичні засоби та прилади для чотирьох військових частин.

ТОВ «Вересень плюс» вже понад п'ять років співпрацює з Кіровоградським кооперативним фаховим коледжем економіки і права імені М. П. Сая Кіровоградської облспоживпільки.

Студенти спеціальностей 076 «Підприємництво та торгівля» та 075 «Маркетинг» відповідно до договору про співпрацю, проходять навчальну та виробничу практику, відвідують навчальні екскурсії.

Як стейкхолдер ТОВ «Вересень плюс» брало участь в обговоренні освітньо-професійних програм цих спеціальностей та залучається до захисту звітів з виробничої практики студентів.

Таким чином, війна стала серйозним викликом для споживачів та бізнесу в Україні, змусивши змінити підходи до споживання, зробити витрати більш раціональними та обдуманими. Приклад ТОВ «Вересень плюс» демонструє, що адаптація до нових умов можлива завдяки гнучкості, розвитку власного виробництва та відповідальності перед суспільством. Співпраця з закладами освіти, зокрема і з Кіровоградським кооперативним фаховим коледжем економіки і права імені М.П. Сая, свідчить про прагнення компанії не лише розвивати бізнес, а й інвестувати у майбутнє професійної спільноти. Це підтверджує, що спільними зусиллями можна долати труднощі та будувати стійке майбутнє для України.

Висновки. Війна суттєво вплинула на споживчі звички українців, змусивши їх бути обережнішими у витратах, віддавати перевагу товарам першої необхідності та підтримувати вітчизняного виробника. Ринок онлайн-торгівлі та доставки продемонстрував стійке зростання, а бізнес, що оперативно адаптувався до змін, зміг не лише втримати позиції, а й розширити свою діяльність. Приклад мережі «Файно Маркет» свідчить про те, що розвиток власного виробництва, співпраця з місцевими виробниками та соціальна відповідальність є важливими факторами успішної адаптації бізнесу до нових реалій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Близнюк Є. За списком: як українці купують під час війни і наскільки раціональнішими ми стали в цьому процесі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mind.ua/openmind/20246827-za-spiskom-yak-ukrayinci-kupuyut-pid-chas-vijni>
2. Єрмакова Я., Гафуров М., Брик В. Вжити й перемогти: як змінилася купівельна поведінка українців під час війни – дослідження RAU і NielsenIQ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://usp-ltd.org/vyzhyty-j-peremohty-iak-zminylasia-kupivelna-povedinka-ukraintsiv-pid-chas-vijny-doslidzhennia-rau-i-nielseniq/>
3. Квятко Т. М. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. / Т. М. Квятко, О. В. Мандич, І. О. Севідова, Н. М. Бабко, І. А. Романюк, Ю. П. Вітковський, А. В. Микитась. – Харків : ХНТУСГ, 2020. – 163 с.
4. Косар Н. Дослідження зміни поведінки споживачів у сучасних умовах / Н. Косар, М. Мамчин, А. Баран // Економіка та суспільство. – 2022. – № 45. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-68>

5. Кутліна І. Ю. Окремі аспекти поведінки споживача в Україні під час війни / І. Ю. Кутліна, Я. С. Герлян // Вісник. – 2023. – № 8 (35). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economics.com.ua/s119-okremi-aspekti-povedinki-spojivacha-v-ukrayini-pid-chas-viyni>

6. Офіційний сайт «Файно маркет». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://fayno.market/>

ЛОГІСТИЧНІ ТРЕНДИ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ

Гавриш Аліна

Нещадим Л. В. – наукова керівниця

Полтавський фаховий кооперативний коледж

Анотація. У роботі зазначено актуальність інновацій в логістичній діяльності та доцільність їх застосування.

Ключові слова. Інноваційні технології, оптимізація логістики, інновації в логістиці, автоматизація та роботизація складів, безпілотні літальні апарати (дрони), блокчейни.

Постановка проблеми. Актуальність логістики важко перебільшити, особливо зважаючи на сучасні потреби в ефективній логістичній інфраструктурі для забезпечення усіх галузей країни. Використання в логістиці інноваційних технологій забезпечить високу швидкість виконання необхідних логістичних операцій та скорочення фінансових і трудових витрат, що є вирішальним фактором підвищення ефективності логістики країни в цілому, конкурентоспроможності підприємств та збільшення їх прибутку. Інноваційна логістика розглядається як найбільш актуальна складова логістичної діяльності, яка виступає інструментом раціоналізації поточкових процесів шляхом впровадження прогресивних інноваційних рішень задля підвищення якості обслуговування споживачів.

Аналіз основних досліджень. Проблеми оптимізації логістичних процесів і впровадження інноваційних технологій досліджували такі вітчизняні науковці, як Н. Чухрай, Р. Патора, Є. Крикавський, Т. Наконечна, О. Кузьмін та інші. Оскільки технології постійно розвиваються, важливо й надалі аналізувати їхній вплив на ефективність логістичних систем, щоб забезпечити їх оптимальне функціонування та високий рівень сервісу.

Мета. Метою роботи є визначення ключових інновацій у сфері логістики, використання яких сприятиме розвитку вітчизняної логістичної системи та забезпеченню високоякісного обслуговування споживачів за оптимальних витрат. Також дослідження спрямоване на обґрунтування основних шляхів підвищення ефективності роботи логістичних підприємств через впровадження сучасних технологій.

Виклад основного матеріалу. Логістика є ключовим елементом сучасного бізнесу, що постійно розвивається. Вона тісно пов'язана з інноваціями, адже

дозволяє об'єднати всі логістичні процеси в єдиний механізм, спрямований на швидке та якісне задоволення потреб споживачів при мінімальних витратах. Сьогодні, в умовах соціальної, гуманітарної та економічної кризи, що переживає Україна, створення ефективної логістичної системи стає критично важливим завданням. Йдеться не лише про модернізацію галузі, а й про її здатність функціонувати в надзвичайно складних умовах.

Попри всі виклики, логістика не може зупинятися. Її оптимізація вимагає вирішення низки нагальних питань, однак важливо забезпечити розвиток логістичної інфраструктури відповідно до сучасних викликів і трендів. Інноваційні технології відіграють у цьому ключову роль, адже дозволяють знижувати витрати, підвищувати швидкість виконання операцій та робити логістичні послуги доступнішими. Це, своєю чергою, сприяє підвищенню конкурентоспроможності всієї галузі.

Сьогодні існує безліч інноваційних рішень, що активно застосовуються у логістиці, серед яких: Інтернет речей, роботизація складів, застосування безпілотних наземних і літальних апаратів (дронів, автономних автомобілів), зелена логістика, блокчейн у логістиці тощо. Пропоную більш детально розглянути інновації в логістиці, які набувають досить широкого впровадження в сучасній логістичній діяльності.

Зелена логістика. Зелена логістика є ключовою перевагою для компаній у всьому світі. Незалежно від того, чи шукають вони більш ефективні послуги доставки, чи хочуть запропонувати своїм кінцевим споживачам альтернативи, такі як програмне забезпечення для зеленої логістики. Адже, саме швидка та вчасна доставка надає значні конкурентні переваги, як постачальнику логістичних послуг, так і замовнику.

За останні кілька років екосистема зеленої логістики швидко змінилася, і у 2024 році великі роздрібні компанії роблять кроки, щоб брати на себе багато аспектів своїх операцій із зеленої логістики. Зелена логістика залишається складною частиною логістики, особливо після проблем із ланцюгом постачання в 2021 і 2022 роках. Великі компанії розглядають можливості партнерства з новими виконавцями замовлень, які можуть взяти на себе зелену логістику.

Так, наприклад, міжнародна логістична компанія FM Logistik Україна на сьогоднішній день не лише пропонує рішення зеленої логістики, а і зосереджує свою діяльність на можливості зменшити вуглецевий слід завдяки екологічним рішенням зеленої логістики. FM Logistic створює безпосередні центри для кількох клієнтів і мікрологістики і віддає перевагу м'яким смугам і зеленим/м'яким транспортним засобам для зеленої логістики. Ці інноваційні методи дозволяють розмістити менші складські майданчики в центрах міст або поблизу них, зменшити кількість поїздок на автомобілі, скористатися перевагами багатьох клієнтів і доставити товари більш екологічно чистим способом.

Завдяки рішенням зеленої логістики FM Logistic має доступ до всіх історичних і перевантажених центрів міста. Як постачальник логістичних та вантажних послуг, FM Logistik Україна має за місію зменшити вплив своєї діяльності на навколишнє середовище. Для досягнення цієї мети компанія пропонує послуги

зеленої логістики, зосереджуючись на мультимодальних перевезеннях, щоб максимально зменшити викиди CO₂. Це стає можливим завдяки наданню послуги з розподілу збірних вантажів у рамках зеленої логістики з міських вузлів, використовуючи екологічно чистий і мультимодальний транспорт.

Також компанія використовує найновішу хмарну TMS для об'єднання та скорочення транспортних маршрутів, надаючи клієнтам постійний доступ для відстеження. Більшість автопарків компанії або субпідрядників зараз використовують екологічно чисту енергію, таку як водень або електроенергію, допомагаючи клієнтам вибрати оптимальний тип енергії для своїх перевезень, щоб зменшити вуглецевий слід. Для цього пропонуються різні типи транспортних засобів: делікатні способи доставки – вантажний велосипед, пішки; тип транспортного засобу – електричний, біопаливний, мультимодальний – залежно від маршруту. Таким чином, компанія FM Logistik не лише дозволяє зберігати екологію довкілля, а й формує певну лояльність до бренду, популяризуючи його в очах громадськості та розширюючи коло його прихильників. Вважаю, ця тенденція повинна продовжуватися, особливо зараз, зважаючи на значний негативний вплив військових дій на екологію країни.

Сучасні компанії все більше усвідомлюють необхідність сталого розвитку. Це означає, що вони намагаються зменшити свій вплив на навколишнє середовище. Логістичні компанії також відповідають цьому тренду, розвиваючи екологічно безпечні логістичні рішення. Автономні та електричні транспортні засоби вже не здаються сьогодні фантастикою, а інновації визначаються не силою двигуна, а рядками коду та вдосконаленими алгоритмами. Згідно з нещодавнім звітом, світовий ринок програмно-керованих транспортних засобів (SDV) зростає на 9,1% в середньорічному обчисленні в період з 2023 по 2028 рік і досягне приблизно 419,7 мільярда доларів США за п'ять років.

Безпілотні дрони. Безпілотні дрони активно використовуються для доставки товарів, що є новим етапом у логістиці. Завдяки низькій вартості експлуатації ця технологія має значний потенціал розвитку. Планується створення спеціалізованих систем із відповідним програмним забезпеченням для підтримки логістики дронів.

Основними перевагами дронів у логістиці є швидкість доставки та можливість транспортування в регіони з відсутньою інфраструктурою. Система рекуперації енергії дозволяє оптимізувати витрати. Завдяки високій точності та швидкості можна скоротити логістичні ланцюги та зменшити витрати на транспортування. Також дрони можуть відігравати критичну роль у рятувальних операціях, наприклад, доставляти дефібрилятори для надання екстреної медичної допомоги. Згідно з дослідженнями, застосування дронів у логістиці може скоротити витрати на 47% за рахунок автоматизації та цифровізації процесів. Найбільша економія досягається завдяки скороченню персоналу (до 80%). Однак існують і певні недоліки, такі як обмежений час автономної роботи, невелика вантажопідйомність, шум та можливі ризики під час експлуатації.

Крім логістики, дрони використовуються для інспекції будівельних майданчиків та обслуговування активів, що знижує ризики та витрати порівняно

з традиційними методами. Вони також сприяють зменшенню заторів у містах, що позитивно впливає на довкілля та здоров'я населення.

В Україні компанія «Нова пошта» планує запуск поштових дронів після завершення військового стану. Випробовуваний безпілотник може перевозити вантажі до 4 кг на відстань до 350 км. У перспективі розробляються моделі, здатні транспортувати до 400 кг, а згодом і 1 тону. У Китаї дрони щоденно доставляють понад 1000 відправлень, а компанія Amazon активно впроваджує подібні рішення. Вони також використовуються для автоматизації складів: великі компанії, такі як Amazon і Wal-Mart, зацікавлені у їх застосуванні для інвентаризації товарів, що дозволяє значно скоротити витрати та підвищити ефективність складування.

Автоматизація складів. Автоматизація складів сприяє підвищенню ефективності, прискоренню операцій та збільшенню продуктивності, мінімізуючи потребу в людському втручанні. Технології, такі як автоматизовані керовані транспортні засоби (AGV), роботизоване комплектування замовлень і системи автоматизованого зберігання, значно скорочують кількість помилок і оптимізують складські процеси.

Компанія «Нова пошта» активно впроваджує автоматизацію складів, що дозволяє їй залишатися лідером на ринку експрес-доставки. Компанія відкрила п'ять інноваційних сортувальних терміналів – найбільших в Україні. Ці майже повністю автоматизовані об'єкти можуть обробляти до 600 вантажівок на добу і сортувати 400 000 одиниць товару. Завдяки використанню інтелектуальних систем та сканерів, ручне сортування зведене до мінімуму, що дозволило скоротити чисельність персоналу на цих складах у три-чотири рази.

Автоматизація складських процесів є одним із ключових трендів у логістиці. У 2016 році глобальний ринок складської техніки становив \$2 млрд, а кількість проданих роботів досягла 40 000 одиниць. До 2022 року цей показник мав зрости до \$22–23 млрд із постачанням не менше 600 000 роботів на склади. Проте цього не сталося і у 2022 році частка мобільних роботів на складах склала 7% проти 9% у 2021 році, що вказує на тимчасове уповільнення автоматизації. Аналогічна тенденція спостерігається і у 2024 році. Звітність автоматизували лише 15% компаній (було 19%), транспортування взагалі провалилося з 26% до 9%.

Це зумовлено порушеннями в ланцюгах постачання, підвищенням відсоткових ставок, інфляцією та енергетичною кризою, спричиненою війною в Україні. Крім того, бізнес нарешті навчився рахувати гроші. Тепер витрачають не на все підряд, а на те, що реально дає ефект. У що вкладають? Робототехніка – автоматизовані мобільні роботи (AMR) та автоматичні керовані транспортні засоби (AGV) уже сьогодні переносять коробки, сортують товари та навіть спілкуються між собою (25% витрат). Автоматизовані системи зберігання займають 30% ринку. У світі планується витратити у 2025 році на автоматизацію понад \$24 млрд, у Європі – майже \$7 млрд. Адже, для великих компаній це означає шанс обігнати конкурентів, а для малих – шанс вижити.

Крім того, прогнозується стрімке зростання електронної комерції у світі, що зробить ручні та напівавтоматизовані операції нерентабельними. У зв'язку з цим технологічні компанії активно розробляють нові рішення для складської роботизації, що стане ключовою тенденцією найближчих років. Хмарні складські системи, модульні роботи та недорогі сенсори допоможуть працювати швидше, точніше та вигідніше. Не обов'язково купувати армію роботів достатньо розумно автоматизувати те, що дійсно економить ресурси. Так, на початку лютого 2025 року компанія «Укрпошта» повністю завершила автоматизацію своїх сортувальних потужностей. Відтепер усі 100% посилок в країні оброблятимуться на роботизованих лініях, що забезпечить технологічний ривок у швидкості обробки й доставки відправлень. Нові сортувальні лінії дозволять збільшити швидкість і точність сортування у вісім разів, відтак отримання посилок між великими містами та обласними центрами України стане можливим уже наступного дня після відправлення. Завдяки модернізації Укрпошта може обробляти до двох мільйонів відправлень на добу, а швидкість обробки сягає п'яти посилок за секунду.

Блокчейн у логістиці. Блокчейн дає змогу будувати надійні та прозорі відносини між учасниками будь-якої системи. Технологія успішно впроваджується в різні галузі бізнесу від автопромисловості до логістики, прискорюючи та підвищуючи ефективність процесів. Використання блокчейна в логістиці – приклад успішного застосування технології розподіленого реєстру для вирішення проблем документообігу, відстеження вантажів, автентифікації, своєчасного інформування про зміни, прозорості процесів, оплат та виставлення рахунків, вирішення спорів.

Замовник зможе побачити також попередні результати роботи контрагента (затримки постачання, оплат). Для контролю умов перевезення можна використовувати RFID-мітки, що передають дані відразу блокчейну. У разі несанкціонованого розкриття пакування або порушення умов зберігання можна буде швидко й точно визначити з чиєї вини й на якому етапі виникла проблема. У 2021 році світовий ринок логістики оцінювався \$9,5 трлн, у наступні 5 років (2022-2027) очікується його зростання до \$13,3 трлн. Попри безперервне збільшення обсягів постачання, людський фактор, громіздкий документообіг, велика кількість контрагентів сильно уповільнюють процес та підвищують вартість послуг. Блокчейн здатний розв'язати проблеми комунікації, усунути неточності в документації, збільшити ВВП та заощадити галузі майже \$40 млрд.

Висновки. Це лише частина можливих рішень, які можна впровадити, оскільки технології постійно розвиваються і відіграють дедалі важливішу роль у сфері логістики. Інновації в цій галузі є відповіддю на зростаючі вимоги ринку, що спонукає логістичні компанії активно впроваджувати нові технологічні рішення, щоб залишатися конкурентоспроможними. Такі зміни особливо актуальні для представників торгового бізнесу та великих промислових підприємств, які прагнуть мінімізувати витрати та прискорити доставку товарів і послуг до кінцевого споживача. Використання сучасних технологій у логістиці є стратегічно важливим кроком, що сприяє розкриттю потенціалу підприємств та забезпечує їхню стійку конкурентну перевагу на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Блокчейн в логістиці: <https://blog.whitebit.com/uk/blockchain-in-logistics/>
2. Кузик К. Перспективи використання дронів для оптимізації логістичного процесу / К. Кузик // International Scientific Journal. 2015.
3. «Нова пошта» підбила підсумки першого півріччя 2020 року. URL: <https://logist.fm/news/novaposhta-pidbila-pidsumki-pershogo-pivrichchya-2020-roku>
4. Особисто в руки: тренди експрес-доставки на ринку України URL: <https://mind.ua/openmind/20230856-osobisto-v-ruki-trendi-ekspres-dostavki-na-rinku-ukrayini>
5. П'ять новітніх технологій, які змінять логістику раз і назавжди. URL: <https://www.imena.ua/blog/5-tech-logistic/>.
6. Укрпошта стає швидшою: 100% посилок оброблятиметься на автоматизованих лініях. <https://www.ukrposhta.ua/ua/news/58260-ukrposhta-sta-shvidshoju-100-posilok-obrobljatimetsja-na-avtomatizovanih-linijah>

САНІТАРНІ ТА ФІТОСАНІТАРНІ ЗАХОДИ МИТНОГО КОНТРОЛЮ ТОВАРІВ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Карпишин Тарас

Шестопал Г. С. – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі досліджено проблеми необхідності гармонізації нормативно-правових актів щодо санітарного і фітосанітарного контролю та експертизи в Україні до вимог ЄС.

Ключові слова: санітарні та фітосанітарні заходи, митний контроль, експертиза, угода, нормативно-правові акти, гармонізація.

Постановка проблеми. Оскільки, санітарні і фітосанітарні заходи по самій їхній природі можуть призвести до обмежень у торгівлі, то суверенне право будь-якої країни гарантувати, що їх незалежні права не використовуються для протекціоністських цілей і не призводять до непотрібних бар'єрів у міжнародній торгівлі, а навпаки – спрощують її.

Аналіз основних досліджень. За останні роки рівень експорту з України товарів, які підлягають санітарному та фітосанітарному контролю значно зріс, тому цій проблемі приділяється все більше уваги, зокрема такими вченими, як Вергелес П. М., Дрозд В. Ф., Пінчук Н. В., Коваленко Т. М. та інші.

Мета. Проаналізувати необхідність та ефективність процесу гармонізації нормативно-правових актів ЄС у сфері санітарного і фітосанітарного контролю та експертизи в Україні.

Виклад основного матеріалу. В останні роки країни ЄС приділяють все більше уваги регулюванню торгівлі. Це є результатом розширення території Євросоюзу, зростання попиту споживачів на безпечні та високоякісні товари. У результаті число технічних інструкцій і стандартів, прийнятих різними країнами в сфері санітарного і фітосанітарного контролю та експертизи значно збільшилося [1].

Для того щоб технічні регламенти не завдавали неправомірного шкоди міжнародній торгівлі, країни-члени СОТ підписали угоди «Про технічні бар'єри в торгівлі» та «Про санітарні та фітосанітарні заходи» [2].

Угода про застосування санітарних і фітосанітарних заходів встановлює базові правила для стандартів безпеки харчових продуктів та здоров'я рослин і тварин.

Усі країни вживають заходів, які гарантують, що харчові продукти безпечні для споживачів і запобігають розповсюдженню шкідників чи хвороб серед тварин і рослин [1]. Для цілей Угоди санітарні та фітосанітарні заходи визначені як будь-які заходи, що застосовуються:

- для захисту життя людини та тварин від ризиків, джерелом яких є харчові добавки, забруднювачі, токсини або патогенні організми в харчових продуктах;
- захисту життя людини від хвороб, які переносяться рослинами і тваринами;
- захисту життя рослин або тварин від шкідників, хвороб або патогенних організмів;
- уникнення чи обмеження іншої шкоди, яка може бути нанесена країні від ввезення, акліматизації або розповсюдження шкідників.

Сюди входять заходи, прийняті для захисту здоров'я риб і дикої фауни, лісів та дикої флори.

Санітарні та фітосанітарні заходи можуть приймати різні форми, зокрема:

- вимоги, щоб продукція прибувала з вільних від хвороб регіонів;
- огляд продукції;
- певна обробка;
- встановлення допустимих максимальних рівнів залишків пестицидів;
- дозвіл використовувати тільки деякі добавки в харчових продуктах.

Санітарні (здоров'я людини і тварин) і фітосанітарні (здоров'я рослин) заходи застосовуються до харчових продуктів, виготовлених всередині країни, до місцевих хвороб рослин і тварин, а також до продукції, що надходить з інших країн.

Санітарні і фітосанітарні заходи по самій їхній природі можуть призвести до обмежень у торгівлі. Основна мета Угоди про застосування санітарних і фітосанітарних заходів полягає в тому, щоб підтримати суверенне право будь-якої країни на забезпечення рівня захисту здоров'я, який вважається прийнятним, і гарантувати, що ці незалежні права не використовуються для протекціоністських цілей і не призводять до непотрібних бар'єрів у міжнародній торгівлі [1].

Заходи, які визначаються Угодою про застосування санітарних і фітосанітарних заходів, поширюються на такі об'єкти:

- харчові добавки, забруднювачі, токсини в продуктах і напоях;
- залишки ветеринарних препаратів і пестицидів у харчових продуктах;
- сертифікація харчової продукції, здоров'я тварин і рослин;
- вплив методів переробки на безпеку їжі;

- вимоги до маркування, що мають пряме відношення до нешкідливості харчової продукції;
- карантин тварин і рослин;
- вимоги до створення зон, вільних від паразитів і хвороб;
- процедури щодо запобігання розповсюдження, контролю або знищення паразитів і хвороб в країні.

Основні принципи Угоди наступні:

1. Гармонізація. Угода про застосування санітарних і фітосанітарних заходів заохочує уряди різних країн встановлювати національні санітарні та фітосанітарні заходи, сумісні з міжнародними стандартами, керівними принципами та рекомендаціями. Міжнародні стандарти розробляють:

- у галузі безпеки харчових продуктів – об'єднана Комісія FAO / WHO – Codex Alimentarius;
- у сфері здоров'я тварин – Міжнародне бюро епізоотії;
- в області охорони здоров'я рослин – Міжнародна Конвенція по захисту рослин.

Одна з проблем полягає в тому, що міжнародні стандарти є часто настільки суворими, що багатьом країнам важко застосувати їх на національному рівні. Угода дозволяє країнам використовувати власні стандарти і різні методи інспекції продуктів. Члени Угоди можуть також запроваджувати заходи, що відповідають більш високим стандартам, ніж міжнародні. У цьому випадку країну можна попросити надати наукове виправдання того, що відповідний міжнародний стандарт не дасть прийняттого рівня захисту. Уряд однієї країни може поставити під сумнів заходи іншої країни [2].

2. Недискримінація та національний режим. Через відмінності в кліматі, різної поширеності шкідників і хвороб, різних умов безпеки їжі не завжди коректно застосовувати ті ж самі санітарні та фітосанітарні вимоги до товарів, що прибувають з різних країн. Тому СФС заходи іноді змінюються в залежності від країни походження товарів. Це взято до уваги в Угоді. Держави повинні також визнати вільні від хвороб області, які не можуть відповідати політичним кордонів, і адаптувати свої вимоги до товарів з цих областей.

3. Еквівалентність. Угода не вимагає віддавати пріоритету торгівлі безпечними товарами. Як тільки країна зупинилася на прийнятному рівні ризику, є безліч альтернативних заходів, які можуть використовуватися, щоб досягти цього захисту (обробка, карантин або детальний огляд). Наприклад, хоча можна заборонити ввезення екзотичного шкідника, обробка товарів також може зменшити ризик і з'явиться меншим обмеженням торгівлі.

4. Оцінка ризику. Країни повинні встановити санітарні та фітосанітарні заходи на основі оцінки фактичних ризиків. Угода, зокрема, роз'яснює, які фактори повинні бути прийняті до уваги при оцінці ризику. Уряди повинні бути послідовні у рішеннях про те, що є безпечним продуктом, здоровою рослиною або твариною. Обмеження повинні застосовуватися тільки в необхідній мірі. Ці обмеження не повинні довільно або невинувато вносити відмінності між країнами, де переважають ідентичні умови. Угода дозволяє вживати запобіжних заходів,

негайних заходів у надзвичайних ситуаціях. Відомо багато прикладів, коли на основі наукового свідчення були заборонені виробництво, продаж і імпорту продуктів. Ця угода не впливає на право країн накладати заборони при цих умовах [2].

5. Прозорість. Уряди повинні повідомити інші країни про введення або перегляд якого-небудь санітарного чи фітосанітарного заходу, вимоги, які впливають на торгівлю, а також створити інформаційні центри, через які можна було б дізнатися про нові або існуючі заходи. Вони також повинні дозволити провести розслідування того, як на території країни застосовуються вимоги до безпеки харчових продуктів, здоров'я тварин і рослин. Держави-підписанти повинні для підвищення обізнаності зробити цю інформацію загальнодоступною, у вигляді цільових кампаній на сайтах відповідальних офіційних органів або на інших веб-сайтах таких установ.

Якщо фірма відрегулювала свої виробничі потужності так, щоб вони відповідали технічним регламентам, санітарним та фітосанітарним вимогам різних ринків, собівартість продукції, найімовірніше, зросте, проте такі витрати ставлять експортерів в більш сприятливе становище порівняно з фірмами, що працюють лише на внутрішньому ринку.

Висновки. Таким чином, Угода про застосування санітарних і фітосанітарних заходів сприяє швидшій гармонізації законодавства України із законодавством ЄС та інших країн, а також створенню та запровадженню правового клімату, який сприятиме виробництву безпечних харчових продуктів і кормів та покращить експортні можливості для українських виробників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Державна ветеринарна та фітосанітарна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://interbuh.com.ua/ru/documents/onenews/15870>
2. Коментар законодавства про Світову організацію торгівлі / За ред. О. Д. Крупчана, Ю. В. Білоусова. – К. : «Видавничий дім «Професіонал»», 2011. – 488 с.

ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Філіпповський Антон

Рогова Н. В. – наукова керівниця

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. У роботі розглянуто ключові інноваційні тренди, що впливають на розвиток готельно-ресторанного бізнесу у сфері споживчої кооперації України. Досліджено цифровізацію, екологічну відповідальність, нові гастрономічні концепції та формати обслуговування як інструменти підвищення конкурентоспроможності закладів.

Ключові слова: інновації, готельно-ресторанний бізнес, цифровізація, екологічна відповідальність, гастрономічний туризм, споживча кооперація.

Постановка проблеми. Сучасний готельно-ресторанний бізнес в Україні стикається з викликами, пов'язаними з економічною нестабільністю, змінами в уподобаннях споживачів та швидким розвитком цифрових технологій. Для збереження конкурентоспроможності підприємства змушені адаптуватися до нових умов і впроваджувати інноваційні рішення.

Аналіз основних досліджень Готельно-ресторанний комплекс є важливою складовою економіки регіонів і країни, що підтверджується значною увагою до нього у вітчизняній і зарубіжній економічній літературі. Це питання досліджували такі науковці, як Д. А. Корнев, М. П. Мальська, О. Ю. Малиновська, Г. Б. Мунін, Л. В. Овчаренко, Н. О. П'ятницька, А. Єрко, Л. Черчик, Н. Коленда та інші.

Крім того, сучасна індустрія гостинності залишається предметом наукових досліджень О. Розметової, Т. Мостенської, Т. Влодарчик, Г. Круля, В. Романової, Д. Єлканової, Є. Сорокіної, Д. Осіпова, Дж. Уокера та інших фахівців. Незважаючи на значну кількість наукових праць, ця тема продовжує залишатися актуальною та потребує подальших досліджень, особливо в аспекті стратегічного планування [1].

Мета дослідження. Визначити актуальні інноваційні тренди для закладів готельно-ресторанного бізнесу в системі споживчої кооперації України та оцінити їхній вплив на ефективність роботи підприємств.

Виклад основного матеріалу. Сучасні виклики, що постали перед готельно-ресторанною індустрією України, вимагають упровадження інноваційних рішень для підвищення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації. В умовах економічної нестабільності, змін у споживчій поведінці та розвитку цифрових технологій особливо актуальним стає адаптація до нових реалій через модернізацію послуг, оптимізацію операційних процесів та застосування новітніх технологій.

Одним із ключових трендів є цифровізація готельно-ресторанного бізнесу. Використання мобільних додатків, систем штучного інтелекту (ШІ) та автоматизованих чат-ботів для бронювання, обробки замовлень і персоналізації обслуговування дозволяє значно підвищити якість сервісу. Такі інструменти, як CRM-системи та Big Data, сприяють ефективному аналізу клієнтських уподобань, що дозволяє закладам пропонувати більш персоналізовані послуги [2].

Розвиток концепції сталого розвитку та екологічної відповідальності також є важливим напрямом інновацій. Упровадження енергоефективних технологій, зменшення використання пластику, сортування відходів і застосування локальних продуктів сприяє підвищенню екологічної свідомості споживачів. У міжнародній практиці така тенденція вже стала невід'ємною частиною готельно-ресторанного бізнесу і українські підприємства також активно впроваджують ці ініціативи [3].

Інноваційні підходи до розвитку гастрономічного туризму набувають популярності серед українських закладів споживчої кооперації. Використання автентичних локальних продуктів, популяризація національної кухні та впровадження інтерактивних гастрономічних шоу дозволяє не лише розширити цільову аудито-

рію, а й стимулювати внутрішній туризм. Особливе значення мають гастрономічні фестивалі та колаборації з місцевими виробниками, що підвищує економічну активність регіонів.

Зміни в споживчих уподобаннях також стимулюють розвиток нових форматів ресторанного обслуговування. Зростає популярність dark kitchen («темних кухонь»), які працюють виключно на доставку, а також pop-up ресторанів, що пропонують тимчасові концепції. Такі рішення дозволяють мінімізувати витрати на утримання стаціонарних закладів і швидко адаптуватися до потреб ринку.

Актуальним залишається розвиток програм лояльності та впровадження гейміфікації для залучення клієнтів. Використання бонусних систем, кешбеків, інтерактивних додатків із можливістю накопичення балів стимулює повторні відвідування та підвищує рівень задоволеності гостей.

Висновки. Отже, інноваційні тренди в готельно-ресторанному бізнесі України сприяють підвищенню ефективності закладів, покращенню клієнтського досвіду та зростанню конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації. Інтеграція цифрових технологій, екологічної відповідальності, нових гастрономічних концепцій і форматів обслуговування є ключем до сталого розвитку галузі у сучасних реаліях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Милько І. П. Концептуальні засади розробки стратегії розвитку готельно-ресторанного комплексу України / І. П. Милько // Економічний форум – 2019. – № 4. – С. 90-98. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/-esfor_2019_4_16.
2. Павлішина Н. М. Інновації в епоху цифровізації / Н. М. Павлішина, А. В. Харін // Вісник Херсонського національного технічного університету. – 2023. – № 1(84). – С. 179-187. – Режим доступу: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.1.24>.
3. Паньків Н. Екологізація готельно-ресторанної сфери в контексті сталого розвитку туризму в Україні / Н. Паньків, В. Бик // Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. – 2023. – № 316(2). – С. 146-156. – Режим доступу: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-23>.

КАФЕ СУСПІЛЬНОГО ВПЛИВУ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ВИД КООПЕРАТИВІВ

Павлік Катерина

Сашико О. П. – наукова керівниця

Луцький кооперативний фаховий коледж

Львівського торговельно-економічного університету

Анотація. У роботі досліджено концепцію розвитку кафе суспільного впливу, внесок у соціально-економічний та екологічний добробут суспільства.

Ключові слова. Кафе суспільного впливу, кооперативи, соціальна відповідальність, сталий розвиток.

Постановка проблеми. У сучасному світі споживачі все більше звертають увагу на соціальну відповідальність бізнесу. Кафе суспільного впливу можуть стати інструментом вирішення низки соціальних проблем, таких як підтримка місцевих громад, боротьба з харчовими відходами, екологічна освіта тощо.

Аналіз основних досліджень. Одним із яскравих прикладів кафе суспільного впливу є «Misto.cafe» в Луцьку. Це перше кафе на Волині, яке поєднує ресторанний бізнес із соціальними ініціативами. Проєкт виник за ініціативи платформи «Алгоритм дій», яка стала ключовим гравцем у розвитку цієї концепції, яка заснована групою активістів і підприємців та має на меті створення стійкої екосистеми для розвитку соціальних ініціатив через бізнес [4].

«Алгоритм дій» – це громадська платформа, яка об'єднує соціально активних громадян, бізнесменів та представників різних соціальних організацій для реалізації спільних проєктів. Основна мета якої – створити дієву систему для підтримки соціальних ініціатив у різних сферах життя (культура, екологія, освіта, волонтерство та ін.). Платформа активно працює з малим та середнім бізнесом, залучаючи підприємців до реалізації соціальних програм, що покращують якість життя в громадах.

Однією з основних ініціатив, реалізованих платформою, стало створення кафе «Misto.cafe», яке функціонує не лише як комерційний заклад, а й як соціальний хаб [3]. Спільно зі 100 співзасновниками платформа забезпечує сталість і розвиток проєкту, а також організовує грантові сезони для підтримки ініціатив у місті. Усі зібрані кошти від діяльності кафе спрямовуються на підтримку локальних соціальних проєктів, що відповідають пріоритетам співзасновників і громад [2].

Мета. Вивчити унікальний простір, що об'єднує соціально активних людей для спільної роботи над покращенням життя міста. Ознайомитися з дружньою атмосферою кафе, його смачною кухнею, яке стало місцем зустрічей і натхнення для лучан і гостей міста; з механізмом фінансування соціальних ініціатив через створення цільового фонду, для грантової підтримки проєктів, спрямованих на розвиток міста [1].

Виклад основного матеріалу. «Misto.cafe» – це унікальний соціальний проєкт, що поєднує підприємницьку ініціативу з громадською активністю

та спрямований на розвиток Луцька. Головна ідея полягає в об'єднанні 100 соціально активних людей, які інвестували власні кошти та зусилля у позитивні зміни міського середовища [4].

Щоб стати співзасновником «Misto.cafe», необхідно отримати позитивні рекомендації від чинних учасників, не мати негативних відгуків, погодитися на відкриту участь і зробити одноразовий безповоротний внесок у розмірі 80 000,00 грн (еквівалент \$2000). Ці кошти спрямовані на розвиток проєкту [3].

Фінансова модель кафе побудована таким чином, що 20% чистого прибутку спрямовується на оплату послуг управлінської ресторанної компанії «ХОРС», а решта 80% переказується на рахунок ГО «Misto.cafe» для фінансування грантових сезонів [2]. Таким чином, заклад функціонує не лише як заклад харчування, а й як стабільне джерело підтримки некомерційних ініціатив у місті.

Грантові сезони проводяться чотири рази на рік: у січні, квітні, липні та жовтні. Тематику кожного сезону визначають співзасновники на загальних зборах. У пріоритеті – проєкти, спрямовані на зміцнення обороноздатності країни, підтримку ветеранів і військових, а також допомогу релокованим українцям [2].

Подавати заявки на гранти можуть неприбуткові організації або ініціативні групи, які діють через такі організації. Процес координації грантових сезонів здійснює проєктна менеджерка «Misto.cafe» Анастасія Гуліта. Після завершення сезону підводяться публічні підсумки, а на загальних зборах співзасновники вирішують, які проєкти отримають фінансування.

Заклад вражає оригінальністю інтер'єру, який створений українською майстринею архітектури та дизайну balbek bureau. Інтер'єр кафе увійшов до переліку найкращих за версією американської премії Hospitality Design Awards – головна щорічна премія у сфері гостинності від журналу Hospitality Design, яка вже 19 років відзначає найкращі та найінноваційніші досягнення в дизайні проєктів та продуктів по всьому світу [2].

У «Misto.cafe» функціонує крамничка та подієвий майданчик. У крамничці представлено роботи виключно локальних виробників, а також сувеніри Луцька [1].

Майданчик використовується різними спікерами. Наприклад, спікери АЗОВ.ONE розповідали про службу, ділилися інформацією щодо етичної комунікації з військовими та ветеранами, про роботу відділу фандрайзингу бригади та частини медслужби, яка займається підтримкою поранених та їхніми сім'ями. Усі акумульовані на донати та кошти з мерчу направляються на закриття першочергових потреб бойових підрозділів «Азову» [2].

Є можливість за донат отримати мерчі, зокрема:

- патчі та шеврони АЗОВ.ONE та Струм;
- піни;
- книги, пов'язані з Азовом;
- футболки «10 років Азову».

З метою вивчення різних кухонь, заклад пропонує страви волинської, кримськотатарської та сучасної європейської кухонь. Зокрема в меню: кримські

чебуреки, янтики, лагман, манти; власна солодка та солонка випічка; алкогольні коктейлі та безалкогольні напої (у т. ч. кава від українських обсмажувальників), а також сік, виготовлений Волинськими фермерами, що підкреслює підтримку локального виробництва. Родзинкою закладу є використання екологічних матеріалів – металевих трубочок та посуду, що сприяє зменшенню пластикових відходів.

Важливо, що кафе поєднує в собі не лише якісний сервіс і гарний дизайн, а й виконує важливу соціальну місію, підтримуючи розвиток міста.

Висновок. «Misto.cafe» – це більше, ніж просто кафе. Це соціальний хаб, де активні громадяни не лише споживають, а й стають частиною змін у своєму місті. Завдяки унікальній фінансовій моделі, кафе забезпечує стабільне фінансування грантових проєктів, які сприяють розвитку Луцька. Це місце, де поєднуються якість, екологічність та соціальна відповідальність. «Misto.cafe» – приклад того, як підприємництво може працювати на благо громади та створювати реальні зміни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Одне кафе, сотня імен, десятки ініціатив [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://misto.media/articles/biznes/36-odne-kafe-sotnia-imen-desiatky-initsiatyv>
2. Офіційний сайт misto.cafe [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://misto.cafe/>
3. У Луцьку відкрилося кафе, 80% чистого прибутку якого піде на громадські проєкти [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://shotam.info/u-lutsku-vidkryly-kafe-80-chystoho-prybutku-iaoho-ytymut-na-hromadski-proiekt/>
4. Як 100 засновників створили кафе суспільного впливу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.stolyk.com.ua/misto-cafe-lutsk/>

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ

Закрепа Максим

Третяк Н. М. – наукова керівниця

Черкаський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж

Полтавського університету економіки і торгівлі

Анотація. У роботі досліджено перспективи розвитку та впровадження в діяльність підприємств ресторанного бізнесу інструментів штучного інтелекту. Розглянуто приклади технологічно розвинутих країн світу щодо імплементації інструментів штучного інтелекту в сферу послуг, зокрема ресторанний бізнес. Визначено ключові пріоритети такого впровадження для діяльності українських підприємств ресторанного бізнесу.

Ключові слова: штучний інтелект (ШІ), ресторанний бізнес, чат-бот, витрати, перспективи, автоматизовані процеси.

Постановка проблеми. Технології штучного інтелекту (ШІ) швидко інтегрується в різні галузі економіки нашої країни та інших країн світу. Особливо стрімкий розвиток спостерігається в країнах Західної Європи та США. Піонером зі створення, випробування та імплементації штучного інтелекту у різні сфери діяльності людини є компанії Apple та Tesla. Наразі, немає жодної галузі, яка б не впроваджувала інструменти штучного інтелекту. Українські суб'єкти господарювання миттєво підхопили тренди штучного інтелекту та імплементували в оборонну, медичну, освітню галузі, а також сферу послуг та державне управління. Особливої уваги заслуговують процеси використання штучного інтелекту в сфері надання послуг, зокрема у ресторанному бізнесі.

Аналіз основних досліджень. Останні роки закордонні та вітчизняні науковці приділяють багато уваги питанню розвитку та імплементації інструментів штучного інтелекту у різні сфери життєдіяльності людей, зокрема у сферу послуг. Активно досліджували процес виникнення та розвитку інструментів штучного інтелекту такі науковці, як Гудзь О. Є., Пантелєєва Н. М., Руденко М. В., Третяк Н. М., але стрімка поява нових інноваційних інструментів штучного інтелекту потребує їх постійного дослідження та вивчення.

Мета. Метою доповіді є дослідження перспектив розвитку та впровадження в діяльність підприємств ресторанного бізнесу інструментів штучного інтелекту.

Виклад основного матеріалу. Штучний інтелект (ШІ) є одним із головних рушіїв цифрової трансформації економіки, сприяючи підвищенню ефективності бізнесу, автоматизації процесів та покращенню взаємодії з клієнтами. Ресторанна сфера не є винятком, адже ця галузь активно впроваджує інноваційні технології для оптимізації своєї діяльності. Аналітики прогнозують, що ринок штучного інтелекту в ресторанній індустрії зросте до \$10,2 млрд у 2025 році, а середньорічний темп приросту (CAGR) складе понад 38%.

Штучний інтелект визначається як здатність машин виконувати завдання, які зазвичай вимагають людського інтелекту, такі як навчання, розпізнавання мови, візуальне сприйняття та прийняття рішень. У контексті ресторанного бізнесу штучний інтелект використовується для автоматизації процесів, аналізу даних, покращення взаємодії з клієнтами та оптимізації ланцюгів постачання [2].

Одним із ключових напрямів впровадження штучного інтелекту в ресторанному бізнесі є автоматизація шаблонних завдань. Це включає автоматичне приймання замовлень через голосових асистентів або чат-ботів, управління бронюванням та обробку платежів. Завдяки автоматизації цих процесів персонал може зосередитися на більш важливих аспектах обслуговування клієнтів з метою покращення якості надання послуг. За оцінками Juniper Research до 2025 року глобальний ринок чат-ботів у сфері обслуговування досягне \$11,5 мільярда [4].

Штучний інтелект спроможний аналізувати вподобання та поведінку клієнтів, що дозволяє ресторанам пропонувати індивідуальні рекомендації стосовно страв або напоїв. Це підвищує задоволеність клієнтів та стимулює повторні візити до закладу. Додатково, за допомогою алгоритмів машинного навчання ресторани можуть прогнозувати попит на певні страви в різні дні чи сезони, що

допомагає оптимізувати управління запасами та зменшити харчові відходи. Наприклад, використання ШІ допомогло ресторанним мережам у США скоротити харчові відходи на 30% [4].

Активно штучний інтелект став застосовуватися для контролю за процесом приготування їжі, забезпечуючи дотримання стандартів якості та безпеки. Наприклад, сенсори, підключені до систем штучного інтелекту, можуть виявляти відхилення за температурою або іншими параметрами, що впливають на якість страв. Аналітична компанія Gartner прогнозує, що до 2026 року понад 60% ресторанів застосовуватимуть технології ШІ для контролю якості продукції [4].

Сполучені Штати Америки є лідером у впровадженні штучного інтелекту в ресторанному бізнесі. Вже зараз понад 60% ресторанів у США використовують роботи та алгоритми ШІ для автоматизації обслуговування клієнтів та оптимізації бізнес-процесів. McDonald's активно інтегрує штучний інтелект у свої ресторани. Так у 2019 році компанія придбала Dynamic Yield – стартап, що розробляє персоналізовані системи рекомендацій, ця технологія дозволяє змінювати меню на цифрових табло в реальному часі залежно від погоди, часу доби та поточного попиту. Наприклад, у спекотні дні система може активніше рекламувати холодні напої та морозиво, що дозволяє збільшити продажі окремої продукції на 3-5% [4].

Компанія Chipotle тестує роботизовані руки для приготування страв, зокрема робот Chipru використовує алгоритми ШІ для приготування ідеально підсмажених чипсів із точним балансом солі та спецій, що дозволяє скоротити витрати на утримання персоналу до 20%. У свою чергу, фірма Domino's застосовує алгоритми машинного навчання для прогнозування часу доставки та аналізу маршруту кур'єрів, і це призводить до зменшення часу очікування клієнтів на 10-15%, а також покращує маршрут доставки [3].

Китай є лідером серед технологічно розвинених країн з впровадження технологій штучного інтелекту в ресторанний бізнес. Одним із найбільш яскравих прикладів є ресторан KFC, який у Китаї використовує технологію розпізнавання обличчя для персоналізації обслуговування. Камери з алгоритмами штучного інтелекту можуть визначати вік, стать і навіть настрій клієнта, щоб пропонувати індивідуальні варіанти для замовлення, що дозволило збільшити доходи компанії на 15%. Наступним яскравим прикладом є компанія Alibaba, яка відкрила повністю автоматизовану їдальню, де роботи готують та подають їжу без участі людей, що дозволило знизити операційні витрати на 25%. Додатково, одна з найбільших платформ доставки їжі Meituan використовує автономні дрони та роботів для доставки замовлень у великих містах, що значно знижує витрати на транспортування та дозволяє здійснювати доставку в середньому на 20% швидше [1].

Європейські країни також активно використовують ШІ у ресторанному бізнесі з акцентом на автоматизацію, зниження витрат і екологічність. У Великобританії ресторанна мережа Honest Burgers використовує штучний інтелект для прогнозування попиту на продукти і це допомагає зменшити харчові відходи на 30%, а також підвищити ефективність закупівель сировини на 20%. Французька компанія Carrefour застосовує алгоритми ШІ для аналізу покупок клієнтів та

персоналізації акцій і знижок у своїх супермаркетах, що дозволяє підвищити ефективність продажів на 18% і покращити клієнтський досвід. Всі ці приклади свідчать про те, що інструменти штучного інтелекту активно змінюють послуги ресторанного бізнесу у різних країнах, сприяючи їхній ефективності, автоматизації та адаптації до сучасних викликів.

Управління запасами та прогнозування попиту – ще один ключовий напрям застосування штучного інтелекту. Алгоритми машинного навчання спроможні аналізувати інформацію про продажі та спрогнозувати попит на продукцію із точністю до 95%, що допоможе ресторанам уникнути надмірної закупівлі сировини і зменшити харчові відходи до 40% [2].

Штучний інтелект також активно використовується для контролю якості продукції. Системи комп'ютерного зору дозволяють ідентифікувати дефекти на виробничих лініях із точністю 98%, що значно перевищує людські можливості. Наприклад, автоматизовані камери можуть виявляти пошкоджені овочі та фрукти на сортувальних лініях та стадіях обробки сировини.

Персоналізація обслуговування це ще один перспективний напрям застосування штучного інтелекту, основою якого є аналіз поведінки клієнтів та формування персональних пропозицій для клієнтів, що збільшує середній чек до 15%. Наприклад, в McDonald's у США система рекомендацій збільшила продажі на 5-10%, такі технології можуть бути адаптовані для українських ресторанів [4].

Штучний інтелект має значний потенціал для розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Впровадження автоматизованих систем дозволить знизити витрати на персонал, покращити управління ланцюгами постачання, зменшити харчові відходи та підвищити якість обслуговування клієнтів.

За оцінками міжнародних експертів, використання ШІ в ресторанній індустрії може скоротити витрати на персонал до 30%, що є критично важливим у контексті нестачі кадрів в Україні. Наприклад, чат-боти та голосові асистенти можуть обробляти до 70% замовлень без залучення операторів, що дозволяє значно прискорити процес обслуговування.

Висновки. Таким чином, впровадження штучного інтелекту дозволить українському ресторанному бізнесу стати ефективнішим, зменшити витрати, підвищити якість продукції та обслуговування. Очікується, що до 2030 року глобальний ринок штучного інтелекту у ресторанній індустрії зросте до \$35 мільярдів, і Україна має всі шанси скористатися цими можливостями для підвищення конкурентоспроможності своєї економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Застосування ШІ в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/305960?utm_source=chatgpt.com.
2. Інновації у ресторанному бізнесі: тренди що змінюють правила гри [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://business-broker.com.ua/blog/innovatsii-u-restorannomu-biznesi-trendy-shcho-zminiuiut-pravyla-hry/?utm_source=chatgpt.com.

3. Як AI та хмарні сервіси змінюють ресторанний бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wiseit.com.ua/ai-cloud-change-the-restaurant-business-2/>.

4. AI in Food Industry [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/how-ai-is-changing-the-food-industry>.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД

Гатала Тарас

Миронов Ю. Б. – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. Робота аналізує інноваційні стратегії розвитку готельного бізнесу, акцентуючи увагу на цифровій трансформації, автоматизації процесів та екологічній відповідальності. Визначено, що використання сучасних технологій і персоналізованих підходів сприяє підвищенню конкурентоспроможності, покращенню клієнтського досвіду та сталому розвитку підприємств індустрії гостинності.

Ключові слова: інноваційні стратегії, цифрова трансформація, автоматизація готельного бізнесу, сталий розвиток, екологічна відповідальність, клієнтський досвід, маркетингові інструменти.

Постановка проблеми. Стратегія розвитку готельних підприємств за умов сучасної економіки базується на інноваційному підході, що охоплює впровадження новітніх технологій, вдосконалення послуг та оптимізацію бізнес-процесів. Ринок гостинності перебуває у стані постійної трансформації, і компанії, які прагнуть досягти конкурентних переваг, повинні постійно адаптовуватися до нових умов, використовуючи прогресивні стратегії.

Аналіз основних досліджень. Тема стратегії розвитку готельних підприємств з інноваційним підходом є актуальною та активно досліджується в науковій літературі, зокрема в аспектах цифровізації, сталого розвитку та персоналізації послуг. Так, дослідження Гугул О. Я. та Гуменюк А. М. [1] аналізують інноваційні стратегії розвитку готельних підприємств, наголошуючи на їхній ролі у вдосконаленні господарської діяльності. Дмитришин Б. [2] підкреслює значення інновацій у готельно-ресторанному бізнесі як інструменту адаптації до змін споживчого попиту та вдосконалення маркетингових стратегій. У роботі Коваленко Л. та Нагернюк Д. [4] обґрунтовано застосування концептуального підходу до маркетингової стратегії готельних послуг, що сприяє адаптації підприємств до нестабільного ринкового середовища. Водночас існує потреба у подальших дослідженнях щодо адаптації інноваційних стратегій до змін ринкового середовища та впливу новітніх технологій на конкурентоспроможність готельного бізнесу.

Мета. Метою статті є аналіз сучасних інноваційних стратегій розвитку готельних підприємств, спрямованих на підвищення їхньої конкурентоспроможності, оптимізацію бізнес-процесів та вдосконалення клієнтського сервісу.

Виклад основного матеріалу. Інноваційний підхід у розвитку готельного бізнесу охоплює різні аспекти діяльності підприємств, починаючи від цифрової трансформації до запровадження екологічних стандартів. Одним із ключових факторів успіху є використання сучасних технологій, зокрема автоматизації операцій, штучного інтелекту та аналізу великих даних для персоналізації послуг. Це дозволяє готелям краще розуміти потреби клієнтів, пропонувати індивідуальні рішення та забезпечувати високий рівень сервісу.

Важливу роль відіграє розвиток цифрових платформ для бронювання, управління ресурсами та комунікації з гостями. Використання мобільних додатків, чат-ботів та онлайн-консультацій сприяє підвищенню якості обслуговування, спрощує взаємодію з клієнтами та забезпечує оперативне реагування на їхні запити. Водночас цифровізація дозволяє оптимізувати внутрішні процеси, знижуючи витрати та підвищуючи ефективність управління.

Іншим важливим аспектом інноваційної стратегії є розвиток екологічно відповідального готельного бізнесу. Сучасні тенденції свідчать про зростаючий попит на екологічно чисті та енергоефективні готелі. Впровадження заходів зі зменшення споживання енергії, використання альтернативних джерел енергії, мінімізація відходів та застосування екологічно безпечних матеріалів сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства та залученню нових клієнтів, які цінують сталість і відповідальне ставлення до довкілля.

Крім того, важливим напрямом розвитку є створення унікального клієнтського досвіду [3, с. 460]. Це передбачає пропозицію ексклюзивних послуг, адаптацію інтер'єру та атмосфери відповідно до уподобань цільової аудиторії, а також створення концептуальних готелів, які відрізняються оригінальним дизайном, тематичними номерами або інтеграцією елементів культури та мистецтва. Інновації в сервісному обслуговуванні також охоплюють застосування розширеної та віртуальної реальності, що дозволяє клієнтам отримати попередній огляд номерів або зануритися у віртуальний тур готелем перед бронюванням.

Готельні підприємства, котрі дотримуються принципів сталого розвитку, активно впроваджують нові бізнес-моделі, орієнтовані на партнерство, спільне використання ресурсів та розвиток локальної економіки. Співпраця з місцевими виробниками, організація гастрономічних турів, екскурсій та культурних заходів сприяє розширенню спектру послуг і приваблює туристів, які цікавляться автентичними враженнями та регіональними особливостями.

Успішна стратегія розвитку готельного бізнесу передбачає також активне використання маркетингових інструментів й інноваційних підходів до просування. Використання соціальних мереж, блогінгу, відеомаркетингу, інфлюенсерів та персоналізованих рекламних кампаній допомагає залучати нову аудиторію та підвищувати впізнаваність бренду. Аналіз поведінки клієнтів за допомогою аналітичних платформ дозволяє готелям розробляти ефективні стратегії взаємодії з цільовими сегментами та оптимізувати ціноутворення.

Висновки. Розвиток готельних підприємств у сучасних умовах нерозривно пов'язаний із впровадженням інноваційних рішень, які забезпечують підвищення конкурентоспроможності, вдосконалення сервісу та стійке зростання бізнесу. Успішні готелі майбутнього – це ті, що не лише адаптуються до змін, а й активно впроваджують новітні технології, дотримуються принципів сталого розвитку та створюють унікальний досвід для своїх гостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гугул О. Я. Інноваційні підходи щодо розвитку підприємств гостинності: зарубіжний досвід / О. Я. Гугул, А. М. Гуменюк // Інноваційна економіка. – 2021. – Вип. 5-6. – С. 74-79. URL: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2021.5-6.10>.
2. Дмитришин Б. Інновації як визначальний фактор розвитку готельно-ресторанного бізнесу / Б. Дмитришин // Центрально-український науковий вісник. Економічні науки. – 2023. – Вип. 9 (42). – С. 58-66. URL: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2023.9\(42\).58-66](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2023.9(42).58-66).
3. Здреник В. Вплив цифрових технологій на розвиток бізнесу: трансформація бізнес-моделей та управління інноваційними проектами / В. Здреник, А. Грод, Б. Очеретко, В. Бохонський // Економічний аналіз. – 2024. – Т. 34. № 2. – С. 453-464. URL: <https://doi.org/10.35774/econa2024.02.453>.
4. Коваленко Л. Стратегія розвитку маркетингу готельних послуг в умовах нестабільності ринкового середовища / Л. Коваленко, Д. Нагернюк // Економіка та суспільство. – 2021. – Вип. 30. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-24>.

ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ТА ІННОВАЦІЇ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «HOTEL & SPA NEMO WITH DOLPHINS»

Мкртчян Анна

*Болотська Н. Ф., Кубло Н. В., Кудайнетова Т. А. – наукові керівниці
Харківський кооперативний торгово-економічний фаховий коледж*

Анотація. У роботі розглянуто впровадження та просування інноваційних технологій у готельно-ресторанному бізнесі. Проаналізовано можливість запровадження терміналу самозаселення (Self Check-In).

Ключові слова: інновації, інклюзивність, ексклюзивність, програма «AR Code Object Capture», стейкхолдер, термінал самозаселення.

Постановка проблеми. У сучасних умовах готельно-ресторанний бізнес стикається з низкою викликів, пов'язаних із зростаючою конкуренцією, змінами в поведінці споживачів, цифровізацією та потребою в стійкому розвитку. Упровадження інновацій є одним із ключових факторів підвищення ефективності підприємств, покращення сервісу та відповідності сучасним трендам.

Мета дослідження. Виявлення нових технологій та підходів, які можуть покращити обслуговування гостей у готелях та ресторанах. Упровадження інно-

ваційних рішень для підвищення ефективності управління готельно-ресторанним бізнесом.

Виклад основного матеріалу. Для дослідження європейської інтеграції як важливого напрямку розвитку національної економіки обрано базу практики студентів нашого коледжу готель «Hotel & Spa NEMO with dolphins», надійного партнера-стейкхолдера.

Готель «Hotel & Spa NEMO with dolphins» у Харкові – єдиний у Європі готель із дельфінами, який демонструє успішну інтеграцію інноваційних технологій та європейських стандартів у сферу гостинності України.

Досвід професіоналів, інновації та винахідливість є прикладом для студентів – майбутніх готельєрів, технологів харчування. Це місце, де традиції зустрічаються з інноваціями.

Основні інновації готелю

- **Інклюзивність** як мікс соціальної відповідальності та конкурентної переваги. Для забезпечення доступності впроваджено:

- 1) рампи та ліфти зі зручним доступом;
- 2) номери, обладнані поручнями, низькими меблями, розширеними дверними отворами;
- 3) тактильні таблички для людей із порушеннями зору, мобільні додатки з аудіогідом та текстовими описами послуг;
- 4) спеціально навчений персонал, який володіє мовою жестів;
- 5) реабілітаційні програми для людей з інвалідністю та особливими потребами.

- **«Розумні номери»**, у яких передбачено керування освітленням, клімат-контролем та мультимедійними системами через мобільний додаток, який пропонується відвідувачам під час заселення до номера. Встановлені інфрачервоні сканери допомагають перевірити присутність гостей у приміщенні без фізичного контакту.

- **Архітектурна особливість** деяких номерів – вражаючий краєвид, який можна побачити з вікон, – басейн із дельфінами. Тому цей ексклюзивний пейзаж робить перебування в готелі ще більш особливим і надихає на відпочинок у неповторній атмосфері.

- **Басейни з морською водою.** У розпорядженні гостей готелю три плавальних басейни та басейн із дельфінами, у якому передбачено дельфінотерапія для дітей та дорослих з особливими потребами, розваги для відвідувачів у вигляді шоу, плавання з дельфінами.

- **СПА-зона**, до якої входять велике гідромасажне джакузі, оздоровча фітотерапія, хамам, фінська сауна, фітобар, солярій.

- **Фітнес-зона** гармонійно поєднує в собі активний спорт та релакс, створюючи ідеальний баланс між фізичним навантаженням і можливістю відновити сили. Тренажерний зал містить кардіозону з біговими доріжками, велосипедними та еліптичним тренажерами, додатково передбачені гаджети для здоров'я: браслети, які відстежують стан здоров'я гостя під час процедур та надають рекомендації.

• **Океанаріум** у готелі «Немо» є не лише розважальним і туристичним об'єктом, а й важливим центром наукових досліджень і просвітницької діяльності. Його створення переслідує кілька наукових цілей, спрямованих на збереження біорізноманіття, екологічну освіту та розвиток знань про морську екосистему. Яскраві прісноводні, морські та океанічні риби, екзотичні та загадкові тварини з різних куточків нашої планети представлені у великому та барвистому океанаріумі «Немо». Декорації, захоплюючі екскурсії, кінозал із фільмами про природу – все це дозволяє поринути у дивовижний та чудовий світ морських казок.

• **Ресторани «Terrace» та «Burger Club»**, розташовані на території готелю, є його справжньою окрасою. Тут пропонують гостям не лише вишукану кухню, чудову атмосферу, а й унікальні краєвиди, які роблять кожне перебування особливим. Відвідувачі насолоджуються панорамними оглядами центральної частини міста, мальовничих алей у саду імені Тараса Шевченка, модернізованого зоологічного парку.

У ресторанах готелю використовується програма «AR Code Object Capture», яка створює 3D-моделі страв із меню. Саме ця програма під час проходження практики значно полегшувала роботу: допомагала швидше ознайомитися з подачею страв, детальніше пояснити гостям склад та особливості кожної позиції, а також зменшити час на прийняття замовлень. Завдяки візуалізації страв гості могли швидше зробити вибір, що позитивно впливало на якість обслуговування.

• **Ексклюзивні комплексні послуги**, як туристична привабливість, а саме:

1) **вікенд у готелі з дельфінами**. При розміщенні на дві ночі гості отримують подарунки: купання та шоу з дельфінами, екскурсію до океанаріуму;

2) **акція 3+1**. Бронюючи відпочинок на чотири ночі, гості сплачують тільки за три ночі, 4-та додаткова ніч – у подарунок;

3) **пакет іменинника**. При бронюванні номера будь-якої категорії від двох діб іменинник отримує в подарунок купання з дельфінами, а також комплімент від ресторану – пляшку ігристого вина «Privet Label» та святковий торт;

4) **весільна пропозиція**. Оформлення номера квітковою композицією і свічками, а також комплімент від ресторану – пляшка ігристого вина «Privet Label» та цукерки «Ferrero Rocher Gold Edition»;

5) **діти віком до 14 років (включно)** проживають безкоштовно в номерах будь-якої категорії;

6) **SPA-пакети**: children spa day, vip spa day, intensive spa day.

Вважаємо доцільним запровадити ще одну інновацію, а саме: встановити в готелі термінал самозаселення (Self Check-In), що перетворить традиційний процес реєстрації гостей на більш швидкий, зручний та ефективний.

Для реалізації цього проєкту знадобиться 153 600 гривень:

1) термінал, середня вартість якого 3 000 USD, або 126 000 грн;

2) програмне забезпечення для обслуговування терміналу становить 1 800 грн на місяць;

3) щомісячна абонплата за послуги еквайрингу, папір для терміналу

та інші накладні витрати (підключення та навчання – безкоштовне) – до 500 грн на місяць.

Встановлення термінала дозволить скоротити персонал служби прийому та розміщення з чотирьох до двох осіб, що дасть економію заробітної плати в сумі 456 000 грн. Отже, економія від упровадження термінала самообслуговування становитиме: $456\,000 - 153\,600 = 302\,400$ грн, що і можна буде вважати валовим прибутком у перший рік упровадження проєкту.

Враховуючи вартість проєкту (153 600 грн) та отриманий валовий прибуток (302 400 грн), термін окупності становитиме п'ять місяців.

В умовах воєнного стану успішність роботи готелів залежить від ексклюзивних та інклюзивних інновацій, які є відмінним способом підвищення власного іміджу й конкурентоспроможності у сфері обслуговування.

Справжній успіх – це не лише комфорт і розкіш, а й можливість ділитися теплом і турботою з тими, хто цього потребує. «Hotel & Spa NEMO with dolphins» став опорою для тих, хто опинився у складній ситуації, надаючи притулок, їжу та психологічну допомогу.

Волонтерство в готелі у період війни – це не лише прояв гуманізму, але й важливий внесок у підтримку суспільства.

Харків – місто-герой України – продовжує вражати своєю стійкістю в надскладний воєнний час. Харків'яни демонструють неймовірну силу духу, заклади культури, музеї, ресторани й готелі працюють, нагадуючи про багату спадщину. Туристів приваблює можливість побачити місто, яке залишається унікальним, справжнім та непереможним.

Висновки. Європейська інтеграція сприяє модернізації готельно-ресторанного господарства України через запровадження міжнародних стандартів обслуговування, екологічної відповідальності та цифрових рішень. Готель «Hotel & Spa NEMO with dolphins» є прикладом адаптації до європейських вимог завдяки впровадженню інноваційних сервісів і технологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Коваленко І. В. Інноваційні технології у сфері готельно-ресторанного бізнесу / І. В. Коваленко // Економічний вісник. – 2023. – № 5. – с. 45-52.
2. Іванов ІІ. Впровадження роботів, штучного інтелекту та автоматизації послуг туристичними та готельними компаніями: аналіз витрат і вигод / ІІ. Іванов, К. Вебстер // Robotics, Artificial Intelligence, and Service Automation in Hotels. – 2019.
3. Офіційний сайт готелю «Hotel & Spa NEMO with dolphins». URL: <https://nemo.kh.ua/>

ВПЛИВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Крижановська Дарина

Капліна А. С. – наукова керівниця

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. У роботі досліджено інноваційні шляхи просування готельних послуг, показана їх значущість для подальшого розвитку галузі.

Ключові слова: цифровий маркетинг, готельні послуги, маркетингові стратегії, SEO-оптимізація, штучний інтелект, рейтинг, споживач, реклама.

Постановка проблеми. Сьогодні готельна індустрія стикається з низкою викликів, зокрема нестабільною економічною ситуацією, змінами у туристичних потоках та необхідністю адаптації до швидкого розвитку технологій. Використання цифрового маркетингу дозволяє готельним підприємствам ефективно взаємодіяти з клієнтами, персоналізувати рекламні кампанії та вдосконалювати систему онлайн-бронювання. Розвиток маркетингових стратегій, побудованих на застосуванні штучного інтелекту, контент-маркетингу, SEO-оптимізації та таргетованої реклами, відкриває нові можливості для розширення ринку готельних послуг. Дослідження, проведене World Tourism Organization (2021), демонструє вплив цифрових технологій на трансформацію туристичного бізнесу, зокрема у сфері готельного сервісу.

Аналіз основних досліджень. Теоретичним підґрунтям дослідження стали праці таких авторів, як Gedik Y., який розглядає нові маркетингові концепції в цифровому середовищі, Chomiak-Orsa I. та Liszczyk K., що аналізують цифровий маркетинг як революцію у маркетингових комунікаціях, а також Mahmutović K., який розробив шкалу оцінювання цифрової маркетингової орієнтації у готельному бізнесі.

Мета. Дослідити вплив цифрового маркетингу на просування готельних послуг, упровадження основних інструментів, оцінити ефективність їх застосування та окреслити перспективи розвитку цифрових стратегій у готельному бізнесі.

Виклад основного матеріалу. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу формуються під впливом глобальних цифрових технологій. Інноваційні маркетингові стратегії, засновані на використанні соціальних мереж, аналітичних інструментів та автоматизованих платформ, значно змінюють механізми просування готельних послуг. Умови високої конкуренції та зміна поведінкових моделей споживачів сприяють активному впровадженню цифрового маркетингу як засобу підвищення впізнаваності брендів, залучення нових клієнтів та утримання лояльної аудиторії.

Цифровий маркетинг значно трансформував процес просування готельних послуг, адаптуючи стратегії взаємодії з потенційними клієнтами відповідно до розвитку технологій та змін у поведінці споживачів. Завдяки цифровим платформам готельні підприємства отримали змогу охоплювати ширшу аудиторію,

використовувати персоналізовані підходи та аналізувати ефективність маркетингових заходів у режимі реального часу. Традиційні методи реклами, такі як друковані матеріали та зовнішня реклама, поступаються місцем цифровим інструментам, які дозволяють швидко адаптувати стратегії до потреб споживачів. Готельна індустрія орієнтована на створення унікального клієнтського досвіду, і цифровий маркетинг є основним інструментом для досягнення цієї мети. Сучасні технології надають змогу розширювати можливості персоналізації, використовуючи великі масиви даних про поведінку користувачів, їхні уподобання та історію бронювань. Це дозволяє створювати індивідуальні пропозиції, які підвищують ймовірність повторного бронювання та збільшують лояльність клієнтів [4, с. 11].

Еволюція маркетингових стратегій у готельному бізнесі пов'язана з глобальною цифровізацією економіки та стрімким ростом впливу онлайн-комунікацій на поведінку споживачів. Важливими параметрами, що впливають на ефективність цифрового маркетингу, є персоналізація контенту, автоматизація маркетингових процесів, застосування штучного інтелекту для аналізу поведінки користувачів, а також інтеграція омніканальних комунікаційних підходів.

Значна частина маркетингової активності у готельному бізнесі пов'язана з управлінням онлайн-присутністю через вебсайти, мобільні додатки та соціальні медіа. Офіційний сайт готелю є основним джерелом інформації для потенційних клієнтів, де вони отримують можливість ознайомитися з умовами проживання, переглянути фотографії номерного фонду, порівняти ціни та здійснити онлайн-бронювання. Для підвищення ефективності сайту застосовуються методи пошукової оптимізації (SEO), що сприяють зростанню позицій у результатах пошукових систем та залученню органічного трафіку. Дослідження показують, що понад 70 % користувачів не переглядають сторінки далі першої у результатах Google, тому оптимізація контенту відповідно до алгоритмів пошукових систем дозволяє підвищити видимість готелю для цільової аудиторії. Використання релевантних ключових слів, оптимізація швидкості завантаження сторінок, адаптація сайту під мобільні пристрої та застосування структурування даних є базовими методами для підвищення рівня органічного трафіку [3, с. 9].

Соціальні мережі виступають потужним інструментом цифрового маркетингу для просування готельних послуг. Платформи, такі як Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn та Twitter, надають можливість взаємодіяти з потенційними клієнтами, презентувати унікальні переваги готелю і стимулювати бронювання через таргетовану рекламу та контент-маркетинг. Візуальний контент, що включає професійні фотографії, відеоролики, віртуальні тури та історії гостей, має високий рівень залучення користувачів і формує позитивне сприйняття бренду. Використання інфлюенсер-маркетингу дозволяє залучати аудиторію через лідерів думок, що суттєво підвищує рівень довіри до готельного бренду. Аналіз статистики Instagram указує, що 65% користувачів схильні здійснити бронювання після перегляду рекомендацій від блогерів або публікацій із реальними відгуками гостей. Контентна стратегія у соціальних мережах базується на використанні динамічної подачі інформації, регулярних оновленнях, інтерактивній взаємодії з

підписниками та застосуванні гейміфікаційних механік для підвищення залученості користувачів [1, с. 10].

Контекстна реклама та ремаркетинг у пошукових системах дозволяють ефективно залучати цільову аудиторію та стимулювати прийняття рішення щодо бронювання. Google Ads, Facebook Ads та програматик-реклама забезпечують можливість точного налаштування аудиторії за географічним розташуванням, демографічними характеристиками, інтересами, поведінковими факторами та історією взаємодії із сайтом готелю. Показники ефективності контекстної реклами визначаються рівнем CTR (Click-Through Rate), вартістю за клік (CPC), коефіцієнтом конверсії та ROI (Return on Investment). Застосування динамічного ремаркетингу дозволяє відображати персоналізовані рекламні оголошення для користувачів, які раніше відвідували сайт готелю, переглядали конкретні номери або не завершили бронювання. У середньому, впровадження ремаркетингових кампаній підвищує рівень конверсії на 26-30%, що значно покращує рентабельність рекламних витрат.

Упровадження технологій штучного інтелекту та чат-ботів у цифровий маркетинг готелів дозволяє автоматизувати процес взаємодії з клієнтами, підвищити рівень сервісу та знизити навантаження на персонал. AI-алгоритми аналізують поведінкові фактори користувачів, визначають їхні уподобання та пропонують персоналізовані рекомендації щодо бронювання, додаткових послуг або спеціальних пропозицій. Чат-боти, інтегровані у вебсайти, месенджери та мобільні додатки, забезпечують цілодобову підтримку клієнтів, відповідають на типові запитання, допомагають з бронюванням і генерують потенційні ліди. Аналітика цифрового маркетингу відіграє стратегічну функцію у процесі оптимізації маркетингових кампаній і прийнятті рішень щодо розподілу бюджету. Інструменти, такі як Google Analytics, Hotjar та CRM-системи, дозволяють відстежувати поведінку користувачів, аналізувати ефективність каналів залучення трафіку, вимірювати коефіцієнт конверсії та виявляти слабкі місця у маркетинговій стратегії. Використання моделей атрибуції дозволяє визначити найбільш ефективні канали взаємодії з клієнтами та оптимізувати рекламні бюджети.

Цифровий маркетинг створює нові можливості для просування готельних послуг, дозволяючи контролювати репутацію закладу та ефективно взаємодіяти з клієнтами. Відгуки, оцінки та коментарі на популярних платформах, таких як Google Reviews, TripAdvisor, Booking.com та Airbnb, безпосередньо впливають на рішення потенційних гостей. Вони формують перше враження про готель ще до того, як людина відвідає його, що впливає на рівень довіри до закладу. Високий рейтинг і позитивні коментарі здатні привернути увагу нових клієнтів, тоді як негативні відгуки можуть відштовхнути навіть тих, хто був зацікавлений у бронюванні. Тому ефективне управління репутацією включає регулярний моніторинг відгуків, швидке реагування на зауваження гостей та активну роботу над усуненням проблем, що можуть викликати невдоволення. Особливе значення має оперативність у відповіді на негативні коментарі. Коли адміністрація готелю демонструє увагу до проблем гостей і намагається вирішити їх у найкоротші

терміни, це формує позитивний імідж закладу. Потенційні відвідувачі бачать, що готель дбає про якість сервісу, що підвищує їхню довіру.

Окрім роботи з негативними відгуками, ефективна стратегія управління репутацією передбачає стимулювання задоволених гостей до залишення коментарів. Це може включати різні методи, такі як особисті звернення персоналу, використання електронних листів із проханням поділитися враженнями або бонуси за відгуки. Такий підхід сприяє постійному оновленню рейтингу готелю та підтримці високої оцінки серед користувачів [2, с. 63].

Готелі, які активно впроваджують цифровий маркетинг, досягають кращих результатів у залученні клієнтів завдяки комплексному аналізу ринку, вивченню цільової аудиторії та оцінці конкурентного середовища. Інвестування в ефективні маркетингові стратегії дозволяє закладам збільшувати кількість бронювань, підвищувати середній чек і формувати міцні відносини з гостями. Діджиталізація у сфері готельного бізнесу сприяє впровадженню персоналізованих підходів до клієнтів, що відповідає сучасним очікуванням споживачів. Люди прагнуть отримувати зручний і швидкий доступ до інформації про готель, мати можливість легко здійснювати бронювання та отримувати персоналізовані пропозиції, що відповідають їхнім потребам. Використання сучасних цифрових технологій допомагає готелям адаптувати свої сервіси під вимоги сучасного ринку і створювати унікальні враження для гостей. Системи автоматизації, аналітика поведінки користувачів та алгоритми персоналізації дозволяють готелям пропонувати клієнтам індивідуальні знижки, рекомендації щодо номерів і додаткових послуг. Це підвищує рівень задоволеності гостей, оскільки вони отримують послуги, що максимально відповідають їхнім уподобанням і звичкам.

Висновки. Підсумовуючи слід відмітити, що активне використання цифрових технологій дозволяє готелям краще прогнозувати попит, оптимізувати заповнюваність номерного фонду та ефективніше розподіляти ресурси. Це, своєю чергою, сприяє зростанню прибутковості бізнесу та зміцненню позицій закладу на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. World Tourism Organization. UNWTO Statistics. 2021. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 13.03.2025).
2. Gedik Y. A new window in marketing / Y. Gedik // Journal of Business in The Digital. – 2020. – Age. 63-75. URL: <http://doi.org/10.46238/jobda.726408> (дата звернення: 13.03.2025).
3. Chomiak-Orsa I. Digital marketing as a digital revolution in marketing communication / I. Chomiak-Orsa, K. Liszczyk // Informatyka Ekonomiczna. – 2020. – Age. 9-19. URL: <http://doi.org/10.15611/ie.2020.2.01> (дата звернення: 13.03.2025).
4. Mahmutović K. Development and validation of the scale for measuring digital marketing orientation in the hotel industry / K. Mahmutović // Ekonomski vjesnik. – 2021. – Age. 115-129. URL: <http://doi.org/10.51680/ev.34.1.9> (дата звернення: 13.03.2025).

КООПЕРАТИВНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ

Жданюк Дар'я

Тараненко О. О. – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. У роботі досліджено можливість використання окремих теоретико-методичних аспектів діяльності кооперативних організацій в діяльності туристичних кластерів.

Ключові слова: кластер, кооперація, принципи, суб'єкти туристичної діяльності.

Постановка проблеми. Сфера туризму є важливою складовою національної економіки. У багатьох країнах світу її розвиток забезпечує виконання вагомих економічних, соціальних, культурних та інших завдань. У нинішній час актуальним завданням є пошук та реалізація оптимальних форм, методів та інструментів провадження туристичної діяльності для підвищення її ефективності в сучасних умовах господарювання.

Аналіз основних досліджень. Туризм є перспективним видом діяльності. Його унікальність полягає в широкому виборі форм і видів діяльності, що дозволяє адаптувати наявні в кожній дестинації ресурси для розвитку відповідних видів туризму. В останні роки в Україні та інших країнах світу поширюється використання кластерної форми організації туристичної діяльності. Туристичні кластери сприяють оптимізації використання ресурсів, упровадженню інновацій, а також формуванню сприятливого середовища для розвитку підприємництва [1-3; 5-7]. Разом з тим, кризові явища в світовій економіці в останні роки вимагають пошуку інструментів підвищення ефективності туристичної діяльності.

Досвід багатьох країн свідчить, що кооперативна форма ведення господарства є дієвою в різних сферах економічної діяльності. Вона забезпечує ефективне реагування на різноманітні соціально-економічні виклики. Це дозволяє розглядати її теоретико-методичні основи з точки зору можливості вирішення сучасних проблем індустрії туризму.

Мета. Провести оцінку можливостей використання теоретико-методичних основ діяльності кооперативних організацій для підвищення ефективності функціонування кластерів у сфері туризму.

Виклад основного матеріалу. Туристична діяльність за своєю природою є комплексною, інтегрованою. Туристичний продукт є кінцевим результатом взаємодії суб'єктів близько 50 видів економічної діяльності. Саме туристичні оператори та туристичні агентства формують і реалізують готовий туристичний продукт як комплекс туристичних послуг. Але на всіх етапах створення та споживання туристичного продукту відбувається взаємодія різних суб'єктів, що входять до сфери туризму.

В останні роки є досить поширеним впровадження кластерних технологій у сферу туризму. Під туристичним кластером слід вважати територіально об'єд-

нану групу суб'єктів туристичної діяльності, що взаємодіють у процесі реалізації місцевого туристичного потенціалу та отримують додаткові конкурентні переваги внаслідок такої взаємодії [5]. Позитивними наслідками впровадження кластерної моделі організації туристичної галузі є такі: збільшення ефективності діяльності завдяки масштабу, оскільки економічна вигода від спільної діяльності підприємств в умовах об'єднання буде вищою, ніж у випадку окремих суб'єктів господарювання; розширення інноваційного потенціалу через використання між-фірмових інформаційних потоків; створення локального ринку праці, що сприяє підвищенню кваліфікації працівників, обміну досвідом, стажуванням тощо; зниження собівартості послуг завдяки спільному використанню ресурсів і туристичної інфраструктури, а також збільшенню кількості конкурентів серед посередників і посередників на ринку; сприяння розвитку та розширенню кооперації [1-3; 5-7].

Отже, взаємодія суб'єктів туристичної діяльності в рамках кластеру носить характер кооперації, але у сенсі «економічних взаємовідносин між партнерами в налагодженні їх співробітництва для досягнення спільної мети внаслідок оптимізації затрат матеріальних, фінансових, трудових, інтелектуальних та інших ресурсів на основі взаємної вигоди учасників процесу» [4]. Така кооперація може проявлятися у таких формах: спільна рекламна кампанія або участь в міжнародних туристичних виставках, що характерно, зокрема, для туристичних агентств, що входять до однієї франчайзингової мережі; спільна реалізація турів, про що свідчить співпраця туроператорів при організації довготривалих автобусних турів, коли кожен з них не має можливості повністю заповнити туристами транспортний засіб, але об'єднавши зусилля і заповнивши свою квоту місць можуть реалізовувати автобусні тури; на ринку авіаперевезень туристів фірми-оптовики (консолідатори) викупляють всю чартерну лінію та перепродають її більш дрібним фірмам у вигляді блок-чартерів (по 10-30 місць).

Разом з тим, взаємодія суб'єктів туристичної діяльності в рамках кластеру має певні ознаки об'єднання, а не проста співпраця незалежних суб'єктів. Зокрема, для них характерні інтегративність, системність, ресурсорієнтованість, соціалізація, самоорганізація [3]. На нашу думку, ці характеристики варто доповнити окремими кооперативними принципами для посилення стійкості туристичних кластерів сучасним соціально-економічним викликам.

Кооперативні принципи, закладені в основі діяльності кооперативних систем, наведено у «Заяві про кооперативну ідентичність», прийнятій у вересні 1995 р. на XXXI Конгресі Міжнародного кооперативного альянсу в Манчестері. До них належать: добровільність і відкрите членство; демократичний членський контроль; економічна участь членів кооперативу; автономія і незалежність діяльності кооперативу, що контролюють тільки його члени; кооперативи забезпечують освіту та підвищення кваліфікації для своїх членів; співпраця між кооперативами; турбота про розвиток своїх громад [4; 8].

Враховуючи специфіку туристичної діяльності та особливості кластерних технологій, кооперативні принципи доцільно трансформувати для використання в туристичних кластерах (рис. 1).



Рис. 1. Принципи взаємодії суб'єктів у туристичних кластерах
[складено автором]

Запропоновані принципи спрямовано на ефективний розвиток туристичної інфраструктури, підвищення конкурентоспроможності та взаємовигідне співробітництво серед учасників туристичного кластеру. Детальніше охарактеризуємо кожен з них.

Спільна мета та стратегічне бачення учасників туристичного кластеру полягає в об'єднанні ресурсів та зусиль навколо спільної мети, що може бути розвиток конкретного туристичного напрямку або туристичної дестинації. Також, це може бути просування певного виду туризму (наприклад, еко-туризм, культурний туризм тощо) або підвищення конкурентоспроможності на національному та міжнародному туристичному ринку.

Взаємодоповнюваність і спеціалізація зумовлені направленістю кожного учасника кластера на наданні певної туристичної послуги, але надання кластером повноцінного туристичного продукту потребує їх взаємодії та якісного внеску кожного учасника.

Суб'єктам туристичного кластеру доцільно спільно працювати над брендом і маркетинговими кампаніями для впізнаваності туристичного напрямку або регіону. Це передбачає об'єднання ресурсів і зусиль для участі у міжнародних виставках, створення рекламних матеріалів, розробки єдиного іміджу та покращення комунікації з потенційними туристами.

Спільне використання ресурсів та інвестиції учасниками у кластері передбачає об'єднання фінансових ресурсів для розвитку інфраструктури, створення нових об'єктів або оновлення існуючих (наприклад, розбудова нових туристичних маршрутів, облаштування нових готелів або об'єктів для відпочинку).

Інновації та розвиток в туристичному кластері забезпечують впровадження нових технологій, інновацій і креативних рішень для покращення туристичного досвіду. Це можуть бути інноваційні форми обслуговування туристів, упровадження цифрових рішень тощо.

Сприяння розвитку місцевих спільнот, що знаходяться на території кластеру полягає у економічному розвитку місцевих громад та інфраструктури для забезпечення стійкого туризму, що сприяє створенню нових робочих місць, підтримці місцевих підприємців, а також максимальному використанню культурної та історичної ідентичності у розвитку туризму.

У туристичних кластерах важливою є співпраця між суб'єктами кластеру та державними органами влади на основі державно-приватного партнерства. Об'єктом співпраці можуть бути державні програми, субсидії чи інші форми фінансування. Спільна робота над законодавчими ініціативами та інфраструктурними проєктами також може сприяти розвитку громади.

Відкрита комунікація та взаємна довіра забезпечують ефективну взаємодію учасників кластеру через вільний обмін інформацією і результатами своїх дій, а також допомога у вирішенні проблем окремих членів кластеру, що дозволяє уникати конкуренції між ними та сприяє розвитку спільних проєктів.

Дотримання принципів сталого розвитку в діяльності туристичного кластеру передбачає використання ресурсів так, щоб не завдати шкоди довкіллю та забезпечити збалансовану взаємодію економічної, соціальної та екологічної складової для розвитку туризму у відповідній дестинації в довгостроковій перспективі.

Висновки. Адаптація та використання кооперативних принципів у туристичних кластерах створює сприятливе середовище для спільного зростання та розвитку, допомагаючи залучати більше туристів, покращувати якість послуг та забезпечувати економічний і соціальний розвиток дестинацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адамовський О. Розвиток туристичної галузі на засадах формування туристичних кластерів / О. Адамовський, Р. Дорож // Економічний простір. – 2023. – № 187. – С. 29-33.
2. Атаманчук З. А. Туристичні кластери як механізм генерації та поширення інновацій / З. А. Атаманчук // Ефективна економіка. – 2023. – № 7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/-article/view/1863/1880>.
3. Голод А. Розвиток туристичних кластерів як стратегічний напрям регіональної політики / А. Голод, Т. Крижанівський, О. Дудаш // Економіка та суспільство. – 2024. – Вип. 70. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-182>.
4. Драбовський А. Г. Кооперативні системи: суть, принципи та особливості дослідження / А. Г. Драбовський // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.9. – С. 189-197.
5. Мазур В. С. Туристичний кластер – інструмент регіонального розвитку та економічного зростання / В. С. Мазур, О. В. Галько // Стратегія економічного розвитку України. – 2022. – № 50. – С. 134–149.

6. Перепелюкова О. В. Туристичні кластери як інноваційна форма розвитку туризму в Україні / О. В. Перепелюкова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2021. – № 5. Том 2. – С. 243-246.

7. Скляренко Я. П. Туристичні кластери країн Європи: передумови та особливості функціонування / Я. П. Скляренко // The scientific heritage. – 2018. – № 21. – С. 23-27.

8. Cooperative identity, values & principles [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>

ВИКЛИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТУРИСТІВ ТА МІСЦЕВИХ ГРОМАД В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ ДЛЯ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Губа Віталіна

Топорницька М. Я. – наукова керівниця

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі досліджено виклики та переваги соціальної інтеграції туристів і місцевих громад в умовах глобалізації, зокрема вплив на збереження культурної ідентичності. Розглядаються фактори взаємодії туристів і місцевих жителів, зміни у соціальних та культурних аспектах через глобалізацію, а також можливі ризики для локальних культур. Особлива увага приділена стратегіям інтеграції, що сприяють взаєморозумінню, і рекомендаціям щодо збереження культурної спадщини в умовах масового туризму.

Ключові слова: соціальна інтеграція, місцеві громади, глобалізація, культурна ідентичність, культурна спадщина, міжкультурна взаємодія, масовий туризм.

Постановка проблеми. Глобалізація значно змінює структуру світового туризму, впливаючи на соціальні та культурні процеси як у туристичних громадах, так і серед туристів. З одного боку, туризм може сприяти розвитку місцевих громад, покращенню економічної ситуації та міжкультурному порозумінню. З іншого боку, зростаючі потоки туристів ставлять під загрозу збереження культурної ідентичності, традицій та локальних звичаїв. Масовий туризм може призвести до комерціалізації культурних практик, знищення природних та архітектурних пам'яток, а також посилення культурного імперіалізму. Таким чином, важливо знайти баланс між розвитком туризму та захистом культурної спадщини, враховуючи соціальні, економічні та культурні виклики, що виникають у процесі глобалізаційних змін.

Аналіз основних досліджень. Теоретичному аспекту соціальної інтеграції туристів і місцевих громад в умовах глобалізації присвячено значну кількість досліджень. Зарубіжні вчені, зокрема Джон Голл та Гарі Сміт, досліджують вплив глобалізації на культурну ідентичність та соціальні структури в контексті туризму, підкреслюючи дві протилежні тенденції: з одного боку, туризм сприяє культурному обміну, з іншого – призводить до комерціалізації та втрати автентичності.

тичності. Юджин Гмельч та Жан-Жак Ланфант аналізують соціальні наслідки туризму, вказуючи на його роль у соціальній інтеграції та потенційні конфлікти між туристами та місцевими громадами. Річард Річардс звертає увагу на негативний вплив масового туризму на культурну спадщину. В Україні дослідженнями в цій галузі займаються науковці, як-от Сергій Романюк, Марія Лях та Ірина Шубіна, які аналізують соціально-економічні ефекти туризму, зокрема в контексті розвитку місцевих громад та збереження культурної спадщини.

Мета. Проаналізувати виклики і переваги соціальної інтеграції туристів та місцевих громад в умовах глобалізації, а також оцінку впливу цих процесів на збереження культурної ідентичності. Визначити стратегії та рекомендації для ефективної взаємодії між туристами і місцевими громадами, що сприятимуть збереженню культурної спадщини та розвитку соціальної інтеграції в умовах глобалізаційних змін.

Виклад основного матеріалу. Соціальна інтеграція в контексті туризму визначається як процес взаємодії між туристами та місцевими громадами, що сприяє збереженню соціальної стабільності, розвитку культури та забезпеченню взаємного розуміння між різними культурами та соціальними групами. Це процес, який включає в себе не лише прийом туристів місцевими жителями, але й активну участь останніх у створенні туристичних продуктів та послуг, сприяння культурному обміну та збереженню соціальних зв'язків у місцевих громадах. Згідно з визначенням Гаррі Сміта та українського науковця Марії Лях, соціальна інтеграція в туризмі передбачає не лише включення туристів у місцеві громади, але й створення умов для взаємного впливу культур, обміну знаннями та досвідом, а також пошук спільних точок для конструктивного співіснування.

Згідно з думкою Юджина Гмельча та Сергія Романюка, соціальна інтеграція в контексті туризму є процесом взаємодії туристів і місцевих громад, що сприяє гармонійній взаємодії культур, економічному розвитку та збереженню культурної ідентичності. В своїх дослідженнях вони підкреслюють, що соціальна інтеграція в туризмі передбачає не лише адаптацію місцевих жителів до туристичних потоків, але й активну участь місцевої громади у формуванні туристичного продукту, зазначивши, що цей процес дозволяє зберегти культурну спадщину та забезпечити сталий розвиток місцевих громад.

Таким чином, соціальна інтеграція в туризмі за визначенням українських та зарубіжних науковців є важливим процесом, який включає взаємодію, адаптацію та підтримку балансу між інтересами місцевих громад і туристів, що дозволяє зберегти культурну спадщину, сприяти сталому розвитку та забезпечувати соціальну гармонію в умовах інтенсивних туристичних потоків.

У контексті туристичних потоків соціальна інтеграція може мати як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, туризм може сприяти створенню платформ для культурного обміну, розвитку локальних економік, підвищенню рівня життя в місцевих громадах і залученню нових соціальних груп. Однак з іншого боку, високі туристичні потоки можуть створювати соціальні та культурні бар'єри, викликати незадоволеність місцевих жителів через зміну їхнього звичного способу життя, а також сприяти культурній асиміляції та зниженню

автентичності місцевих традицій. Основні фактори, що впливають на ефективність соціальної інтеграції [2]:

- *міжкультурна комунікація*: ефективність інтеграції значною мірою залежить від здатності туристів та місцевих жителів до порозуміння. Порушення мовних чи культурних бар'єрів часто стає основною перепорою на шляху взаєморозуміння;

- *економічний розвиток*: туризм може стати важливим чинником економічного розвитку, надаючи місцевим громадам можливості для працевлаштування та створення нових бізнесів. Однак це може спричинити економічну нерівність і соціальну напругу, якщо вигоди від туризму не розподіляються рівномірно серед усіх членів громади;

- *управління туризмом*: на ефективність соціальної інтеграції впливає також ступінь, до якого органи місцевого управління і туристичні компанії здатні планувати і регулювати туристичні потоки, зберігаючи баланс між інтересами туристів і місцевих жителів;

- *сталий розвиток туризму*: одним із основних факторів є застосування принципів сталого розвитку, що забезпечує мінімізацію негативного впливу туризму на навколишнє середовище та культуру місцевих громад. Підтримка сталого туризму дозволяє зберігати ресурси та культуру для майбутніх поколінь;

- *освітні ініціативи та культурний обмін*: освітні програми та заходи культурного обміну можуть сприяти зниженню культурних бар'єрів і забезпеченню більш глибокого взаєморозуміння між туристами та місцевими жителями, що є важливим для соціальної інтеграції.

Глобалізація стала одним із головних чинників, що змінюють соціальні структури та взаємодію між туристами і місцевими громадами. Глобалізація сприяє утворенню глобальних туристичних потоків, що веде до зростання мобільності людей і культурного обміну. Це може мати позитивні наслідки, такі як зростання міжкультурного порозуміння, однак створює виклики для соціальної та культурної стабільності місцевих громад [2]. Наприклад, розвиток туризму може змінити традиційний спосіб життя місцевих жителів, зокрема через комерціалізацію їхніх звичаїв і культури, що часто зводить ці традиції до туристичних атракцій, втрачаючи їхній автентичний зміст.

Глобалізація змінює не тільки поведінку місцевих жителів, але й їх економічну діяльність, оскільки все більше людей в сільських районах залучаються до туристичних підприємств, що, в свою чергу, може змінити їх соціально-економічні звички. Юджин Гмельч зазначає, що ці зміни можуть призвести до змішування культур і створення «глобальної культури», яка суперечить локальним традиціям та цінностям.

В умовах глобалізації взаємодія між туристами та місцевими громадами може призвести до збереження культурної ідентичності, але водночас спричинити загрози для місцевих культур через культурний імперіалізм та комерціалізацію традицій. Однією з ключових загроз є домінування західних культурних моделей у туристичних напрямках, що змушує місцеві громади адаптуватися до

нових стандартів і практик, а це може призвести до втрати автентичності культурних традицій [3].

Однак інтеграція туристів у місцеві громади також може створити можливості для збереження культурної спадщини. Наприклад, за допомогою етнотуризму можна привернути увагу до локальних традицій, ремесел, мов і звичаїв, що сприяє їх збереженню. Правильно організований культурний туризм може слугувати важливим інструментом для популяризації місцевих культур і водночас забезпечити економічну вигоду громадам [1].

Водночас важливо зазначити, що ці переваги можуть бути досягнуті тільки за умови сталого розвитку туризму, що включає етичні та екологічні аспекти. Сталий туризм, який враховує інтереси місцевих громад і зберігає природні ресурси, є ключовим фактором успішного розвитку [1].

Масовий туризм може призвести до серйозних ризиків для культурної спадщини. Туристичні потоки можуть спричиняти деградацію архітектурних пам'яток, знищення природних ландшафтів і виснаження місцевих ресурсів. Важливо, що без належного управління туризм може стати фактором комерціалізації місцевих культур, де традиції і обряди стають просто товаром для туристів.

У світі є успішні приклади, де туризм став платформою для соціальної інтеграції, сприяючи порозумінню між культурами. Вивчають практики сталого туризму в Україні, де місцеві громади активно включаються в організацію культурних та екологічних заходів, що підтримують інтеграцію туристів і місцевих жителів. Одним з прикладів є розвиток етнотуризму в Карпатах, де місцеві жителі пропонують туристам не лише послуги, а й можливість взяти участь у традиційних обрядах, що зміцнює культурні зв'язки і сприяє їх збереженню.

Висновки. Глобалізація значно впливає на соціальні і культурні процеси в умовах розвитку туризму, сприяючи не лише економічному зростанню, але й викликаючи соціальні зміни в місцевих громадах. Зростання туристичних потоків веде до покращення інфраструктури, створення нових робочих місць і підвищення рівня життя, однак також може спричиняти культурну асиміляцію та втрату автентичності традицій.

Водночас глобалізація та туристичні потоки можуть позитивно впливати на збереження культурної спадщини через розвиток культурного туризму, якщо при цьому враховуються принципи сталого розвитку та управлінські стратегії. За умови правильної організації туризму та взаємодії туристів і місцевих громад, можна досягти взаєморозуміння і збереження культурних традицій.

Таким чином, туризм є важливим інструментом соціальної інтеграції, розвитку економіки і збереження культурної ідентичності, але потребує обережного та стратегічного підходу для уникнення негативних наслідків для соціальних структур і культурної спадщини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мальська М. П. Фестивальний туризм: теорія та практика: Навч. посіб. / М. П. Мальська, А. Т. Грицишин, С. В. Білоус, М. Я. Топорницька. – К. : Видавець: ФОП Піча Ю. В., 2022. – 232 с.

2. Gmelch, S. Tourism: The Anthropology of Experience. Waveland Press. URL: <https://www.waveland.com/browse.php?t=139>
3. Smith, G. The Global and the Local in Tourism: a critical approach. Taylor & Francis. URL: <https://shs.cairn.info/article/>
4. UNWTO (World Tourism Organization). International Tourism Highlights. URL: <https://www.e-unwto.org/toc/unwtogad/2023/>.

ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ В САМАРІВСЬКОМУ РЕГІОНІ НА ДНІПРОПЕТРОВЩИНІ

Герасимова-Гордуз Серафима

Войтович Наталія – наукова керівниця

*Новомосковський фаховий кооперативний коледж економіки та права
ім. С.В. Литвиненка*

Анотація. В роботі досліджено перспективи створення регіонального туристичного кластеру в Самарівському регіоні на Дніпропетровщині.

Ключові слова: туристичний кластер, модель кластера, інноваційна туристична інфраструктура, туристичний продукт.

Постановка проблеми. Однією з перспективних форм економічної інтеграції є формування інноваційних кластерів, які є групою підприємств, фірм, організацій та установ, діяльність яких знаходиться в одній (чи споріднених) сферах бізнесу за економічними інтересами та регіональною ознакою. Перевага і новизна кластерного підходу полягають у тому, що він надає високої значущості мікроекономічній складовій, а також територіальному і соціальному аспектам економічного розвитку.

Аналіз основних досліджень. Питанням розвитку економічних кластерів були присвячені публікації українських вчених-регіоналістів: А. Гонтаржевської, О. Крайника, Т. Ткаченко, А. Требуха [1-5]. Результатом їхніх досліджень стали: сформовані об'єкти кластерних угруповань (природної чи культурної спадщини, освітніх установ, об'єктів туристичної інфраструктури, проектних і наукових організацій, аргументовано доведені роль та місце кластерів у розвитку регіональних економічних (в т. ч. й туристичних) систем; місце та значення персоналу в організації роботи кластерів, органів місцевого самоврядування тощо.

Мета. Обґрунтування необхідності побудови туристичних кластерів, які сприяють найбільш ефективному використанню туристсько-рекреаційного потенціалу Самарівського регіону у процесі формування і реалізації туристичного продукту шляхом об'єднання зусиль науки, бізнес-структур, державних та місцевих органів влади, громадських організацій Дніпропетровщини в єдиний комплекс.

Виклад основного матеріалу. З початком війни в Україні постраждали всі сфери та галузі, в тому числі й туризм. Чи доречно зараз згадувати регіональні туристичні принади, коли в таких надскладних умовах можна подорожувати лише з метою переселитися до безпечніших місць або щоб хоч на якийсь час втекти від жахливих реалій, що принесло з собою повномасштабне вторгнення?

У будь-які часи – як мирні, так і воєнні – туризм є підтримкою сфери господарської діяльності, надає робочі місця і можливості для заробітку у місцевих громадах, розвиває народні промисли і в цілому сприяє розвитку культури. Тому зараз так важливо не дати зникнути тому, що вже працювало, а після завершення важкого періоду – спрямувати зусилля на його відновлення і подальший розвиток. На жаль, поняття «туристичного кластеру» в Україні сьогодні не визначене на законодавчому рівні, немає й загальноприйнятого визначення цього терміну. Тому не виключено, що різні фахівці під «кластером» мають на увазі зовсім різні явища.

Туристичний кластер – це галузеве, територіальне і добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють з науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту і сприяння економічному розвитку регіону. Туристичний кластер, на наш погляд, є оптимальним видом співробітництва, який може вирішувати будь-які завдання у сфері розвитку та підтримки туризму в регіоні.

Результатом взаємодії всіх учасників туристичного кластеру є комплексний туристичний продукт, який неможливо отримати від ізольованого функціонування кожного елементу цієї системи.

Метою створення туристичного кластера є розробка та реалізація програм розвитку туризму і ремесел у малих містах України, інформаційна, організаційна та фінансова підтримки розвитку туризму у містах, що обрали цей вид діяльності як стратегію свого розвитку, забезпечення тісної співпраці туристичних підприємств з банківськими установами та провідними туристичними фірмами України.

Сутність кластерного підходу полягає в тому, що це є нова управлінська технологія, яка дозволяє підвищити конкурентоспроможність окремого регіону, галузі або обох разом. Зароджується нова економіка – економіка вражень, орієнтована на відчуття споживача.

Ще до початку масштабного вторгнення РФ на територію України депутати Дніпропетровської обласної ради ухвалили Стратегію туристичного потенціалу області на 2018 – 2027 роки. Розвиток туризму дозволяє не лише створити нові робочі місця, а й підняти професійний рівень та конкурентоздатність нашого Самарівського регіону.

Серед вдалих прикладів вирішення проблем туристичної галузі Дніпропетровщини – рішення ЮНЕСКО про включення Петриківського розпису до Списку нематеріальної культурної спадщини людства. Вперше в своїй історії Україна виборола такий почесний статус. За підтримки уряду та керівництва Дніпропетровської області реалізується проєкт з просування Петриківського бренду за кордоном.

Туристично-рекреаційні ресурси Самарівського регіону – це об'єкти, що використовуються чи можуть бути використані для відпочинку, туризму, лікування, оздоровлення населення. Рекреаційні ресурси Дніпропетровщини вивчені достатньо, але не системно. До того ж щодо регіону склався пересічний образ екологічно несприятливої території, перевантаженої промисловими виробни-

цтвами й такої, що не має суттєвих, значущих туристських атракцій. Цей образ є глибоко хибним.

Сучасна тенденція розвитку туризму полягає у тому, що потенційного туриста важко зацікавити одноманітним відпочинком, подоланням значних відстаней заради одного-двох, навіть цікавих, об'єктів. Створення екскурсійної програми може бути викликом для туроператорів та екскурсоводів, які мають забезпечити незабутні враження для своїх клієнтів. У нас є дуже цікаві, але не «розкручені» місця, які можуть стати родзинкою у майбутньому туристичному маршруті.

Один з таких маршрутів по Самарівщині пропонуємо ми.

1. Розміщення групи туристів в готелі GOOD ZONE Hotel.
2. 7:30 – 08:00 – сніданок.
3. 8:30 – виїзд з готелю.
4. 9:00 – 10:00 – екскурсія до Свято-Троїцького собору.
5. 10:30 – 11:30 – екскурсія до музею ім. П. Калнишевського.
6. 12:00 – 13:00 – екскурсія до Свято-Миколаївського пустельного чоловічого монастиря.
7. 13:30 – 14:00 – вільний час в монастирі на придбання сувенірів.
8. 14:00 – 15:00 – обід в монастирі, прогулянка територією.
9. 15:30 – 16:00 – екскурсія до озера Солоний лиман.
10. 16:30 – 17:30 – екскурсія до парку-готелю «Золотий пляж».
11. 18:30 – 20:00 – відвідування ресторану «Гуляй-поле» чи «Скриня» на вибір, вечеря на замовлення.
12. 20:30 – повернення до готелю GOOD ZONE.

GOOD ZONE Hotel розташований на березі річки в екологічно чистій місцевості. Стильні номери і котеджі, на території обладнано відкритий басейн, ігровий майданчик, тенісний корт, поле для мініфутболу та майданчик для пляжного волейболу.

У м. Самар туристи мають змогу побачити собор, який описаний у романі Олеся Гончара і визнаний світовою перлиною дерев'яної монументальної архітектури.

Краєзнавчий музей розташований в окремому приміщенні – будівлі 1901 р. (стиль – український модерн). Сьогодні музей є одним із центрів культури Присамар'я.

Свято-Миколаївський пустельний чоловічий монастир – найбільший монастирський комплекс Дніпропетровщини. Відомо, що ще дерев'яним монастир був заснований на початку XVII ст. київським ченцем Паїсієм.

Завдяки своїм унікальним природним умовам Самарівщина є справжнім зеленим оазисом серед безкраїх степів. Найбільш відвідуваним місцем на території Придніпров'я є курорт «Солоний лиман».

Парк-готель «Золотий пляж» розташований в мальовничому куточку села Орлівщина, що робить це місце ідеальним для спокійного та водночас активного відпочинку для всієї родини. Концепція закладу побудована на любові та повазі до всього живого. На території знаходиться зоопарк, а більшість тварин вільно

гуляють по території. Унікальна атмосфера вегетаріанського ресторану з видами на озеро. Територія є повністю безалкогольною. Комфорт та затишок у кожному номері, сучасний дизайн та всі необхідні зручності для ідеального відпочинку.

На території парку-готелю «Золотий пляж» незабаром відкривається перший в Україні музей BMW, де на гостей чекає унікальна колекція з більш ніж 90 моделей.

Ресторан-готель «Гуляй-поле» тематично відображає романтизоване уявлення про революційні події першої половини XX сторіччя на Катеринославщині і славних походах анархістської селянської армії Батька Махна. Цей факт і став відправною точкою для створення фірмового стилю ресторану, з унікальним меню, яке враховує національні традиції (приготування в печі, наливки за власними рецептами).

Родинна ресторація «СКРИНЯ» – це кращий заклад у м. Павлоград, де можна провести справжній сімейний відпочинок, дитячі свята, романтичний вечір, банкет, корпоратив або ж відпочинок на природі.

Приблизна загальна вартість туру з екскурсійним обслуговуванням та харчуванням становить 1500 грн за 1 особу.

Ми запропонували вам лише один із 10 розроблених туристичних маршрутів по нашому регіону.

Висновки. Аналіз потенціалу туристичної галузі Самарівського регіону дав змогу розробити й обґрунтувати раціоналістичну модель формування туристичного кластера на районному рівні, яка дасть можливість об'єднати зусилля для збільшення кількості споживачів внутрішнього туризму, підвищити конкурентоспроможність та створити цікаві туристичні продукти; сприяти розвитку існуючих та формуванню нових видів туризму (лікувально-оздоровчий та рекреаційний, адаптивний та активні види відпочинку).

І власники житла, і готельєри, і підприємці, які надають супутні послуги у туризмі, готові змінювати принципи та підходи й адаптуватися під нові реалії та запити туристів.

Ми впевнені, що комплексний підхід до розвитку туризму та підтримки тих, хто потребує допомоги, зробить наш регіон та Україну місцем, яке сприятиме відновленню та процвітанню нації навіть у складні часи й після того, як всі складнощі ми подолаємо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навч. посіб. / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
2. Крайник О. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект / О. Крайник, М. Біль // Науковий вісник «Демократичне самоврядування». – 2009. – Вип. 4. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/krajnyk.htm.
3. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін.; за ред. А. А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2010. – 569 с.

4. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. 2-ге вид., випр. та доп. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

5. Требух А. А. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону / А. А. Требух, Н. Б. Бандура // Науковий вісник НДТУ України. – 2010. – С. 265-270.

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Вихренко Юлія

Градюк Н. М. – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі обґрунтовано механізми посилення конкурентних переваг підприємств харчової промисловості системи споживчої кооперації України на внутрішньому ринку. Визначено специфіку забезпечення конкурентоспроможності підприємств в умовах викликів сьогодення.

Ключові слова: споживча кооперація, конкурентоспроможність, внутрішній ринок, харчова промисловість.

Постановка проблеми. В умовах динамічного та мінливого ринкового середовища, де конкуренція постійно зростає, здатність підприємств споживчої кооперації формувати та підтримувати стійкі конкурентні переваги стає ключовим фактором їх успіху та виживання. В умовах жорсткої конкуренції, коли підприємства харчової промисловості системи споживчої кооперації стикаються з насиченістю ринків, зростанням вимог споживачів до якості продукції та послуг, а також з необхідністю постійного впровадження інновацій, здатність ефективно використовувати наявні ресурси та створювати нові конкурентні переваги стає критично важливою. Це вимагає від кооперативних підприємств не лише аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища, але й розробки та впровадження стратегій, спрямованих на формування та підтримання конкурентних переваг.

Аналіз основних досліджень. Проблеми конкурентних переваг досліджували такі вчені як: М. Портер, Ф. Корнер, Дж. Б. Барні, І. Дейнега, Ю. Чалюк, І. Шаповалова, З. Шершньова, Б. Данилишин та інші. У найбільш загальному вигляді ці дослідники визначають конкурентну перевагу підприємства як сукупність унікальних характеристик, ресурсів, компетенцій або властивостей, які дозволяють йому ефективніше конкурувати на ринку, забезпечуючи вищу цінність для споживачів порівняно з конкурентами. Це може проявлятися у вигляді нижчих витрат, вищої якості продукції, унікальних технологій, сильного бренду, ефективної системи дистрибуції або інших факторів, що забезпечують підприємству стійку перевагу [4]. Конкурентні переваги підприємства можуть бути визначені через різні підходи та концепції. Майкл Портер акцентує увагу на здатності підприємства утримувати конкурентну позицію, залишаючись на рівні з іншими учасниками ринку [4].

Мета. Метою дослідження є обґрунтування пріоритетних напрямів посилення конкурентних переваг підприємств харчової промисловості системи споживчої кооперації України.

Виклад основного матеріалу. Харчову промисловість системи споживчої кооперації України представляють майже 300 підприємств і цехів з виробництва хліба і хлібобулочних виробів, кондитерських, макаронних виробів, ковбасних, харчової рибної продукції, консервної та іншої. Частина виробничих підприємств зорієнтована на виробництво широкого спектру продукції за традиційними народними рецептами. Продукція є конкурентоспроможною, користується попитом у торгових мереж [3]. Підґрунтям для формування та створення конкурентних переваг виробничих підприємства споживчої кооперації слугують ті передумови, які дають змогу сформувавши відмінні від конкурентів властивості товарів.

Для оцінки конкурентної позиції підприємств харчової промисловості системи споживчої кооперації було застосовано модель п'яти сил конкуренції М. Портера. Цей підхід є популярним і зручним інструментом для аналізу ринкового середовища та визначення ключових факторів, що впливають на конкуренцію в галузі. У процесі аналізу проаналізовано значення впливу п'яти основних сил, а саме [4]:

- 1) рівень конкуренції серед існуючих ринкових гравців;
- 2) вплив товарів-замінників на попит;
- 3) ризик виходу на ринок нових конкурентів;
- 4) фінансовий та комерційний вплив постачальників;
- 5) ринкова сила та можливості покупців.

Для глибшого аналізу конкурентних переваг був проведений детальний PEST-аналіз ринку України. Проведений PEST-аналіз ринку України показує, що діяльність кооперативних підприємств харчової промисловості на українському ринку в 2025 р. залежна від низки викликів і можливостей. Політичні ризики, пов'язані з війною, можуть вплинути на логістику та стабільність бізнесу, проте державні програми сприяють адаптації підприємств до складних умов. Економічна ситуація характеризується відносним відновленням після кризових років, але інфляція та зміни купівельної ефективності населення можуть коригувати стратегію ціноутворення та асортименту продукції. Соціальні фактори, такі як демографічні зміни та зміни споживчих уподобань, вимагають від підприємств гнучкості у маркетингових та виробничих підходах. Водночас технологічний прогрес відкриває можливості для підвищення ефективності виробництва та розвитку цифрових каналів збуту. Загалом, для успішного функціонування у 2025 р. підприємствам споживчої кооперації необхідно адаптувати бізнес-стратегію до нових реалій, зберігаючи конкурентні переваги через інновації, оптимізацію витрат і стратегічне планування.

SWOT-аналіз кооперативних підприємств харчової промисловості показує, що підприємства мають значні конкурентні переваги на українському ринку, зокрема сучасні виробничі потужності, сильний бренд, якісну сировину та розвинену логістику. Проте є слабкі сторони, зокрема залежність від економічної ситуації в країні та сезонність попиту. У цьому контексті кооперативні підпри-

ємства мають великі можливості для подальшого розвитку: розширення асортименту, вихід на нові ринки, цифровізація продажів і підвищення екологічності виробництва можуть сприяти зростанню їх ринкової частки.

Впровадження стратегії конкуренції є ключовим елементом у формуванні стійких ринкових позицій кооперативного підприємства. Це комплексний підхід, який включає оцінку ринкового середовища, аналіз конкурентів, визначення сильних і вразливих аспектів діяльності, а також розробку ефективного механізму підвищення переваги над іншими гравцями галузі. Для кооперативних підприємств харчової промисловості можна запропонувати такі конкурентні стратегії:

1. Стратегія лідерства за витратами. За цієї стратегії головна увага приділяється витратам на підприємстві. Основа цієї конкурентної стратегії полягає у досягненні внутрішньої конкурентної переваги, що досягається за рахунок організаційних і виробничих нововведень на кооперативному підприємстві з метою оптимізації витрат, а також пошуку можливості використання більш дешевих ресурсів без погіршення якості продукції, що випускається або надання послуг [5]. Стратегія лідерства за витратами є надзвичайно корисною для кооперативних підприємств харчової промисловості, оскільки дозволяє оптимізувати собівартість продукції через масове виробництво, автоматизацію процесів та ефективне управління закупівлями сировини.

2. Стратегія оптимізації витрат. Вона передбачає спрямування зусиль кооперативного підприємства на певний визначений сегмент ринку з намаганням забезпечити якомога нижчий рівень витрати в цьому сегменті. Зрештою, стратегія фокусування передбачає, що підприємства, які обирають дану стратегію, фокусуються на створенні унікальних продуктів або послуг для певного сегменту ринку. Вони намагаються задовольнити унікальні потреби цього сегменту і за рахунок такого підходу встановлювати вищі ціни на кінцевий продукт [5]. Стратегія оптимізації витрат може бути корисною для кооперативних підприємств харчової промисловості у певних ринкових сегментах, де підприємства планують мінімізувати витрати, зосереджуючись на конкретних категоріях продукції або окремих регіонах.

3. Стратегія диференціації. Сутність такої стратегії полягає в наданні продукту відмінних рис, унікальних характеристик, незвичайних властивостей, які відрізнятимуть його від конкуруючих продуктів, але в рамках однієї функціональної групи. За рахунок створення індивідуального образу продуктом зацікавиться нове коло споживачів, які зможуть платити більше. Вдало підібраний асортимент є одним з головних факторів, що відзначають сильного конкурента [1].

4. Стратегія фокусування (концентрації). Її сутність полягає в тому, щоб зосереджувати увагу на обслуговуванні окремої категорії споживачів з унікальними потребами та вподобаннями. Стратегія фокусування може бути корисною для кооперативних підприємств у розширених нішевих продуктах, орієнтованих на конкретні категорії споживачів з унікальними потребами. Наприклад, кооперативне підприємство може зосередитися на виробництві спеціалізованих ліній

продукції, таких як харчова продукція без цукру для людей з діабетом, органічні солодоші для споживачів, які забезпечують здорове харчування, або ексклюзивні подарункові набори.

Висновки. Узагальнення наукових результатів дозволило зробити наступні висновки:

- для забезпечення тривалої конкурентоспроможності кооперативне підприємство повинно мати як внутрішні, так і зовнішні фактори, що впливають на його діяльність. Це передбачає не тільки оптимізацію витрат і підвищення продуктивності, а й стратегічне позиціонування на ринку, орієнтацію на потреби споживачів і готовність швидко реагувати на зміни в конкурентному середовищі;

- на вибір стратегії впливає сукупність різноманітних чинників, зокрема стратегічне положення підприємства, темпи його розвитку, виробничо-технічні можливості, спектр наданих послуг, економічні умови, політична ситуація ринку тощо. Зважаючи на принципи функціонування підприємств і специфіку економічного середовища в сучасних реаліях, стратегія має бути максимально ефективною, тобто спрямованою на досягнення запланованих цілей і забезпечення максимального прибутку;

- за результатами PEST – аналізу українського ринку можна стверджувати, що діяльність підприємств харчової промисловості системи споживчої кооперації у 2025 р. залежить від політичних ризиків, економічної ситуації, соціальних змін і технологічного прогресу. Зміни споживчих уподобань вимагають гнучкості, а технологічні інновації відкривають нові можливості. Для успіху у 2025 р. підприємствам необхідно адаптувати стратегію, впроваджувати інновації та оптимізувати витрати;

- провівши SWOT-аналіз визначено що кооперативні підприємства мають значні конкурентні переваги на українському ринку, зокрема сучасні виробничі потужності, сильний бренд, якісну сировину та розвинену логістику. Проте є слабкі сторони, зокрема залежність від економічної ситуації в країні та сезонність попиту. На це кооперативні підприємства мають великі можливості для подальшого розвитку: розширення асортименту, вихід на нові ринки, цифровізація продажів і підвищення екологічності виробництва можуть сприяти зростанню її ринкової частки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Василенко В. В. Суть та види конкурентних переваг підприємства: монографія / В. В. Василенко, В. І. Порфіренко, М. М. Гребельник. – К. : Вид-во «Економіка та управління підприємствами», 2020. – 99 с.

2. Вербівська Л. В. Конкурентні переваги підприємства та обґрунтування стратегії їх забезпечення: монографія / Л. В. Вербівська. – Чернівці: Вид-во «Ефективна економіка», 2023. – 9 с.

3. Офіційний сайт Всеукраїнської центральної спілки споживчих товариств [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://coop.ua>.

4. Портер М. Конкурентна стратегія: техніки аналізу галузей і конкурентів / переклад з англ. Н. Кошманенко / М. Портер. – К. : Наш формат, 2020. – 416 с.

5. Манн Р. В. Методичні засади формування конкурентних переваг підприємства: монографія / Р. В. Манн. – Черкаси: Вид-во «Цифрова економіка та економічна безпека», 2023. – 125 с.

ВИРОБНИЦТВО ПШЕНИЧНОГО ХЛІБА З ВИКОРИСТАННЯМ СОКУ БУЗИНИ ЧОРНОЇ ТА ПОРТУЛАКУ ГОРОДНЬОГО СУШЕНОГО ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Макаренко Катерина

Сеневич Н. О. – наукова керівниця

Чернігівський кооперативний фаховий коледж Чернігівської облспоживспілки

Анотація. У роботі досліджувалась технологія приготування хлібобулочних виробів зі збільшеним вмістом вітамінів, мікро- та макроеlementів на прикладі додавання до їх рецептури соку чорної бузини та сушеного портулаку городнього з перспективою впровадження даних рецептур в подальшому на підприємствах споживчої кооперації Чернігівської облспоживспілки.

Ключові слова: асортимент, сік чорної бузини, сушений портулак городній, хліб, хлібобулочні вироби.

Постановка проблеми. Здоров'я нації є великою самостійною цінністю, яка впливає на продуктивність праці, економічний розвиток і конкурентоспроможність держави, сприяє зростанню соціального добробуту. А в час новітніх технологій, ритм життя настільки стрімкий, що не завжди є можливість нормально поїсти. Тому у звичку входять швидкі перекуси з продуктів, якість яких залишає бажати кращого. Їжа є основним пунктом нормального функціонування організму. Вона має всі необхідні елементи для розвитку, гарного стану здоров'я та працездатності. Але, на жаль, якість продуктів харчування зараз є глобальною проблемою. Вони збіднені на вітаміни, мікро- та макроеlementи.

Недостатнє вживання вітамінів знижує фізичну та розумову працездатність, стійкість до захворювань, підсилює негативний вплив несприятливих екологічних та виробничих чинників, стресів, підвищує професійний травматизм, чутливість до дії радіації, скорочує термін активної працездатності, підвищує ризик розвитку серцево-судинних та онкологічних захворювань.

Недостатнє вживання макро- та мікронутрієнтів у дитячому та юнацькому віці негативно впливає на фізичний розвиток, успішність, сприяє розвитку порушень обміну речовин, хронічних захворювань, тобто порушує формування здорового покоління. Свій вклад в цю проблему внесли такі фактори, як монотонізація раціону, втрата його різноманітності, збільшення долі багатакалорійних, рафінованих продуктів харчування (білий хліб та хлібобулочні вироби, макаронні та кондитерські вироби, цукор, алкогольні напої, «швидка їжа») та продуктів, що зазнали впливу консервантів, значної технологічної обробки, тривалого зберігання.

Фізіологічні потреби організму людини у вітамінах та мінеральних речо-

винах були сформовані усією еволюцією, у ході якої обмін речовин пристосувався до тієї кількості біологічно активних компонентів, які він отримав з великими об'ємами простої натуральної їжі, що відповідали значним енерговитратам предків.

Тому і виникає потреба у розробці нових видів харчування. Зокрема використання при виробництві хліба нетрадиційної сировини дає можливість збагатити вироби вітамінами, мікро- та макроелементами.

Аналіз основних досліджень. Для приготування хліба було використано сік чорної бузини та сушений портулак городній.



Бузина чорна – це великий чагарник сімейства жимолостевих. Поширений майже по всій території України, росте по берегах річок, в старих парках, біля будинків, в заростях чагарників. З лікувальною метою в народній медицині використовують квіти, листя, кору, коріння, плоди.

Бузину призначають для профілактики і лікування фіброаденоми, мастопатії, фіброміоми та інших новоутворень. На практиці доведено протипухлинний ефект препаратів бузини.

Бузину вживають при:

- застуді, грипі, ангіні, бронхіті, сухому кашлі, запаленні слизової оболонки ротової порожнини;
- шкірних захворюваннях, пов'язаних з порушенням обмінних процесів;
- набряках ниркового і серцевого походження, захворюваннях нирок, ниркової недостатності, запаленні сечового міхура;
- діабеті.

Як і про кожну відому рослину, про бузину розповідають казки та легенди. Одна з них свідчить, що колись вельможа, полюючи в глухому лісі, відстав від свити, заблукав і вийшов до самотньої хатини, біля якої сидів старий і плакав. На запитання про причину сліз, дідусь поскаржився, що його побив батько за неповагу до діда. Здивований вельможа зайшов у будинок і побачив двох древніх старих. Вражений, він запитав, як досягти довголіття. І діди розповіли, що все життя живуть у лісі, обробляють землю, а харчуються, головним чином, хлібом, молоком і сиром. А ще вживають ягоди чорної бузини, яким і зобов'язані своїм здоров'ям. [8, с.12]

Друга сировина, яку використовували для приготування хліба – це сушений портулак городній.

Портулак городній – це рослина, яка високо цінується за свою харчову цінність. Він багатий на вітаміни і мінерали, включаючи вітамін С, вітамін А, залізо, кальцій і калій. Портулак також містить антиоксиданти та корисні мікроелементи, такі як цинк та мідь. Ці поживні речовини необхідні для підтримки хорошого здоров'я, різних функцій організму. Портулак є чудовим джерелом жирних кислот Омега-3, що робить його поживною добавкою до будь-якої дієти. Це також гарне джерело клітковини та рослинного білка. Висока поживна цінність портулаку робить його чудовим доповненням до будь-якої страви. Відомо, що він має протизапальні та протимікробні властивості, які можуть допомогти полегшити різні захворювання. Портулак є чудовим джерелом антиоксидантів, які можуть допомогти захистити організм від окислювального стресу. Високий вміст вітаміну А в рослині підтримує здоров'я шкіри, зору та нервової системи. Портулак також багатий мінералами та мікроелементами, включаючи залізо, мідь та селен. Ці мінерали необхідні для підтримки здоров'я та різних функцій організму [4, с. 85].



Мета роботи полягає в удосконаленні технології хлібобулочних виробів з використанням соку бузини чорної та сушеного портулаку городнього з метою збагачення виробів біологічно активними речовинами рослинного походження і надання їм оздоровчих властивостей.

Виклад основного матеріалу. Якість життя кожної людини полягає в максимально можливому довголітті та спроможності громадянина прожити це життя здоровим у межах його повного та рівного права на доступ до усіх наявних світових технологій, які є спільним надбанням людства та які можуть забезпечити здоров'я людини. Здоровий спосіб життя – це дії, спрямовані на запобігання захворювань, зміцнення всіх систем організму та поліпшення загального самопочуття людини. Основними складовими здорового способу життя є: раціональне харчування, позитивні емоції, інтелектуальний розвиток, режим праці та відпочинку, самоконтроль за станом здоров'я. Важливе значення у формуванні здорового способу життя відведене раціональному харчуванню, що передбачає насичення організму необхідною кількістю вітамінів, мікроелементів, білків, жирів, вуглеводів, що мають поліпшувати стан здоров'я на оптимальному рівні.

Для вирішення цієї задачі студентами, під керівництвом викладача Чернігівського кооперативного фахового коледжу Чернігівської облспоживспілки, розроблений хліб з використанням соку бузини чорної та сушеного портулаку городнього.

У процесі виконання науково-дослідницької роботи вдалося:

1. Науково обґрунтувати і експериментально підтвердити ефективність застосування соку бузини чорної та сушеного портулаку городнього у хлібопекарському виробництві з метою розроблення нових видів хлібобулочних виробів з оздоровчими властивостями.

2. Встановити, що дані добавки здатні збагачувати хлібобулочні вироби білком, підвищувати вміст клітковини, вітамінів групи А, С, Бета-каротин, Альфа-каротин, D, D₂, D₃, E, K, B₁, B₂, B₃, B₄, B₅, B₆, B₉, B₁₂, мінеральних речовин (особливо калію, кальцію, заліза), жирних кислот Омега-3.

3. Методом експериментально-статистичного моделювання встановлено оптимальне дозування соку бузини чорної та сушеного портулаку городнього до маси борошна та параметри ведення технологічного процесу, які забезпечують високу якість виробів із ними.

Основні результати досліджень полягають в наступному:

1. Доведено, що за хімічним складом портулак городній є джерелом збагачення хлібобулочних виробів біологічно активними речовинами.

Таблиця 1

Хімічний склад сушеного портулаку городнього

Речовина	Одиниця вимірювання	Вміст, мг, на 100 г сировини
Білки	г	2,0
Жири	г	0,4
Вуглеводи	г	3,4
Залізо	мг	2,0
Калій	мг	494,0
Кальцій	мг	65,0
Магній	мг	68,0
Фосфор	мг	44,0
Натрій	мг	45,0
Цинк	мг	0,2
Селен	мкг	0,9
Вітамін В ₃ (тіамін)	мг	0,5
Вітамін В ₂ (рибофлавін)	мг	0,1
Вітамін В ₄ (холін)	мг	12,8
Вітамін В ₆ (піридоксин)	мг	0,1
Вітамін В ₉ (фолієва)	мкг	12,0
Вітамін С	мг	21,0

Таблиця 2

Хімічний склад соку бузини чорної

Речовина	Одиниця вимірювання	Вміст, мг, на 100г сировини
Білки	г	0,66
Жири	г	0,5
Вуглеводи	г	8,4
Залізо	мг	1,6
Калій	мг	280,0
Кальцій	мг	38,0
Магній	мг	5,0
Фосфор	мг	39,0
Натрій	мг	6,0
Цинк	мг	0,1
Селен	мкг	0,6
Мідь	мг	0,1
Вітамін С	мг	52,0

2. Встановлено, що для виробництва хлібобулочних виробів високої якості технологічно можливим є внесення соку бузини чорної в кількості до 5 % до маси борошна. За такого дозування органолептичні показники виробів практично не змінилися, за винятком кольору частини м'якушки (так як хліб готується з двох частин тіста, в одну з яких і додається сік бузини).

3. Встановлено, що при додаванні соку бузини підвищилась кислотність тіста на 0,2%. Що суттєво не впливає на якісні показники хліба.

4. Визначено вплив соку чорної бузини на перебіг біохімічних та мікробіологічних процесів у тісті при його дозріванні. Встановлено, що при внесенні соку чорної бузини у тісто при замісі, знижується бродильна здатність дріжджів, що впливає на формування структурно-механічних властивостей тіста.

5. Встановлено, що доцільно вносити сік бузини чорної у частину тіста при обминанні, щоб не пригнічувати життєдіяльність дріжджів, а також скоротити час бродіння тіста після обминання до 20 хвилин.

6. У частині тіста, куди додається сік бузини чорної, було встановлено, що вологість тіста підвищилася на 0,5%. Тому доцільно при замішуванні такого тіста знизити його вологість на 0,5%

7. Підтверджено, що введення в рецептуру соку бузини чорної збагачує вироби мікро- та макроелементами на 20% та амінокислотами, але збагачення вітамінами незначне. Тому було вирішено додати при виробництві хліба, для збагачення вітамінами сушений портулак городній, що дало можливість збагатити вироби вітамінами групи В.

Так споживання за добу 350 г хліба з соком бузини чорної та сушеним портулаком городнім задовольняє потребу організму в мікро- і макроелементах на 25 %, у вітамінах групи В на 30,0 %, тому можна вважати, що дані види виробів є ефективним джерелом цих речовин для організму людини.

8. Експериментально доведено, що хліб з соком бузини чорної та сушеним портулаком городнім, протягом 48 годин, краще зберігає свіжість, ніж вироби без них.

Показано, що сік бузини чорної та сушений портулак городній збагачує хлібобулочні вироби вітамінами, харчовими волокнами, мінеральними речовинами, що надає їм оздоровчих властивостей, подовжується тривалість збереження виробами свіжості.

Теоретичні й практичні аспекти використання даної сировини покладені в основу удосконалення технології хлібобулочних виробів.

Висновки. Раціональне та здорове харчування є основним компонентом здорового способу життя. Харчування забезпечує нормальний розвиток людини, сприяє профілактиці захворювань, продовженню життя і створює умови для адекватної адаптації до навколишнього природного середовища.

А так як хліб та хлібобулочні вироби – це продукт повсякденного вживання, то їх асортимент необхідно поповнювати новими виробами оздоровчого характеру.

Таким чином, перспективними і актуальними напрямками досліджень є розробка технологій інноваційних хлібобулочних виробів збагачених вітамінами, мікро- і макроелементами.

Отже, розроблена і випробувана в науково-дослідницькій роботі рецептура хліба з додаванням соку чорної бузини і сухого портулаку городнього буде запропонована і в подальшому впроваджена у виробництво на підприємствах споживчої кооперації Чернігівщини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Головка О. М. Удосконалення технології плодово-ягідних соків і напоїв: автореф. дис. канд. техн. наук : 05.18.07 «Технологія продуктів бродіння» / Головка Ольга Миколаївна; Нац. ун-т харч. технологій. – К., 2005. – 18 с. <https://dspace.nuft.edu.ua/items/918fb799-6c1f-4762-8aff-86836082db15>
2. Charakterystyka owocow admian szlachetnych oraz form dziko rosnacych bzu czarnego [Text] / J. Wazbinska, U. Puczel, J. Borowska, R. Zadernowski // Rocz. Akad. Rol. w Poznani CCCXXIII. Ogrodnictwo – Poznan, 2000. – T. 31, Cz. II. – S. 428-431.
3. Mratinic, E. Selection of black elderberry (*sambucus nigra* l.) and evaluation of its fruits usability as biologically valuable food [Text] / E. Mratinic, M. Fotiric // Genetika. – 2007. – Vol. 39, № 3. – P. 305-314.
4. Vulić, J. Chemical characteristics of cultivated elderberry fruit [Text] / Vulić Jelena J., Vračar Ljubo O., Šumić Zdravko M. // Acta Periodica Technologica. – 2008. – Vol.39. – P. 85 - 90.
5. The polyphenols stability, enzyme activity and physicochemical parameters during producing wild elderberry concentrated juice [Text] / A. Galić, V. Dragović-uzelac, B. Levaj et al. // Agric. conspec. sci., 2009. – Vol. 74, №3 – P. 181 - 186.

6. Рудавська, Г. Б. Наукові підходи та практичні аспекти оптимізації асортименту продуктів спеціального призначення [Текст]: монографія / Г. Б. Рудавська, Є. В. Тищенко, Н. В. Притульська. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. — 371 с.

7. Хомич Г. П. Зміна вмісту біологічно активних речовин бузини чорної при виробництві соків [Текст] / Г. П. Хомич, Л. О. Положишнікова // Восточно-европейский журнал передовых технологий. — Харьков: НИИ ЧП Технологический центр. — 2015. — № 5/10 (77). — С. 62-67. <https://journals.urau.ua/eejet/article/download/51064/47347/103174>

8. Хомич Г. П. Вплив температурної обробки на фенольні речовини при виробництві соків із дикорослої сировини [Текст] / Г. П. Хомич // Наукові праці ОНАХТ. Серія «Технічні науки». — Одеса: ОНАХТ, 2012. — Вип. 42 — Т. 2. — С. 11-17.

МАРКЕТПЛЕЙС ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗШИРЕННЯ ЗБУТУ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Бібік Катерина

Вакулішина І. М. — наукова керівниця

Сумський фаховий коледж економіки і торгівлі

Анотація. У роботі проаналізовано збут хлібобулочної продукції підприємствами споживчої кооперації Сумської області, запропоновано впровадження маркетплейсу як інноваційного каналу збуту.

Ключові слова: збут, маркетплейс, логістика, розширення збуту.

Постановка проблеми. Сучасний ринок хлібопекарської промисловості Сумської області характеризується конкуренцією із великими промисловими виробниками та торговельними мережами. За таких умов, кожному виробнику доводиться боротись за споживача, впроваджуючи нові методи збуту продукції, які будуть своєчасно забезпечувати споживачів товаром першої необхідності і стимулювати прибутковість продукції. У зв'язку з цим, постає нагальна потреба пошуку інноваційних рішень для хлібопекарської промисловості.

Аналіз основних досліджень. У вітчизняній економічній літературі представлено ряд наукових досліджень, присвячених аналізу збуту хлібобулочної продукції на ринку. Зокрема, особливості збуту розглядаються у роботах А. А. Корнійчука [2], В. С. Кушнірука, С. В. Сирцевої, Ю. В. Самойленко [3]. Дослідженням впливу маркетплейсів на збут продукції приділено увагу в публікаціях С. А. Назаренко, Н. А. Носаль [4], Г. М. Коломієць і Д. А. Рябовол [1] та ін.

Мета. Аналіз збуту хлібобулочної продукції підприємствами споживчої кооперації на ринку Сумської області та розробка пропозицій щодо посилення збутової діяльності.

Виклад основного матеріалу. Хліб та хлібобулочні вироби є основними продуктами харчування, які споживають усі верстви населення, незалежно від

місця проживання, статі, соціального статусу чи рівня доходів. Тому хлібопекарська галузь, що забезпечує населення цією продукцією, відіграє стратегічно важливу роль у підтримці життєдіяльності суспільства та гарантуванні продовольчої безпеки країни [5]. Підприємства хлібопекарської галузі споживчої кооперації, які працюють у Сумській області, відіграють вагомий роль у цій справі.

Згідно з даними платформи YouControl у Сумській області зареєстровано 156 суб'єктів господарювання, які займаються виробництвом хліба та хлібобулочних виробів. З них 37 суб'єктів є юридичними особами (підприємствами), 119 – фізичними особами-підприємцями (ФОП) [7].

З-поміж усього загалу підприємств хлібопекарської галузі області до системи споживчої кооперації належить три:

1. «Хлібокомбінат» Буринської райспоживспілки;
2. «Андріяшівський хлібзавод» Роменської райспоживспілки;
3. «Хлібохарчокомбінат» Краснопільської райспоживспілки.

Кожне з цих підприємств виробляє хліб та хлібобулочні вироби, борошняні кондитерські вироби, торти, тістечка нетривалого зберігання.

Підприємства користуються традиційними однорівневими каналами збуту – продаж через прилавки магазинів, а також продаж до закладів харчування.

У таблиці 1 наведено економічні показники підприємств, що відображають обсяги виробництва продукції у вартісному виразі (див. табл. 1). Наведені дані демонструють, що показники виробництва і збуту продукції підприємств знижуються. Зокрема, «Хлібокомбінат» Буринської райспоживспілки та «Андріяшівський хлібзавод» Роменської райспоживспілки досягли найбільших обсягів у 2022 році, після чого їхні показники почали знижуватися. «Хлібохарчокомбінат» Краснопільської райспоживспілки мав найбільше виробництво продукції у 2021 році, але після цього також спостерігається поступове скорочення.

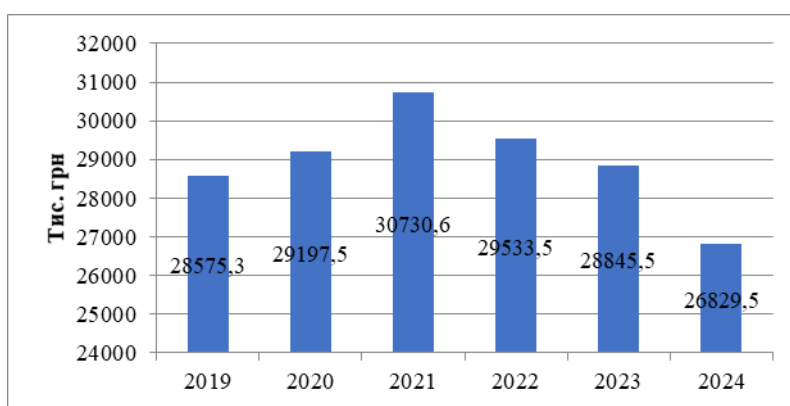


Рис. 1. Загальний обсяг виробництва та збуту підприємствами хлібопекарської галузі системи споживчої кооперації Сумської області за 2019-2024 рр.

Складено автором на основі: [7].

Діаграма на рисунку 1 наочно демонструє зниження виробництва та збуту продукції після 2021 року.

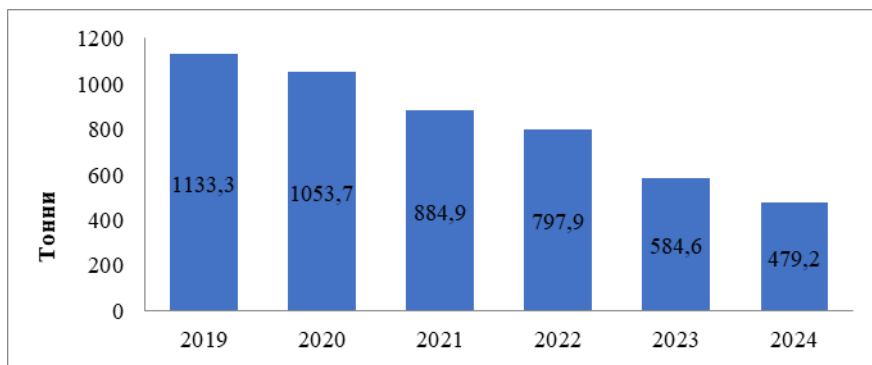


Рис. 2. Виробництво та збут продукції підприємствами хлібопекарської галузі системи споживчої кооперації Сумської області за 2019-2024 рр. (тонн)
Складено автором на основі: [7].

Діаграма рисунку 2 показує, що між показниками 2019 та 2024 років, спад виробництва та збуту становить більше 50%. Наведені дані демонструють тенденцію до зниження обсягів збуту. Причинами цього можуть бути:

- обмежена географія власних точок збуту;
- відсутність власних служб доставки та недостатній рівень онлайн-продажів.

Щоб покращити ситуацію, пропонуємо впровадити маркетплейс для підвищення збуту продукції. Маркетплейс – це цифрова платформа для торгівлі, яка об’єднує різних продавців і покупців в одному віртуальному просторі. Подібно до гіпермаркету, він забезпечує широкий вибір товарів від різних постачальників, але доступний виключно в онлайн-форматі [6].

Варто зазначити, що такий майданчик буде каталогом продукції, де споживачі та замовники матимуть можливість переглядати весь наявний асортимент у будь-який зручний момент і робити замовлення. Маркетплейс є ефективним інструментом розширення збуту хлібобулочних виробів та зручним варіантом електронного каналу розподілу для декількох продавців одразу.

Говорячи про концепцію маркетплейсу, доцільним може бути вебсайт, який буде містити:

- кабінети-профілі продавців та покупців, із відповідними до їх ролей у процесі купівлі-продажу функціями;
- каталог продукції із фільтрами для пошуку необхідного товару;
- відгуки покупців;
- службу підтримки клієнтів для допомоги у оформленні замовлення;
- список побажань для покращення і спрощення процесу замовлення товарів;
- функцію завантаження даних для продавців, щоб забезпечити швидкий імпорт товарів на маркетплейс;
- підключену захищену платіжну систему, що підтримує різні способи оплати [6].

Переваги маркетингу для всіх учасників продажу товарів:

- замовники можуть залишати оцінки та коментарі щодо якості продукції та швидкості доставки, а виробники отримуватимуть зворотній зв'язок, що допоможе покращувати рівень роботи;

- клієнти можуть бачити статус виконання замовлення, виробники отримують можливість оперативно вносити зміни у замовлення.

Очікуваним ефектом від впровадження маркетингу буде:

- збільшення продажів кооперативної хлібопекарської продукції;
- покращення якості продукції через зворотний зв'язок зі споживачами.
- розвиток кооперативної економіки регіону.

Висновки. Аналіз свідчить про зниження у 2019-2024 роках виробництва і збуту продукції підприємствами хлібопекарської галузі споживчої кооперації Сумської області через обмежену логістику, відсутність власних служб доставки та недостатній рівень онлайн-продажів. Для вирішення цієї проблеми пропонуємо розробку маркетингу, який розширить канали збуту, покращить ефективність продажів і забезпечить зростання прибутковості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Коломієць Г. М. Розвиток конкуренції маркетингів як драйвер відновлення економіки України / Г. М. Коломієць, Д. А. Рябовол // Бізнесінформ. – 2024. – № 9. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-9-115-122>

2. Корнійчук А. А. Особливості комерційної діяльності хлібопекарських підприємств / А. А. Корнійчук // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2018. – № 2 (40). – С. 28-32.

3. Кушнірук В. С. Тенденції розвитку промислового виробництва харчових продуктів: регіональний аспект / В. С. Кушнірук, С. В. Сирцева, Ю. В. Самойленко // Modern Economics. – 2020. – № 19. – С. 101-107. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/trends-in-the-development-of/>

4. Назаренко С. А. Маркетингове коригування споживчого попиту в Україні: вимір маркетингів / С. А. Назаренко, Н. А. Носань // Економіка та суспільство. – 2021. – № 32. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-28>

5. Сичевський М. П. Хлібопекарська галузь України: тенденції та проблеми її розвитку / М. П. Сичевський, О. М. Васильченко, О. В. Коваленко // Економіка АПК. – 2018. – № 5. – С. 122-132. URL: https://eaprk.com.ua/web/uploads/pdf/eaprk_2018_05_p_5_122-14-23.pdf.

6. Як створити маркетинг в 2023 році? URL: <https://webcase.com.ua/uk/blog/jak-stvoriti-marketplejs/>.

7. YouControl. Виробництво хлібобулочних виробів в Сумській області. URL: <https://catalog.youcontrol.market/10.71/sumska-oblast?utm>.

Таблиця 1

Виробництво та збут продукції у вартісному виразі (тис. грн) за 2019-2024 рр.

№ з/п	Назва підприємства	Виробництво та збут продукції у вартісному виразі (тис. грн)					
		2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Підприємство Буринської райспоживспілки «Хлібокомбінат»	7 054,9	7 748,8	8 475,9	7 239,8	7 882,8	7 083,4
2	Підприємство «Андріяшівський хлібзавод» Роменської райспоживспілки	7 068,6	7 069,2	8 025,5	8 481,9	8 297,1	7 481,2
3	Підприємство «Хлібохарчокомбінат» Краснопільської райспоживспілки	14 451,8	14 379,5	14 229,2	13 811,8	12 665,6	12 264,9
Разом		28 575,3	29 197,5	30 730,6	29 533,5	28 845,5	26 829,5

Джерело: [7]

ПРОМИСЛОВА КООПЕРАЦІЯ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ІНТЕГРАЦІЇ У ЄВРОПЕЙСЬКІ ЛАНЦЮГИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

Саган Лілія

Арутюнян А. А. – науковий керівник

Кіровоградський кооперативний фаховий коледж економіки і права
імені М. П. Сая

Анотація. У роботі розглядаються можливості промислової кооперації між Україною та Європейським Союзом, що сприятиме інтеграції українських підприємств у європейські ланцюги доданої вартості.

Ключові слова: промислова кооперація, ланцюги доданої вартості, європейська інтеграція, інвестиції, модернізація.

Постановка проблеми. Інтеграція України до європейських ланцюгів доданої вартості через промислову кооперацію є стратегічно важливим напрямом розвитку національної економіки. Угода про асоціацію між Україною та ЄС, яка набула чинності 1 вересня 2017 року, створила нові можливості для співпраці. Однак, попри ці перспективи, існують значні виклики, зокрема низька ефективність системи управління та відсутність належної адаптації економіки до світових стандартів. Тому необхідно дослідити проблеми, що виникають на шляху інтеграції, та перспективи співпраці з ЄС у сучасних умовах.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питання промислової кооперації між Україною та ЄС досліджувалися вітчизняними науковцями. Зокрема, у роботі Буряка А. А. розглянуто інвестиційне співробітництво в промисловості на регіональному рівні, визначено головні проблеми та можливості залучення прямих іноземних інвестицій [1, с. 25-30]. Дослідження Сірової Т. Ю. присвячене науково-технічному співробітництву України з ЄС, де аналізуються нормативно-правова база та перспективні напрями розвитку науки і технологій [5, с. 48-58]. Проте питання інтеграції українських підприємств у європейські ланцюги доданої вартості потребує подальшого дослідження з урахуванням сучасних викликів та можливостей.

Мета статті. Метою цієї статті є аналіз можливостей та викликів промислової кооперації між Україною та ЄС, а також визначення шляхів інтеграції українських підприємств у європейські ланцюги доданої вартості.

Виклад основного матеріалу. Інтеграція України у світову економіку є важливим стратегічним завданням, що визначає конкурентоспроможність національних галузей. У зв'язку з цим співпраця з Європейським Союзом у галузі промислового виробництва відіграє ключову роль.

Основними перевагами України є:

Машинобудування та автомобільна промисловість. Україна постачає комплектуючі для європейських автомобільних компаній, зокрема Volkswagen, BMW, Renault. Подальша локалізація виробництва може сприяти зростанню промислового співробітництва [2, с. 50-61].

Авіакосмічна та оборонна промисловість. Підприємства «Мотор Січ» та «Антонов» мають значний досвід у виробництві авіаційної техніки, що може бути використано для спільних проєктів із європейськими компаніями [3, с. 6-100].

Металургія та хімічна промисловість. Україна є постачальником сировини для металургійних компаній ЄС, але стратегічно важливо перейти від експорту сировини до виробництва продукції з вищою доданою вартістю [4, с. 178].

Незважаючи на великий потенціал, промислова кооперація між Україною та ЄС стикається з такими проблемами:

- Технологічна відсталість та необхідність модернізації [5, с. 51].
- Логістичні труднощі та потреба у розвитку інфраструктури [3, с. 58].
- Регуляторні та митні бар'єри, складнощі з сертифікацією продукції [1, с. 29].
- Недостатній рівень інвестицій у промисловість [4, с. 180].
- Дефіцит кваліфікованих кадрів через міграцію фахівців до ЄС [3, с. 92].

Перспективи та методи розвитку співпраці для подальшої інтеграції в європейські виробничі ланцюги необхідні для поглиблення співпраці в галузі спільних підприємств. Необхідно реалізувати комплекс стратегічних заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності та привабливості української промисловості для європейських партнерів.

Розвиток індустріальних парків. Створення індустріальних парків сприяє концентрації підприємств у спеціально відведених зонах із розвиненою інфраструктурою та сприятливими умовами для ведення бізнесу. Це включає податкові пільги, спрощені процедури експорту та імпорту, а також доступ до комунікацій та логістичних центрів. Індустріальні парки можуть стати платформою для залучення іноземних інвесторів та стимулювання розвитку високотехнологічних виробництв [4, с. 183].

Посилення співпраці з європейськими компаніями. Спільні підприємства, виробничі кластери та науково-дослідні проєкти з європейськими партнерами сприяють обміну технологіями, знаннями та передовим досвідом. Це дозволяє українським підприємствам адаптуватися до європейських стандартів, підвищувати якість продукції та розширювати присутність на ринках ЄС. Активна участь у міжнародних виставках, форумах та бізнес-місіях сприятиме встановленню нових ділових контактів та партнерств [2, с. 59].

Залучення європейських інвесторів. Для приваблення іноземних інвестицій необхідно вдосконалити законодавчу базу, спростити процедури ведення бізнесу та забезпечити захист прав власності. Це включає прозорість регуляторних процесів, боротьбу з корупцією та створення стабільного макроекономічного середовища. Залучення інвесторів сприятиме модернізації виробництва, впровадженню інновацій та створенню нових робочих місць.

Модернізація транспортної інфраструктури. Розвиток транспортної та логістичної інфраструктури є ключовим для ефективної інтеграції в ЛДВ. Це включає реконструкцію доріг, модернізацію залізничних перевезень, розширення портів потужностей та створення сучасних логістичних хабів. Співпраця з ЄС у рамках спільних інфраструктурних проєктів та використання фінансових інструментів ЄС сприятиме реалізації цих ініціатив [5, с. 52].

Розвиток експортної стратегії. Підтримка підприємств у виході на європейські ринки передбачає адаптацію продукції до стандартів та вимог ЄС, сертифікацію, а також маркетингову підтримку. Державні програми та експортно-кредитні агентства можуть надавати консультації, фінансову та інформаційну підтримку експортерам. Важливо також сприяти диверсифікації експорту та розвитку бренду «Made in Ukraine» на міжнародній арені [3, с. 98].

Впровадження інновацій та цифровізація. Інтеграція в ЛДВ вимагає підвищення технологічного рівня виробництва. Інвестиції в наукові дослідження, розробки та впровадження інновацій сприятимуть створенню продукції з високою доданою вартістю. Цифровізація виробничих процесів, використання передових інформаційних технологій та автоматизація сприятимуть підвищенню ефективності та конкурентоспроможності підприємств.

Підготовка кваліфікованих кадрів. Розвиток людського капіталу є основою для успішної інтеграції в ЛДВ. Співпраця з європейськими освітніми та науковими установами, обмін студентами та фахівцями, а також впровадження дуальної освіти сприятимуть підготовці кадрів, здатних працювати за сучасними стандартами та технологіями [4, с. 184].

Реалізація зазначених стратегій потребує комплексного підходу та координації зусиль держави, бізнесу та громадянського суспільства. Активна інтеграція України в європейські ЛДВ сприятиме економічному зростанню, підвищенню конкурентоспроможності національної економіки та покращенню добробуту громадян.

Висновок. Інтеграція України в європейські ланцюги доданої вартості є стратегічно важливим напрямом, що сприятиме економічному зростанню та підвищенню конкурентоспроможності країни. Реалізація комплексних заходів, таких як розвиток індустріальних парків, посилення співпраці з європейськими компаніями, залучення інвестицій, модернізація інфраструктури та впровадження інновацій, створить сприятливі умови для глибшої інтеграції України в європейський економічний простір. Це, у свою чергу, сприятиме створенню нових робочих місць, підвищенню рівня життя громадян та зміцненню позицій України на міжнародній арені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Буряк А. А. Промислова політика України в контексті європейської інтеграції / А. А. Буряк // Економічний вісник. – 2023. – С. 25-30.
2. Гончаренко О. В. Виробничі ланцюги доданої вартості в умовах глобалізації / О. В. Гончаренко // Український економічний огляд, 2023. – С. 50-61.
3. Звіт Європейської комісії про економічні відносини між Україною та ЄС, 2023. – С. 6-100.
4. Міністерство економіки України. Промислова політика та євроінтеграційні процеси / Аналітичний огляд. – 2024. – С. 178-184.
5. Сівова Т. Ю. Перспективи залучення іноземних інвестицій у промисловий сектор України / Т. Ю. Сівова // Журнал міжнародної економіки. – 2022. – С. 48-58.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА СИРУ З ВИКОРИСТАННЯМ КОНЦЕНТРАТУ СИРОВАТКОВИХ БІЛКІВ

Дільна Олена

Бужанська М. В. – наукова керівниця

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У статті розглянуто сучасні інноваційні технології виробництва сиру з використанням концентрату сироваткових білків (WPC). Проаналізовано основні методи збагачення молочної сировини білковими концентратами з метою підвищення виходу готового продукту, покращення його функціонально-технологічних та органолептичних характеристик. Окреслено перспективи застосування WPC у виробництві м'яких, твердих та плавлених сирів, а також можливості використання ферментативно модифікованих сироваткових білків для створення нових структурованих сирів.

Ключові слова. Концентрат сироваткових білків, інноваційні технології, виробництво сиру, білково-вуглеводні комплекси, ультрафільтрація, функціональні властивості, ферментація, економічна ефективність.

Постановка проблеми. Сучасна молочна промисловість стикається з викликами щодо ефективного використання сировинних ресурсів, підвищення харчової цінності сиру та оптимізації технологічних процесів. Перспективним напрямом є впровадження концентрату сироваткових білків (WPC) у виробництво сиру, що дозволяє зменшити втрати молочного білка, покращити текстуру продукту та підвищити його функціонально-технологічні характеристики. Незважаючи на переваги використання WPC, існує низка технологічних бар'єрів, зокрема необхідність адаптації традиційних методів коагуляції білків, оптимізації рецептур та забезпечення стабільності органолептичних властивостей кінцевого продукту. Використання сироваткових білків у виробництві сиру потребує детального дослідження їхнього впливу на процеси ферментації, вологозв'язувальну здатність та структуроутворення.

Таким чином, актуальним завданням є розробка інноваційних технологій, що забезпечать ефективне включення WPC у сири без погіршення їхніх традиційних характеристик. Це вимагає комплексного підходу: дослідження фізико-хімічних змін білкової матриці, розробку оптимальних режимів ферментації та оцінку економічної доцільності впровадження цих технологій.

Аналіз основних досліджень. Використання концентрату сироваткових білків (WPC) у виробництві сиру є перспективним напрямом, що дозволяє підвищити ефективність виробництва та покращити якість кінцевого продукту. Дослідження показують, що додавання WPC сприяє збільшенню виходу сиру, покращенню його текстури та органолептичних властивостей. Зокрема, встановлено, що введення WPC прискорює коагуляцію білків, скорочує терміни дозрівання та зменшує втрати білка під час виробництва [2].

Автори роботи [1, 3] фокусуються на розробці технологій, що поєднують використання WPC з іншими інгредієнтами для створення функціональних

сирних продуктів. Наприклад, додавання рослинних білкових концентратів, таких як конопляний, дозволяє підвищити харчову та біологічну цінність сиру, збалансувати амінокислотний склад та покращити функціонально-технологічні властивості продукту. Автори дослідження показують, що використання WPC у виробництві сирів дозволяє не лише підвищити вихід продукту, але й покращити його органолептичні характеристики. Зокрема, додавання WPC сприяє отриманню однорідної консистенції, покращенню смакових властивостей та збільшенню терміну зберігання готового продукту [3].

Таким чином, впровадження інноваційних технологій з використанням концентрату сироваткових білків у виробництві сиру є обґрунтованим та перспективним напрямом, що потребує подальших досліджень для оптимізації технологічних процесів та забезпечення стабільної якості кінцевого продукту.

Мета. Метою дослідження є обґрунтування та розробка інноваційних технологій виробництва сиру із використанням концентрату сироваткових білків для підвищення харчової цінності, оптимізації функціонально-технологічних властивостей та зменшення втрат білкової сировини. Дослідження спрямоване на вивчення впливу WPC на процеси коагуляції, текстуру, органолептичні характеристики та економічну ефективність виробництва сирної продукції.

Виклад основного матеріалу. Сучасні інноваційні технології виробництва сиру з використанням концентрату сироваткових білків відкривають нові можливості для підвищення ефективності та якості продукції. WPC, який є вторинним продуктом переробки сироватки, містить високий вміст білків, що мають високу біологічну цінність та функціональні властивості. Використання WPC у виробництві сиру дозволяє не лише зменшити втрати сировини, але й покращити харчову цінність готового продукту за рахунок збагачення його амінокислотами, вітамінами та мінералами. Це також сприяє зниженню собівартості виробництва через раціональне використання ресурсів.

Однією з ключових переваг використання WPC у сироварінні є покращення текстурних та органолептичних властивостей сиру. Білки сироватки мають здатність утримувати вологу, що позитивно впливає на консистенцію продукту, роблячи його ніжнішим та однорідним. Крім того, WPC дозволяє регулювати процеси сирозаготівлі, зокрема швидкість коагуляції білків, що спрощує контроль за технологічними параметрами. Це особливо важливо при виробництві сирів з низьким вмістом жиру, де збереження оптимальної структури є критичним фактором.

Наукові дослідження свідчать, що впровадження WPC у технологію виробництва сиру також сприяє зниженню навантаження на навколишнє середовище. Сироватка, яка раніше часто утилізувалася або використовувалася недостатньо ефективно, тепер знаходить нове застосування, що зменшує кількість відходів у молочній промисловості. Крім того, використання WPC дозволяє зменшити споживання енергії та водних ресурсів, що робить процес виробництва екологічним. Таким чином, інноваційні технології з використанням WPC не лише підвищують економічну ефективність, але й сприяють розвитку екологічно орієнтованого виробництва.

Додавання 5–15% WPC до молока перед внесенням закваски та ферменту сприяє покращенню гелеутворення та підвищенню вологоутримувальної здатності сиру. Використання ультрафільтрованого WPC дозволяє зберегти біологічно активні компоненти, що позитивно впливають на якість продукту. Дослідження показали, що додавання WPC прискорює коагуляцію білка, скорочує терміни дозрівання та покращує органолептичні властивості сиру [2].

У виробництві м'яких сирів, таких як рикота, фета та крем-сир, додавання WPC покращує пластичність та структуру продукту. У плавлених сирах WPC може діяти як структуроутворювач, замінюючи фосфати та емульгатори, що сприяє отриманню однорідної консистенції та покращенню функціонально-технологічних властивостей продукту. Застосування WPC у плавлених сирах також дозволяє збільшити вихід готового продукту та покращити його харчову цінність [2].

Інноваційні методи ферментації сироватки для виробництва сиру включають гідроліз WPC з метою отримання біоактивних пептидів, які мають позитивний вплив на смакові якості та засвоюваність продукту. Гідролізований WPC містить пептиди з антиоксидантними, антимікробними та імуномодулюючими властивостями, що робить його цінним інгредієнтом для функціональних харчових продуктів. Крім того, ферментативне модифікування WPC дозволяє створювати нові текстури та органолептичні характеристики сиру, що відкриває широкі можливості для розробки інноваційних продуктів із унікальними властивостями.

Інноваційні методи використання WPC, спрямовані на підвищення ефективності обробки сировини, розширення функціональних властивостей продуктів та покращення їх сенсорних характеристик. Одним із ключових напрямів є застосування нанофільтрації для ефективного очищення WPC. Цей метод дозволяє відокремити дрібні молекули, такі як лактоза та мінеральні речовини, зберігаючи при цьому високомолекулярні білки та біологічно активні компоненти. Нанофільтрація забезпечує отримання WPC із підвищеною чистотою та функціональністю, що робить його ідеальним інгредієнтом для виробництва високоякісних сирів.

Іншим перспективним напрямом є розробка сирів із пробіотиками на основі сироваткових білків. Такі продукти поєднують у собі високий вміст білка та корисні мікроорганізми, що сприяють покращенню мікробіоти кишечника та загального стану здоров'я споживачів. Використання WPC як основи для пробіотичних сирів дозволяє забезпечити стабільність живих культур під час виробництва та зберігання, а також покращити текстурні та смакові характеристики продукту.

Перспективним є застосування біотехнологій для модифікації структури WPC з метою покращення сенсорних властивостей сиру. Ферментативний гідроліз, ферментативне зшивання білків та інші біотехнологічні методи дозволяють створювати нові текстури, підвищувати еластичність та зв'язуючу здатність сирної маси, а також покращувати її смакові якості. Це відкриває широкі можливості для розробки інноваційних продуктів із унікальними характеристиками, що відповідають сучасним вимогам споживачів до якості та корисних властивостей харчових продуктів. Таким чином, впровадження новітніх технологій у виробництво

сирів на основі WPC є перспективним напрямом, який сприятиме розвитку молочної промисловості та створенню нових продуктів із високою доданою вартістю.

Висновки. Використання концентрату сироваткових білків (WPC) у виробництві сиру є перспективним напрямом для вдосконалення молочної промисловості. Це дозволяє підвищити функціонально-технологічні характеристики продукту, зменшити втрати білка, покращити вихід сиру, його текстуру та органолептичні властивості, а також створити нові продукти з високою харчовою цінністю. Однак для успішного впровадження WPC необхідні подальші дослідження щодо адаптації технологій, оптимізації дозування та збереження традиційних смакових якостей сиру. Розвиток таких інноваційних підходів сприятиме підвищенню ефективності виробництва, покращенню якості продукції та розширенню асортименту функціональних молочних продуктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гойко І. Ю. Використання рослинної сировини для збагачення кисломолочних сирів антиоксидантною дією / І. Ю. Гойко, Н. О. Стеценко // *Modern engineering and innovative technologies*. – 2020. – Issue 11, Part 1. – Р. 49-52.
2. Лісніченко О. О. Розробка рецептури плавлених сирів із підвищеною біологічною цінністю за рахунок введення концентрату сироваткового білка / О. О. Лісніченко, Є. Б. Соколова, З. П. Карпенко // *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Технічні науки*. – 2019. Т. 30 (69). Ч. 2. – № 4. – С. 98-103.
3. Одінцов С. М. Використання рослинної білкововмісної сировини в технології сирів / С. М. Одінцов, Ю. В. Назаренко, Н. В. Болгова, Т. П. Синенко, І. О. Пуригін // *Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки*. – 2024. – (6). – С. 139-146.

ВИКОРИСТАННЯ ЦУКРОЗАМІННИКІВ У ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Малтабар Марія

Горобець О. М. – наукова керівниця,

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. Робота присвячена аналізу харчової цінності натуральних і синтетичних цукрозамінників і їх впливу на органолептичні та структурно-механічні властивості борошняних кондитерських виробів для мережі кондитерських цехів системи Укркоопспілки.

Ключові слова: кондитерські вироби, брауні, стевія, зусто.

Постановка проблеми. Проблема заміни цукру в харчових продуктах тісно пов'язана з особливостями сучасного раціону, який характеризується надмірним вживанням енергемістких, висококалорійних продуктів, а також значною кількістю легкозасвоюваних цукрів, таких як сахароза, глюкоза, крохмаль і мальтодекстрини. Такий дисбаланс сприяє збільшенню маси тіла та розвитку ожиріння.

Ще однією вагомою причиною необхідності зниження вмісту цукру в продуктах є зростання поширеності цукрового діабету другого типу. В умовах такого виклику харчова промисловість може відіграти важливу роль у коригуванні раціону, пропонуючи споживачам вибір між традиційними продуктами та їхніми «полегшеними» альтернативами. Важливо, щоб обидва варіанти зберігали високу якість, привабливий смак і доступність [1, 4].

Кондитерські вироби не є основною складовою раціону, проте займають значну нішу, особливо серед дітей. Аналіз їхнього складу, зокрема борошняних кондитерських виробів (БКВ), свідчить про невідповідність сучасним принципам нутриціології. БКВ відзначаються високою калорійністю, надлишком вуглеводів і жирів, а також недостатнім вмістом незамінних амінокислот, поліненасичених жирних кислот, вітамінів, мінеральних речовин і харчових волокон.

Сучасні технології дають змогу модернізувати хімічний склад БКВ, розробляючи їх з урахуванням стану здоров'я людини, віку, рівня фізичних навантажень та екологічної ситуації. У цьому контексті є актуальним розроблення рецептур популярних десертів з використанням безпечних цукрозамінників [2].

Дослідивши структуру підприємств ресторанного господарства системи Укркоопспілки, яка складає близько трьох тисяч закладів, серед яких сучасні ресторани, кафе, магазини «Кулінарія», кондитерські і кулінарні виробничі цехи, встановили що розроблення рецептури сучасних десертів зі зниженою калорійністю та придатних до вживання особам з діабетом є актуальним і перспективним напрямом досліджень [3].

Важливим аспектом створення БКВ спеціального призначення є використання речовин із солодким смаком. Усі солодкі речовини умовно поділяються на дві категорії: цукрозамінники і підсолоджувачі. Такий поділ пояснюється тим, що цукор у кондитерському виробництві виконує не лише роль підсолоджувача, а й важливу функцію структуроутворення. Пошук альтернативних підсолоджувачів, здатних замінити сахарозу та зберегти структуру виробу сьогодні є одним із пріоритетних напрямів наукових досліджень у багатьох країнах. Це важливо як для забезпечення раціонального харчування здорових людей, так і для корекції дієти осіб із захворюваннями ендокринної та серцево-судинної систем.

Мета. Метою роботи є дослідження впливу різних цукрозамінників на органолептичні і структурно-механічні властивості борошняних кондитерських виробів на прикладі популярного десерту – брауні.

Виклад основного матеріалу. Одним із найпопулярніших десертів сучасності є брауні, який містить у своєму складі шоколад та, відповідно, цукор у кількості в середньому 30-40% від загальної маси продукту.

З метою розроблення рецептури брауні, який би мав знижену енергетичну цінність та не містив сахарози, вживання якої має негативні наслідки для здоров'я людей, що страждають на діабет, було проведено дослідження.

Для виготовлення брауні використано шоколад із вмістом какаопродуктів 99%, який не містить у своєму складі цукру (сахарози).

Основний напрям досліджень було спрямовано на вибір оптимального цукрозамінника, який би мав як низький глікемічний індекс, так і низьку калорійність.

Для досліджень було обрано такі цукрозамінники: стевія, цикламат натрію та зусто.

Зусто – це сучасний цукрозамінник, який використовується як здорова альтернатива цукру. Він містить у своєму складі харчові волокна (пребіотики), такі як олігосахариди, інулін і полідекстрозу, а також еритритол. Відмінною особливістю цього цукрозамінника є його здатність карамелізуватися.

Стевія – це натуральний цукрозамінник, який отримують із листя рослини *Stevia rebaudiana*. Вона широко використовується у виробництві продуктів для діабетиків, але через своє природне походження часто має специфічний присмак, який залишається в продукті.

Цикламат натрію – це синтетичний цукрозамінник, який у 30-50 разів солодший за звичайний цукор. Він не містить калорій, оскільки не засвоюється організмом, тому не підвищує рівень цукру в крові. Його часто використовують у поєднанні з іншими підсолоджувачами для створення більш натурального смаку.

У таблиці 1 наведено характеристики обраних для дослідження цукрозамінників.

Таблиця 1

Характеристика властивостей цукрозамінників у порівнянні з сахарозою

Найменування цукрозамінника	Ступінь солодкості у порівнянні з сахарозою, %	Глікемічний індекс	Калорійність, Ккал
Сахароза	1,0	68	386
Зусто	1,0	22	96
Цикламат натрію	1,3	0	0
Стевія	2,0	0	0

Виходячи з даних, наведених у таблиці, встановлено, що оптимальним цукрозамінником є стевія, оскільки вона має природне походження та нульовий глікемічний індекс. Проте зусто, у порівнянні із сахарозою, також має меншу калорійність і низький глікемічний індекс.

До рецептури брауні, виготовленого з використанням 99% шоколаду, додавали цукрозамінники, враховуючи їхні властивості та ступінь солодкості.

Під час приготування тіста для брауні звернули увагу на те, що всі цукрозамінники уповільнюють процес піноутворення під час збивання яєчно-цукрової суміші, що в подальшому може вплинути на структуру готового виробу.

Готові вироби підлягали органолептичній оцінці з метою встановлення впливу цукрозамінників на основні показники якості борошняних виробів.

На основі проведеної органолептичної оцінки найбільшу кількість балів набрав виріб із використанням цукрозамінника зусто. Він відзначався відмінною пористістю, приємним смаком і ароматом.

Виріб із використанням цикламату натрію мав малу пористість, темне забарвлення та неприємний смак.

Виріб із використанням стевії також мав добрі структурно-механічні властивості, але специфічний післясмак, характерний для стевії.

Висновки. Проведені дослідження дозволили визначити вплив різних цукрозамінників на якісні характеристики брауні, виготовленого з використанням шоколаду з високим вмістом какаопродуктів (99%), що не містить сахарози. Основна мета роботи полягала в розробленні рецептури десерту зі зниженою енергетичною цінністю та без додавання сахарози, що робить його придатним для споживання людьми, які страждають на діабет або контролюють рівень цукру в крові.

Результати дослідження показали, що всі розглянуті цукрозамінники – стевія, цикламат натрію та зусто – мають різний вплив на структуру, смак і технологічні властивості брауні.

На основі отриманих результатів можна зробити висновок, що найбільш оптимальним варіантом для використання в рецептурі дієтичного брауні є зусто, оскільки він має хороші органолептичні властивості, відносно низьку калорійність і помірний глікемічний індекс. Водночас стевія може розглядатися як альтернатива для людей, яким важливо знизити споживання калорій до мінімуму, хоча її застосування потребує корекції рецептури для маскуванню характерного післясмаку.

Отже, результати дослідження відкривають можливість створення брауні зі зниженою енергетичною цінністю, що може стати корисним варіантом десерту для людей, які прагнуть дотримуватися здорового харчування або мають певні медичні показання для обмеження споживання цукру. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вдосконалення рецептури та вивчення впливу інших альтернативних підсолоджувачів на якість готового виробу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бандура В. Обґрунтування виробництва хлібобулочних виробів функціонального призначення для підприємств ресторанного господарства / В. Бандура, К. Теплюк // *Development Service Industry Management*. – 2024. – № 1. – С. 23-28.
2. Дорохович, А. М. Цукри, цукрозамінники, підсолоджувачі та їх використання при виробництві кондитерських виробів / А. М. Дорохович // *Здобутки та перспективи розвитку кондитерської галузі : матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. – К. : НУХТ, 2017. – С. 103–110.
3. Укркоопспілка Офіційний сайт. Укркоопспілка. URL: <http://www.coop.ua/uk/> (дата звернення: 20.03.2025).
4. Kuzmyk U. Using of whey in dairy desserts technology / U. Kuzmyk, V. Bohdanova // *Ukrainian Journal of Food Science*. – 2020. Т. 8. – № 1. – С. 80-94.

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ

Кізима Олеся

Вовчанська О.М. – наукова керівниця,

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. Обґрунтовано важливість впровадження інновацій у маркетингову діяльність кооперативних підприємств. Проаналізовано важливість інтеграції цифрових технологій у діяльність кооперативних товариств. Аргументовано, що інновації у контексті кооперативів можуть бути технологічними, фінансовими, операційними та маркетинговими. Впровадження цифрових технологій, омніканального маркетингу, персоналізованих стратегій та соціально відповідального підходу сприяє зміцненню позицій кооперативних підприємств та їх конкурентоспроможності.

Ключові слова: інновації, маркетингові інновації, цифрові технології, омніканальний маркетинг, персоналізація, соціальна відповідальність.

Постановка проблеми. Кооперативи у загальному визначенні – це організації і підприємства, що належать її членам. Метою кооперативів є сприяння розширенню економічних можливостей, створенню робочих місць і розвитку місцевої громади. На відміну від традиційних корпорацій, які надають пріоритет максимізації прибутку для акціонерів, кооперативи діють на принципах демократичного управління, спільної власності та колективного прийняття рішень, забезпечуючи справедливий розподіл вигод між своїми членами. Кооперативи існують у різних галузях економіки, сприяючи чесній торгівлі, етичній діловій практиці та соціальній згуртованості.

Відповідно до Міжнародного кооперативного альянсу, кооперативи відіграють життєво важливу роль у інклюзивному економічному зростанні, сприяючи працевлаштуванню, соціальній відповідальності та стійким бізнес-моделям. Дослідження показують, що кооперативи часто перевершують традиційні підприємства з позицій стійкості під час економічних криз, насамперед через їхні міцні зв'язки з громадою та підхід, орієнтований на членів. Однак, щоб залишатися конкурентоспроможними в сучасній динамічній глобальній економіці, кооперативні підприємства повинні впроваджувати інновації, модернізувати діяльність, зберігаючи при цьому свої основні цінності справедливості та стійкості.

Аналіз основних досліджень. Вітчизняні та зарубіжні дослідники аналізують роль цифрових технологій у забезпеченні стабільності бізнесу, акцентуючи увагу на розвитку електронної комерції, онлайн-комунікацій та персоналізованого маркетингу. Проблематику інноваційного маркетингу та маркетингове забезпечення інноваційної діяльності у своїх працях досліджували такі закордонні вчені, як Ф. Котлер [1], Джині Дітріх [2] та ін.

Мета. Проаналізувати сучасний стан і перспективи маркетингової діяльності кооперативних підприємств на засадах цифрових інновацій.

Виклад основного матеріалу. В епоху цифровізації кооперативні підприємства стикаються з великими проблемами щодо своєї успішної діяльності. Цифровізація стає як можливістю, так і викликом для кооперативних підприємств. Впровадження цифрових технологій у кооперативні товариства має важливе значення для підвищення ефективності їх роботи, покращання фінансової складової та розширення охоплення ринку. Цифрова трансформація в кооперативних підприємствах передбачає використання мобільного банкінгу, фінтех-рішень, технології блокчейн і платформ електронної комерції для модернізації фінансових операцій і підвищення прозорості. Застосовуючи зазначені цифрові рішення, кооперативні підприємства можуть посилити участь членів, підвищити економічну ефективність і підвищити довіру у зацікавлених сторін. Зростаюча залежність від цифрових рішень, зміна поведінки споживачів і поява новітніх технологій вимагають від кооперативів модернізації своєї діяльності та прийняття інноваційних маркетингових стратегій для підтримки своєї актуальності та конкурентоспроможності.

Однією із значних проблем, з якою стикаються кооперативні підприємства, є обмежений доступ до технологій. Багато кооперативів, особливо в країнах, що розвиваються, все ще покладаються на традиційні бізнес-моделі та ручні системи ведення записів, які перешкоджають ефективності та зростанню. Відсутність цифрової інфраструктури та досвіду серед членів кооперативу ще більше ускладнює перехід до сучасних операційних структур. Оскільки світ перебуває у знанісвій економіці, кооперативні підприємства повинні забезпечити інтеграцію у свою діяльність цифрових інструментів, таких як мобільний банкінг, технологія блокчейн, штучний інтелект (AI) і хмарні обчислення. Ці інновації можуть підвищити прозорість, безпеку та ефективність управління кооперативами, одночасно сприяючи безперебійним фінансовим операціям і участі членів.

Іншою важливою проблемою кооперативних підприємств є їх застарілі бізнес-моделі, які часто обмежують їх здатність конкурувати з приватними підприємствами. Багато кооперативів працюють в умовах жорстких структур управління та процесів прийняття рішень, які уповільнюють інновації та реагування на ринкові тенденції. На відміну від приватних корпорацій, які швидко приймають нові стратегії та інвестують в дослідження та розробки, кооперативні підприємства часто борються з бюрократичною неефективністю та консервативними підходами керівництва. Для вирішення цієї проблеми, кооперативні підприємства повинні першочергово здійснити реформи управління, які заохочуватимуть гнучкість, стратегічне мислення та інновації. Застосовуючи динамічні бізнес-моделі, кооперативні підприємства можуть покращити свою здатність конкурувати в галузях, що швидко змінюються, залучати інвестиції та розвивати нові джерела доходів.

Маркетингові дослідження показують, що у контексті кооперативних підприємств інновації приймають різноманітні форми, зокрема, технологічні, фінансові та операційні. Багато кооперативних підприємств застосовують цифрові платіжні системи, технологію блокчейн і платформи електронної комерції для підвищення прозорості, безпеки та ефективності. Наприклад, блокчейн вико-

ристовується для забезпечення захисту від несанкціонованого ведення записів, зменшення шахрайства в кооперативних транзакціях. Крім того, мобільні банківські рішення дозволяють членам кооперативного підприємства в сільській місцевості отримувати доступ до фінансових послуг без фізичної банківської інфраструктури. Інтеграція мікрофінансових послуг, цифрових кредитних рішень і кооперативних інвестиційних платформ дозволяє кооперативним підприємствам покращати фінансову доступність.

Платформи цифрового кредитування допомагають кооперативам надавати миттєві кредити своїм членам, зменшуючи залежність від традиційних банків. Крім того, моделі краудфандингу та децентралізованого фінансування пропонують кооперативам нові способи залучення капіталу для розширення та модернізації. Впровадження сучасних методів управління, аналітики на основі штучного інтелекту (ШІ) та автоматизації допомагає кооперативним підприємствам оптимізувати ланцюги поставок, маркетингові стратегії та управління людськими ресурсами. ШІ все частіше використовується для аналізу ринкових тенденцій, поведінки споживачів і чинників фінансового ризику, що дозволяє кооперативам приймати керовані даними рішення, які підвищують їх довгострокову стійкість.

Автоматизація бізнес-процесів, цифрові платформи для продажів, розширення онлайн-каналів комунікації, впровадження ШІ у сферу клієнтського сервісу – усе це сприяє підвищенню ефективності діяльності кооперативних підприємств та їх конкурентоспроможності. Інновації також дозволяють кооперативним підприємствам створювати нові продукти, що відповідають сучасним вимогам споживачів, розширювати свою присутність на ринку та забезпечувати стабільність у довгостроковій перспективі.

Цифрові технології виступають важливим чинником формування довгострокових відносин кооперативного підприємства із клієнтами та партнерами. Успіх підприємства значною мірою залежить від рівня довіри з боку її цільової аудиторії та ділових партнерів. У цьому контексті особливу увагу слід приділяти сервісному обслуговуванню, програмам лояльності, персоналізованим пропозиціям і підтримці клієнтів. Довіра та стабільні партнерські зв'язки допоможуть кооперативному підприємству отримати додаткові можливості для розвитку.

Особливо цінними, хоча і складними, є маркетингові інновації, коли корпоративні підприємства використовують цифрові технології у своїх маркетингових стратегіях, впроваджують омніканальний маркетинг, персоналізацію маркетингових комунікацій та соціальну відповідальність (табл. 1).

Актуальні маркетингові інновації для кооперативних підприємств

Інновації	Значення інновації	Складові / ключові напрями	Приклад
Цифрові технології у маркетингових стратегіях кооперативних підприємств	Цифровізація маркетингу відкриває нові можливості для кооперативних підприємств. Прикладом успішної інтеграції цифрових технологій є використання мобільних додатків для доступу до послуг, що надаються кооперативним підприємством, онлайн-платформ для спільних покупок та систем лояльності, які ґрунтуються на блокчейні	• Big Data та аналітика: аналіз споживчих вподобань та прогнозування попиту; • штучний інтелект (ШІ) та чат-боти: автоматизація комунікацій та підтримки клієнтів; • автоматизовані CRM-системи: ефективне управління членством у кооперативі та аналіз даних про взаємодію з клієнтами	Кооператив «Organic Valley» (США) використовує онлайн-платформи та CRM-системи для ефективного управління членами кооперативу та просування органічних продуктів
Оmnіканальний маркетинг	Оmnіканальний маркетинг дозволяє кооперативним підприємствам забезпечувати безперервний та узгоджений клієнтський досвід через різні комунікаційні канали. Реалізація оmnіканальної стратегії сприяє підвищенню рівня залученості членів кооперативу та розширенню клієнтської бази	• інтеграція онлайн- та офлайн-комунікацій (поєднання вебсайтів, мобільних додатків та фізичних магазинів/офісів); • соціальні мережі як канал продажу (S-commerce – продаж через Facebook, Instagram, TikTok); • мультिकанальна підтримка клієнтів (чат-боти, кол-центри, мобільні додатки)	Кооператив «Mondragón Corporation» (Іспанія) успішно інтегрує онлайн-і офлайн-канали, використовуючи електронні сервіси для взаємодії з членами та клієнтами

Закінчення табл. 1

Інновації	Значення інновації	Складові / ключові напрями	Приклад
Персоналізація маркетингових комунікацій	Персоналізація є важливим способом залучення членів кооперативу та підвищення їхньої лояльності. Застосування персоналізації сприяє підвищенню конверсії та рівня задоволеності клієнтів	• програмне забезпечення для аналізу поведінки споживачів (на основі машинного навчання); • індивідуальні пропозиції та знижки на основі історії покупок; • персоналізовані електронні розсилки з рекомендаціями товарів та послуг.	Кооператив «REI Co-op» (США) використовує персоналізовані програми лояльності, аналізує споживчі вподобання та пропонує спеціальні пропозиції для членів кооперативу.
Соціальна відповідальність	Сучасні споживачі надають перевагу організаціям, які мають соціально відповідальну політику. Реалізація таких стратегій підвищує довіру до кооперативних підприємств та сприяє розширенню його впливу на ринку.	• екологічні ініціативи (зменшення відходів, впровадження сталого виробництва); • підтримка локальних громад (освітні проєкти, фінансування соціальних ініціатив); • прозорість бізнес-процесів (публікація звітів про екологічний та соціальний вплив діяльності)	Кооператив «The Co-operative Group» (Велика Британія) активно підтримує соціальні ініціативи, займається благодійністю та розвиває екологічні проєкти

За результатами маркетингових досліджень можемо визначити основні переваги впровадження цифрових інновацій у кооперативних підприємствах.

По-перше, підвищення ефективності: автоматизація процесів, AI-аналітика та Big Data сприяють кращому управлінню та швидкому прийняттю рішень.

По-друге, зниження витрат: оптимізація логістики, цифрові CRM-системи та омніканальний маркетинг скорочують витрати на операційну діяльність.

По-третє, збільшення прибутку: нові джерела доходу через e-commerce, мобільні додатки та фінансові інновації (краудфандинг, кооперативні банки).

По-четверте, залучення нових членів: персоналізовані програми лояльності, онлайн-спільноти та цифровий маркетинг допомагають розширити членську базу.

I, безперечно, соціальна відповідальність – екологічні ініціативи, підтримка місцевих громад та прозорість бізнес-процесів підвищують довіру до кооперативу.

Висновки. Маркетингові інновації на засадах цифрових технологій відіграють важливу роль у розвитку кооперативних підприємств, дозволяючи їм адаптуватися до змінних умов ринку та потреб споживачів. Впровадження цифрових технологій, омніканального маркетингу, персоналізованих маркетингових стратегій та соціально відповідального маркетингу сприятиме зміцненню позицій кооперативних підприємств та їх конкурентоспроможності. Подальші дослідження в цьому напрямі можуть зосереджуватися на глибшому аналізі ефективності конкретних інноваційних маркетингових інструментів у різних типах кооперативних підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко та ін. – К. : Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
2. Spin Sucks. Communication and Reputation / Sucks Sucks // Spin Management in the Digital Age. Gini Dietrich. 800 East 96th Street. Indianapolis, 154 p. URL: <http://ptgmedia.pearsoncmg.com/images/9780789748867/samplepages/078974886x.pdf>

РОЛЬ ВЕЛИКИХ ДАНИХ (BIG DATA) В АНАЛІЗІ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Карп'юк Денис

Дідик А. В. – наукова керівниця,

Хмельницький кооперативний фаховий коледж

Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Анотація. Розглянуто роль великих даних (Big Data) у сучасному економічному аналізі. Досліджено основні джерела економічних даних, методи їхньої обробки та практичне застосування для прогнозування ринкових змін і прийняття управлінських рішень. Особливу увагу приділено використанню машинного навчання та аналітичних платформ для підвищення ефективності економічного моделювання.

Ключові слова: великі дані, Big Data, економічний аналіз, прогнозування, машинне навчання, бізнес-аналітика, фінансові технології.

Постановка проблеми. Сучасний світ стикається з безпрецедентним зростанням обсягів економічних даних, які надходять із фінансових ринків, електронної комерції, банківських систем, соціальних мереж та інших джерел. Традиційні методи аналізу не дозволяють ефективно обробляти такі великі обсяги інформації, що може призводити до упущених можливостей і помилкових економічних рішень. У зв'язку з цим виникає необхідність використання інструментів великих даних для дослідження економічних процесів та оптимізації прийняття рішень.

Аналіз основних досліджень. Теоретичному та прикладному аспектам використання великих даних у дослідженні економічних процесів у своїх працях приділяли увагу ряд вчених та аналітичних центрів. Зокрема, важливе місце у формуванні підходів до аналізу Big Data посідає дослідження В. Майєр-Шенбергера та К. Кукієра, які у праці «Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think» (2013) наголошують на зміні парадигми аналізу даних – від вибіркового спостереження до аналізу повних масивів інформації. У сфері економіки це відкриває нові можливості для дослідження ринкових процесів, поведінки споживачів та прогнозування макроекономічних показників.

Проблематику економічного застосування великих даних також активно досліджує McKinsey Global Institute, який у звіті «Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity» (2011) визначає Big Data як новий економічний актив. Праці, опубліковані в Journal of Economic Perspectives, висвітлюють прикладні аспекти використання великих даних для аналізу фінансових ризиків, інфляційних очікувань і споживчої поведінки. У державному секторі цю проблематику розглянуто у документі Європейської комісії «Building a European data economy» (2017), де підкреслено значення Big Data для ефективного управління економікою та цифрової трансформації.

Мета. Метою дослідження є аналіз можливостей використання великих даних для оцінки економічних процесів. Розглянуто методи їхньої обробки,

ефективність застосування сучасних аналітичних технологій, а також перспективи їх розвитку в економічній сфері.

Виклад основного матеріалу. Великі дані [5] включають великі обсяги інформації, які характеризуються високою швидкістю генерації та різноманітністю. Основними джерелами економічних даних є банківські транзакції, торговельні операції, статистика споживчого попиту, показники макроекономіки та соціальні мережі. Використання великих даних сприяє формуванню більш точних економічних прогнозів та оптимізації бізнес-рішень [1].

Big Data (великі дані) – це масштабний обсяг структурованої та неструктурованої інформації, що надходить із різних джерел і постійно оновлюється. Через значний обсяг, складність та високу швидкість генерації ці дані не можуть бути ефективно оброблені традиційними методами. Поняття Big Data включає не лише самі дані, а й технології, методи та інструменти, призначені для їхньої обробки та зберігання.

Системи роботи з великими даними забезпечують автоматизовану обробку значних масивів розрізненої інформації, а результати подають у зручній для аналізу формі. Це дозволяє компаніям ухвалювати обґрунтовані рішення на основі аналітичних даних, а не лише інтуїтивних припущень. Наприклад, якщо людина може оцінити попит на велосипеди в окремому магазині, то для аналізу ринку в сотнях торговельних точок у різних країнах необхідне використання інструментів Big Data, що забезпечують швидкий і точний аналіз інформації [5].

Збір, зберігання та обробка великих обсягів інформації не є новітнім досягненням, адже такі процеси здійснювалися в тій чи іншій формі ще задовго до появи сучасних технологій. Однак концепція великих даних (Big Data) чітко сформувалася на початку XXI століття. Визначальний внесок у її становлення зробив аналітик Дуг Лейні, який запропонував модель трьох «V», що визначає ключові характеристики великих даних: обсяг (Volume), швидкість (Velocity) та різноманітність (Variety) [2].

Обсяг (Volume) – це сукупність даних, отриманих із різних джерел, зокрема соціальних мереж, фінансових транзакцій, даних сенсорів та інших цифрових потоків. Сучасні технології дозволяють ефективно зберігати такі великі масиви інформації.

Швидкість (Velocity) – відображає темпи створення та обробки даних. Оскільки інформаційні потоки генеруються в режимі реального часу, їхня обробка має відбуватися максимально швидко для своєчасного прийняття рішень.

Різнорідність (Variety) – стосується різних форматів даних, які можуть бути як структурованими (наприклад, числові дані в базах даних), так і неструктурованими (текстові документи, зображення, відео, аудіофайли, електронні листи тощо).

Ці три аспекти стали основою для подальшого розвитку технологій Big Data, що сьогодні широко застосовуються в економічному аналізі, бізнесі, фінансах та інших сферах.

Для ефективного використання великих даних застосовують такі технології:

1. Хмарні обчислення та розподілені системи (Hadoop, Spark) для паралельної обробки великих масивів даних.
2. Машинне навчання та штучний інтелект, що дозволяють будувати прогностичні моделі економічних змін.
3. NoSQL та SQL бази даних, які забезпечують швидкий доступ до структурованої та неструктурованої інформації.
4. Інструменти візуалізації (Power BI, Tableau) для представлення складних економічних показників у наочному форматі.

Практичне застосування великих даних (Big Data) у фінансовій та економічній сферах дозволяє:

- прогнозувати економічні кризи та коливання ринкових показників;
- аналізувати поведінку споживачів для вдосконалення маркетингових стратегій [3];
- автоматизувати фінансове управління та оцінювати кредитні ризики [4];
- розвивати FinTech-рішення, такі як алгоритмічна торгівля та автоматизоване управління активами.

Важливість використання великих даних у сучасному бізнесі полягає у:

- підвищенні якості прийняття рішень (аналіз великих даних дає змогу отримати цінні аналітичні висновки щодо ринкових тенденцій, поведінки клієнтів, конкурентного середовища та внутрішніх бізнес-процесів, що дозволяє приймати більш обґрунтовані та ефективні управлінські рішення);
- оптимізації бізнес-процесів (використання великих даних допомагає виявляти неефективні процеси та знаходити способи їх удосконалення, що сприяє зниженню витрат, підвищенню продуктивності та покращенню загальної ефективності компанії);
- зміцненні конкурентних переваг (компанії, що активно застосовують технології аналізу даних, здатні швидше адаптуватися до ринкових змін, прогнозувати майбутні тренди та виявляти нові можливості для зростання);
- персоналізації маркетингових кампаній (завдяки великим даним бізнес отримує детальні уявлення про уподобання та поведінку споживачів, що дозволяє створювати більш цілеспрямовані, персоналізовані та ефективні маркетингові стратегії) [2].

Перевагами обробки великих даних є:

- використання зовнішніх джерел інформації для ухвалення рішень (компанії можуть інтегрувати зовнішні дані з пошукових систем, соціальних мереж (наприклад, Facebook, Twitter) та інших онлайн-ресурсів для вдосконалення своїх бізнес-стратегій та підвищення ефективності прийняття рішень);
- покращення обслуговування клієнтів (традиційні механізми зворотного зв'язку поступово замінюються сучасними системами, які базуються на технологіях Big Data, використання аналізу великих даних та алгоритмів обробки природної мови дозволяє краще розуміти реакції споживачів і відповідно адаптувати послуги та продукти під їхні потреби);

- своєчасне виявлення ризиків для продуктів та послуг (аналіз великих масивів даних допомагає завчасно ідентифікувати можливі загрози для продуктів чи послуг, що дозволяє компаніям оперативно реагувати та мінімізувати потенційні втрати);

- підвищення операційної ефективності (використання Big Data сприяє оптимізації внутрішніх процесів, автоматизації рутинних завдань та підвищенню загальної продуктивності компанії).

З розвитком штучного інтелекту та хмарних технологій аналіз економічних процесів стає ще більш точним та автоматизованим. В майбутньому можна очікувати:

- використання квантових обчислень для прискорення аналізу фінансових потоків;

- інтеграцію технологій блокчейну для забезпечення прозорості економічних транзакцій;

- подальшу автоматизацію бізнес-аналітики за допомогою генеративного штучного інтелекту.

Висновки. Великі дані (Big Data) відіграють визначальну роль у дослідженні економічних процесів, також кардинально змінюють підхід до аналізу економічних процесів, дозволяючи виявляти приховані закономірності, прогнозувати тенденції та приймати ефективніші рішення. Завдяки використанню сучасних методів обробки інформації та методам машинного навчання, бізнес та уряди можуть швидше реагувати на зміни в економіці та мінімізувати ризики, а також оперативно обробляти значні масиви інформації, знаходити приховані закономірності та прогнозувати майбутні економічні тренди. Подальший розвиток технологій Big Data та їхнє впровадження у фінансову сферу сприятимуть стабільності та прогнозованості глобальної економіки.

Застосування технологій Big Data сприяє підвищенню точності економічного прогнозування, оптимізації бізнес-процесів і прийняттю стратегічно виважених рішень. Вони широко використовуються у фінансовому аналізі, макро-економічних дослідженнях, маркетингових стратегіях та управлінні ризиками. Однак із впровадженням великих даних постають певні виклики, зокрема питання конфіденційності, захисту інформації, високої вартості обробки та етичних аспектів використання персональних даних. Тому необхідно постійно вдосконалювати технології збереження та обробки даних, забезпечувати їхню безпеку й знаходити баланс між автоматизацією аналітики та людським контролем.

З огляду на швидкий розвиток цифрової економіки, значення Big Data у майбутньому лише зростатиме. Їхнє застосування дозволить ще точніше прогнозувати економічні процеси, підвищувати ефективність управління та сприяти сталому розвитку бізнесу й суспільства загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанов О. С. Аналітика великих даних: принципи, напрямки і задачі (огляд) / О. С. Балабанов // Експертні та інтелектуальні інформаційні системи. – 2019. – С. 47-68. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/-161487/05-Balabanov.pdf?sequence=1>.

2. Використання великих даних для стратегічних рішень у малому бізнесі різних галузей економіки. URL: <https://coi.ua/blog/AdMarketing/the-use-of-big-data-for-strategic-decisions-in-small-businesses-across-various-sectors-of-the-econom/>.

3. Дзямулич Микола. Великі дані та їх роль у формуванні цифрової економіки / Микола Дзямулич, Тетяна Шматковська, Олена Борисюк // Галицький економічний вісник. – 2021. – № 3 (70). – С. 16-21. URL: <https://lib.ln-tu.edu.ua/sites/default/files/2022-06/970.pdf>.

4. Кічула Галина. Можливості та ризики використання великих даних у прийнятті економічних рішень / Галина Кічула // III International Scientific and Theoretical Conference «Current scientific goals, approaches and challenges». Collection of scientific papers «SCIENTIA». – Riga, Latvia, January 17, 2025. – С. 56-58. URL: <https://previous.scientia.report/index.php/archive/article/view/2314>.

5. Що таке Big Data: визначення, приклади та можливості. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-big-data>.

ВИКОРИСТАННЯ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТА ПРОЗОРОСТІ ТРАНЗАКЦІЙ В КООПЕРАТИВНИХ СИСТЕМАХ

Скабара Дмитро

Варгас В. М. – наукова керівниця

Львівський кооперативний фаховий коледж економіки і права

Анотація. У роботі досліджено блокчейн-технології, їх переваги та способи використання в кооперативних системах.

Ключові слова: блокчейн, Web 3.0, штучний інтелект (AI), сільськогосподарські, споживчі, кредитні та житлово-будівельні кооперативи.

Постановка проблеми. Кооперативні системи відіграють важливу роль у різних секторах економіки. Однак, традиційні методи обліку та управління транзакціями часто стикаються з проблемами.

Аналіз основних досліджень. Дослідження блокчейн-технологій у науковому просторі почали активно розвиватися після 2014 року. На сьогодні, питаннями застосування блокчейну займається значна кількість як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, серед яких: Д. Аппелбаум, Л. А. Ватсон, Р. Ваттенгофер, Р. О. Гартінгер, Дж. Даї, М. Іансіті, К. Лахані, О. В. Мельниченко, В. С. Олійник, В. О. Осмятченко, К. І. Редченко, Н. Рюкесгойзер, М. Сван, Д. Тапскотт, Н. Л. Шишкова, Н. Л. Ющенко та інші.

Окрім академічних досліджень, значний внесок у розвиток блокчейн-технологій роблять провідні міжнародні компанії та організації, що вказує на практичну цінність та перспективність цієї технології.

Мета. Дослідити, як блокчейн-технології можуть забезпечити безпеку та прозорість транзакцій в кооперативних системах.

Виклад основного матеріалу. Блокчейн – це революційна технологія, яка дозволяє безпечно, надійно та прозоро зберігати всі дані за допомогою мережі

комп'ютерів. Цією базою даних користуються для проведення операцій з криптовалютою та для зберігання інформації в багатьох інших цілях. Цифровий реєстр даних мережі блокчейну складається з ланцюгів, які містять інформацію про всі проведені операції. Історія операцій утворює блоки, в яких всі дані розташовані в хронологічному порядку. Збереження цієї інформації підтримується великою кількістю комп'ютерів по всьому світу.

Мережа блокчейну завдяки організованим блокам захищена від будь-яких зовнішніх втручань, оскільки на це потрібна була б згода всіх її учасників. Таким чином, з блоків інформації утворено систему, яка працює на взаємообміні віртуальними грошима без посередників. Бо всім учасникам доступна повна історія проведених операцій [4].

Тобто, коли Максим надсилає Тарасу гроші, транзакція транслюється в мережу. Кожна розподілена мережа спеціальних комп'ютерів проводить аутентифікацію транзакції, перевіряючи цифрові підписи й інші дані транзакції. Щойно транзакцію перевірено, вона додається до блоку разом з іншими транзакціями. Ми можемо розглядати кожен блок як сторінку цифрового реєстру [5].

Технологія блокчейн бере свій початок з праці вчених-криптографів Стюарта Хабера та Скотта Сторнетта «Як поставити мітку часу в цифровому документі». Головною ідеєю було створення технології, яка вирішить питання прав на інтелектуальну власність, зокрема, у сфері інформаційних систем та технологій. При цьому вчені беруться за вирішення двох очевидних завдань: застрахувати від змін не тільки сам документ, а і проставлену мітку часу. Однак потрібно було знайти такого свідка справжності даних, довіра до якого не викликала б сумнівів. І такого свідка було знайдено. З 1995 року газета Нью Йорк Таймс використовувалася як публічний протокол, де у розділі під назвою «Повідомлення: і втрачені, і знайдені» друкувались хеш-коди усіх доданих за тиждень ідентифікаторів, виконуючи функцію публічного реєстру [3].

До основних переваг блокчейну відносимо:

- **Безпека даних.** Криптографія та механізми консенсусу забезпечують надійний захист від підробки даних. Ця структура гарантує, що дані прозорі, безпечні й незмінні. Практично неможливо змінити дані, що зберігаються в блоці, після того, як блок підтверджено і додано до ланцюга.

- **Ефективність.** Блокчейн може забезпечити швидші й дешевші транзакції, усуваючи потребу в посередниках. Транзакції обробляються майже в режимі реального часу.

- **Децентралізація.** Інформація зберігається в мережі комп'ютерів, а не на одному центральному сервері. Контроль і повноваження щодо прийняття рішень у мережі розподіляються між її користувачами, а не контролюються однією особою, такою як банк, уряд чи корпорація. Великі децентралізовані мережі дуже стійкі до атак.

- **Прозорість.** Більшість блокчейнів є публічними, що означає, що всі учасники мають доступ до однієї бази даних. Будь-хто, як правило, може перевірити дані блокчейну, включаючи всі дані транзакцій і дані блоків, на публічних веб-сайтах.

- Незмінність. Після того, як дані додані до блокчейну, їх не можна змінити без консенсусу мережі – набору правил, які визначають, як мережа спеціальних комп'ютерів досягає згоди про стан блокчейну і дійсності транзакцій [5].

В епоху стрімкого розвитку цифрових технологій кооперативи, як форма економічної організації, стикаються з новими викликами та можливостями. Інновації, такі як блокчейн, Web 3.0 та штучний інтелект (AI), відкривають безпрецедентні перспективи для підвищення ефективності, прозорості та конкурентоспроможності кооперативів у різних галузях. Ми розглянемо потенціал використання цих технологій у сільськогосподарських, споживчих, кредитних та житлово-будівельних кооперативах, аналізуючи конкретні приклади та переваги їх впровадження.

Сільськогосподарські кооперативи

Блокчейн:

- Походження та сертифікація продукції. Блокчейн може забезпечити відстеження походження харчових продуктів, підвищуючи лояльність споживачів та їхню довіру до продукту. Надаючи ритейлерам можливість швидко ізолювати шкідливі продукти, блокчейн знижує ризик заподіяння шкоди людям, допомагаючи забезпечити якість і безпеку сільськогосподарської продукції.

- Управління ланцюгом поставок. Попит на органічні, місцеві продукти постійно зростає, а блокчейн дозволяє споживачам перевіряти шлях свого продукту, відстежуючи його від ферми до столу.

- Фінансові транзакції. Блокчейн може допомогти покращити доступ до фінансів для фермерів та інших зацікавлених сторін, а також зменшити ризик шахрайства та корупції. Технологія децентралізованих реєстрів має унікальну можливість спростити транзакційні процеси та вирівняти умови для малих фермерів та виробників сільськогосподарських культур [1].

WEB 3.0:

- Децентралізовані платформи для торгівлі. Кооперативи можуть створювати власні децентралізовані платформи для торгівлі сільськогосподарською продукцією без посередників, таких як великі торговельні мережі.

- Управління даними. WEB 3.0 дозволяє кооперативам безпечно зберігати та обмінюватися даними про виробництво, якість продукції та інші параметри.

AI:

- Прогнозування врожаю. AI може використовуватися для прогнозування врожаю на основі аналізу даних про погоду, стан ґрунту та інших факторів.

- Автоматизація процесів. AI може допомогти автоматизувати такі процеси, як полив, внесення добрив та збирання врожаю.

Споживчі кооперативи

Блокчейн:

- Прозорість фінансів. Усі платежі, внески та винагороди записуються в блокчейн, що виключає можливість шахрайства.

- Смарт-контракти. Автоматизація угод між учасниками (наприклад, купівля товарів, повернення коштів, обмін бонусами).

WEB 3.0:

- Програми лояльності. Кооперативи можуть створювати власні програми лояльності на основі блокчейну, пропонуючи учасникам винагороди за покупки та залучення нових членів.

- Децентралізовані маркетплейси. Кооперативи можуть створювати децентралізовані маркетплейси, де учасники можуть купувати та продавати товари без посередників.

AI:

- Персоналізовані пропозиції. AI може використовуватися для аналізу даних про покупки учасників та пропонувати їм персоналізовані пропозиції.

- Управління запасами. AI може допомогти оптимізувати управління запасами, прогнозуючи попит на товари та автоматично замовляючи їх у постачальників.

Кредитні кооперативи

Блокчейн:

- Кредитування. Блокчейн може використовуватися для спрощення та здешифлювання процесу кредитування, забезпечуючи прозорість та безпеку транзакцій.

- Ідентифікація. Блокчейн може використовуватися для створення цифрової ідентифікації учасників кооперативу, що полегшує процес отримання кредитів та інших послуг.

WEB 3.0:

- Децентралізовані фінансові сервіси. Учасники можуть вкладати кошти та отримувати прибуток без банків.

- Голосування щодо фінансових рішень. Децентралізована система голосувань щодо процентних ставок і кредитних програм.

AI:

- Оцінка кредитоспроможності. AI може використовуватися для оцінки кредитоспроможності позичальників на основі аналізу їх фінансової історії та інших даних.

- Боротьба з шахрайством. AI може допомогти виявляти та запобігати шахрайству, аналізуючи транзакції та виявляючи підозрілі дії.

Житлово-будівельні кооперативи

Блокчейн:

- Прозоре управління нерухомістю. Усі фінансові та адміністративні операції записуються в блокчейн для відкритого доступу членів кооперативу.

- Розподіл витрат через смарт-контракти. Автоматизація платежів за комунальні послуги, ремонт і обслуговування.

WEB 3.0:

- Управління майном. Кооперативи можуть використовувати WEB 3.0 для створення децентралізованих систем управління майном, що забезпечує прозорість та ефективність.

- Голосування. WEB 3.0 може використовуватися для проведення онлайн-голосувань серед учасників кооперативу з питань управління та розвитку.

AI:

- Автоматизація обслуговування. Будівельні технології на базі штучного інтелекту підвищують точність та скорочують витрати. Вони також дозволяють прискорити завершення проєкту, роблячи будівництво ефективнішим та економічно вигіднішим.

- Безпека. AI можна використовувати для виявлення та моніторингу загроз безпеки, таких як падіння, на будівельних майданчиках. Його також можна використовувати для виявлення невідповідностей між проєктною документацією та поточним станом проєкту [2].

Висновки. Блокчейн-технології відчиняють двері до нових перспектив для безпеки, прозорості й ефективності угод у кооперативних структурах. Завдяки ключовим властивостям – децентралізації, незмінності інформації та високому рівню захисту, блокчейн здатен суттєво зміцнити довіру між членами кооперативів.

У різних сферах кооперації, наприклад, сільськогосподарських, споживчих, кредитних та житлово-будівельних кооперативах, ця технологія сприяє збільшенню ефективності операцій, зменшенню випадків шахрайства, автоматизації контрактних зобов'язань через смарт-контракти та зменшенню витрат на ведення бухгалтерії й управління.

Отже, інтеграція блокчейн-рішень у кооперативні системи разом з такими інноваціями як WEB 3.0 та AI не тільки збільшує їхню конкурентоспроможність, але й допомагає створити стабільнішу та засновану на довірі економічну модель. Застосування блокчейну здатне стати важливим чинником розвитку сучасних кооперативів, гарантуючи їхню відкритість і надійність для всіх учасників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Блокчейн у сільському господарстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agtecher.com/uk/blockchain-agriculture/>.

2. Будівельні технології 2024 року | Новини архітектури і будівництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://vertaki.com.ua/budivelni_tehnologii/.

3. Технологія блокчейн: дослідження суті та аналіз сфер використання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1701/1636>.

4. Хмельницька В. Все про блокчейн: як працює, хто користується, де застосовують [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tsn.ua/groshi/vse-pro-blokcheyn-yak-pracyuye-hto-koristuyetsya-de-zastosovuyut-2378878.html>.

5. Що таке блокчейн і як він працює? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://academy.binance.com/uk-UA/articles/what-is-blockchain-and-how-does-it-work>.

6. WEB 3.0: що потрібно знати розробнику про інтернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://web-academy.ua/blog/junior/web-3-0>.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

*Пархоменко Богдан
Дибчук Л. В.* – наукова керівниця
Вінницький кооперативний інститут

Анотація. У статті розглядається процес впровадження цифрових інновацій у діяльність підприємств та формування ефективної стратегії цифрової трансформації. Виокремлено ключові етапи, виклики та фактори успіху в умовах цифровізації.

Ключові слова: цифрові інновації, цифрова трансформація, бізнес-процеси, стратегія цифровізації, технологічні зміни, цифрова зрілість, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Сучасні підприємства мають впроваджувати цифрові інновації для підвищення ефективності та конкурентоспроможності. Водночас вони стикаються з викликами, як-от опір змінам, фінансові витрати та ризики кібербезпеки.

Аналіз основних досліджень. Праці дослідників, таких як Бугріменко Р. М., Смірнова П. В., а також інших науковців, свідчать про зростаючу роль цифрових інновацій у забезпеченні ефективності та конкурентоспроможності підприємств. Вони підкреслюють, що успішна цифровізація потребує комплексного підходу, включаючи чітке визначення стратегічних цілей, адаптацію організаційної культури та впровадження передових технологій. Дослідження показують, що основними бар'єрами для цифрової трансформації залишаються недостатність фінансування, опір змінам з боку персоналу, відсутність належної кваліфікації серед працівників та проблеми інтеграції нових технологій із застарілими системами. Разом з тим, компанії, які ефективно використовують цифрові рішення, отримують значні конкурентні переваги, зокрема за рахунок оптимізації операційних процесів, покращення взаємодії з клієнтами та створення нових можливостей для розвитку бізнесу.

Метою статті є дослідження процесу впровадження цифрових інновацій у діяльність підприємства з урахуванням стратегічних етапів, можливостей і викликів цифрової трансформації.

Виклад основного матеріалу. Впровадження цифрових інновацій у діяльність підприємства – це складний і багатоетапний процес, який охоплює різні аспекти організації, технологій та управління. У сучасному світі, де технологічний прогрес відбувається стрімкими темпами, підприємства змушені адаптуватися до нових умов, щоб залишатися конкурентоспроможними. Цифрові інновації сприяють підвищенню ефективності бізнес-процесів, покращенню якості продукції та послуг, а також створенню нових можливостей для зростання та розвитку.

Стратегія впровадження цифрових інновацій. Першим і ключовим етапом цифрової трансформації є розробка стратегії, яка має визначити цілі та завдання

підприємства у використанні нових технологій. Стратегія повинна враховувати поточний стан компанії, доступні ресурси, зовнішнє середовище, ринкові тренди та конкурентне оточення.

Основні етапи впровадження цифрових інновацій:

1. Аналіз та планування. На цьому етапі керівництво визначає основні потреби та проблеми, які можуть бути вирішені за допомогою цифрових технологій [1]. Для цього проводиться оцінка рівня цифрової зрілості підприємства та аналізуються такі питання:

Яка головна мета цифрової трансформації?

Хто є цільовою аудиторією?

Який рівень цифровізації поточних процесів?

Наскільки співробітники поінформовані про цифрову трансформацію?

Які технології будуть найефективнішими у контексті поточної стратегії?

Які конкурентні переваги може отримати компанія завдяки цифровізації?

2. Формування стратегії діджиталізації. Після оцінки цифрової зрілості компанія розробляє план дій щодо впровадження інновацій. Це включає визначення пріоритетних процесів для оптимізації та впровадження необхідних змін [2]. Керівництво повинно дати відповіді на такі питання:

Чи існує недостатній контроль над витратами?

Чи можна підвищити продуктивність та ефективність?

Чи бракує прозорості у моніторингу бізнес-процесів?

Чи можна покращити прогнозування потреб?

Чи можна оптимізувати взаємодію з клієнтами?

Чи відповідає корпоративний імідж сучасним вимогам?

Чи є можливість інтеграції інноваційних рішень із наявними бізнес-процесами?

3. Реалізація цифрових рішень:

- упровадження автоматизації та цифрових інструментів у ключові бізнес-процеси;

- навчання персоналу та створення культури цифрових інновацій;

- розвиток IT-інфраструктури та забезпечення кібербезпеки;

- використання штучного інтелекту та машинного навчання для аналізу даних та прогнозування ринкових тенденцій;

- розширення можливостей електронної комерції та впровадження омні-канального підходу у взаємодії з клієнтами [3].

4. Моніторинг та коригування:

- визначення ключових показників ефективності (KPI) для оцінки успіху;

- регулярний перегляд та адаптація стратегії відповідно до змін у ринкових умовах та технологіях;

- використання аналітики великих даних для оцінки ефективності впроваджених технологій;

- проведення внутрішніх аудитів цифрової трансформації та коригування плану впровадження інновацій [4].

Основні виклики цифрової трансформації. Впровадження цифрових інновацій може зіткнутися з певними труднощами [5]:

1. Культурні та організаційні зміни:

- опір персоналу до змін;
- відсутність культури інновацій;
- потреба в комплексному навчанні працівників для адаптації до нових технологій.

2. Обмежені ресурси:

- фінансові витрати на нові технології;
- брак кваліфікованих фахівців;
- необхідність залучення зовнішніх експертів та консалтингових агентств.

3. Кібербезпека:

- ризики витоку даних;
- необхідність впровадження ефективних механізмів захисту;
- регулярний моніторинг та оновлення систем кібербезпеки.

4. Технологічні бар'єри:

- застарілі або несумісні IT-системи;
- відсутність стандартів у використанні нових технологій;
- потреба в поступовій інтеграції цифрових рішень без ризику порушення основних бізнес-процесів [6].

5. Юридичні та регуляторні аспекти:

- відповідність законодавчим вимогам щодо конфіденційності даних;
- вимоги до зберігання та обробки персональних даних відповідно до міжнародних стандартів;
- дотримання норм екологічної сталості у процесі цифровізації.

Висновки. Отже, успішне впровадження цифрових інновацій вимагає стратегічного підходу, інвестування у технології, підготовки персоналу та гнучкості у реагуванні на виклики. Регулярний моніторинг і коригування стратегії є ключовими факторами для досягнення довгострокового успіху у цифровому середовищі. Таким чином, підприємства, які впроваджують цифрові інновації, отримують значні переваги, підвищуючи свою конкурентоспроможність та адаптивність у динамічному ринковому середовищі. Крім того, цифрова трансформація сприяє створенню нових моделей ведення бізнесу, розширює можливості для інновацій та покращує загальну ефективність підприємств, що дає їм змогу утримувати лідерські позиції у своїй галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ivanova, N. et al. of the E-commerce Development in the Conditions of Digital Economy. IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security, VOL. 21. № 12. December 2021. 193-202. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.12.28>

2. Dybczuk L Zarządzanie technologiami cyfrowymi i gospodarką cyfrową w czasie wojny. Bezpieczeństwo wewnętrzne i zewnętrzne Polski w perspektywie konfliktów w państwach sąsiednich. Akademia Nauk Stosowanych im. prof. E. Lipińskiego w Kielcach. Kielce, Polska. 2023. S. 100-107

3. How to successfully implement Digital Transformation into your business? – Eminence Data et Digital. Eminence Data et Digital. URL: <https://eminence.ch/en/successfully-implement-digital-transformation-business/#gref>

4. Бугріменко Р. Вплив розвитку цифрової трансформації на діяльність підприємства / Р. Бугріменко, П. Смірнова // Економіка та суспільство. – 2024. – № 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-29>

5. Дибчук Л. В. Вплив цифрової трансформації на економіку та військову стратегію України / Л. В. Дибчук, Ю. М. Паночишин, Г. О. Палагнюк // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2024. – № 85. – С. 14-23. <https://doi.org/10.18664/btie.85.306315>

6. Дибчук Л. Сучасний бізнес у світі цифрових технологій: головні тренди / Л. Дибчук, В. Гордійчук // Сучасні технології комерційної діяльності і логістики: збірник матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Київ, 1 листопада 2024 р.). – К. : КНЕУ, 2024. – С. 235-237.

КООПЕРАТИВНА СИНЕРГІЯ КОГНІТИВНОГО КАПІТАЛУ НООЕКОНОМІКИ: СОЦІОКУЛЬТУРНО-ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД

Васильків Вікторія

Шевчик Б. М. – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі проаналізовано соціокультурні та інституційні підходи до формування когнітивного капіталу нооекономіки. Визначено роль кооперативної синергії у процесах побудови моделі економіки майбутнього в умовах глобальної цифровізації.

Ключові слова: кооперативна синергія, цифровізація, когнітивний капітал, нооекономіка.

Постановка проблеми. Футуросинергетичні проекти перспектив економічного розвитку ґрунтуються на достовірній діагностиці сучасного стану, каузально зумовленого зрозумілими причинами минулого, та ідеї можливостей як квінтенсії альтернатив. Якщо суспільство трактують як ринковий спосіб існування людських колективів, то кооперація, окрім релевантності інтересів, притаманної ідеї суспільства як ринку, передбачає ще щось від спільноти – такого типу згромадження, де існують понадмеркантильні, атрактивні чинники доцільності об'єднання. І в міру посилення темпоральних флуктуацій соціокультурної динаміки, що в наш час має завершитися появою ідеаційного типу культури, ці атрактивні тренди синергії набуватимуть все більш домінантного становища. У чуттєвій культурі Заходу, яка характеризується матеріалістичною філософією, атеїстичною наукою та егомеркантилістським світоглядом, кооперацію розуміють як сегмент ринкової системи, де конкурентні зусилля базуються на інтегральній основі спільності інтересів і де мінімізовано суперечності розподілу, властиві економічним класам суспільства [1].

Мета. Мета дослідження – визначити роль кооперативної синергії когнітивного капіталу у процесах побудови моделі економіки майбутнього.

Виклад основного матеріалу. Економічний сенс життєдіяльності зводиться до пошуку ренти, під якою розуміють залученість у систему розподілу в умовах гомеостазу економічної системи. Найпростіший спосіб максимізації ренти полягає у застосуванні ресурсу влади для примусової екстракції частки доходу через загрозу легітимного насильства. В умовах ринкової конкуренції та держави відкритого доступу із гарантуванням прав приватної власності, перспектива ренти пов'язується з інституційною інклюзивністю застосування нових комбінацій творчої підприємницької ініціативи інноваційних видів діяльності, коли, ставши менеджером власної компанії, екс-інсайдер отримує дохід на перших трьох із п'яти етапів процесу дифузії своєї інновації галузевим простором економіки. Питання легітимних способів постійного пошуку ренти резистентно корелює із проблемою соціальної справедливості, особливо коли дискурс триває в межах економічної парадигми трудової теорії вартості, адже рантьє – це той, хто у створенні вартості, субстанцією якої є праця, докладає мінімум зусиль [2].

А як бути із перспективою ренти в умовах інтелектуальної власності, адже свобода вільного доступу до інформації є культурним надбанням демократії? Так, є патенти, є ліцензії, є авторські права на тексти, але, в сучасних умовах інформаційно-комунікаційних мереж тексти можуть технологічно відтворюватися, дублюватися і тиражуватися безконечно і безплатно. Якщо споживною вартістю тексту є не технічно-інженерна інновація, що максимізує прибутковість фірми, а гуманітарний проєкт, що змінює стан свідомості, розширюючи когнітивні горизонти зняття екзистенційних суперечностей між буттям і небуттям, і спряючи естетико-нормативному вдосконаленню культури і суспільства, то чим плата за таку інформацію відрізняється від монополії на істину, що виглядає аксіологічним абсурдом?

Чи можлива когнітивна кооперація, тобто такий спосіб синергії екзистенційної взаємодії максимізації задоволення потреб, що інтенсифікує рух істини ландшафтом колективної свідомості, зумовлюючи інтегральні флуктуації архетипу в пасіонарну резистентність учасників? Або по-іншому сформулюємо запитання: в умовах якої системи обміну резистентна пасіонарність як валютний ефект споживання тексту, споживною вартістю якого є онтологічна новизна екзистенційних сенсів, набуває параметрів граничної актуалізації у нормативних межах домінуючої культури?

Нагадуємо, що є два типи обмінів: ринковий і символічний. Ринковий простір передбачає принцип зворотної транзитивності еквівалентних вартостей на основі релевантно співмірної праці. Натомість істина, як інтелектуальний продукт, приходить у свідомість спонтанно і миттєво (що унеможливорює застосування трудового принципу вартості в оцінюванні через відсутність часової протяжності як шкали виміру темпоральності робочих зусиль у часі), і, головне, приходить як дар одкровення особисто не заслуженої благодаті, коли людину огортає не лише глибоке розуміння суті проблеми, а внутрішнє горіння, – тапас, – валютна пасіонарність інтегрального чину в атрактивних вимірах нормативно

вдосконаленого буття [2]. Якою грошовою сумою визначати міру цього «тапасу», який є когнітивним ефектом емерджентності споживної вартості тексту?

Саме символічний, а не ринковий обмін, передбачає рух вартості не на основі принципу дефіциту, а надлишку. Але чи можлива вартість надлишку, адже ж ніхто не платить грішми, наприклад, за повітря? Кожна економічна цінність зумовлюється рідкісністю, тобто дефіцитом, тому економіку визначають як спосіб життя людей в умовах світу як дефіциту. Натомість символічний обмін інституційно прийнятний в умовах домінування ідеаційного типу культурної ментальності у синергії із цифровими і квантовими технологіями. Цифрова технологія анулює детермінізм часу, уможливаючи доступ у миттєвості практично безконечного споживання.

Якою грошовою сумою виражати протяжність миттєвості, де горизонт комунікаційних можливостей об'явлення тексту не детермінований послідовністю? Інтегральна істина як споживна вартість онтологічної новизни тексту – унікальна, тобто вона не вкладається в патерн альтернативного вибору, а отже її цінність кількісно не детермінована. Тоді – яка сума до оплати? Мить, що передує вибору, – це абсолютний початок можливості всього, що мислимо і уявляємо, тобто це пропозиція континуальної безконечності іманентного Всесвіту, де існує лише два види обмежень: аксіологічна шкала індивідуальної свідомості та міра когнітивного нецтва інтелектуальних здібностей індивіда. Тому мить релевантна вічності. То якою тоді може бути ринкова ціна отекстовленої істини, що приходить із вічності у миттєве об'явлення актуального буття?

Тепер – квантова реальність: вона передбачає делокалізацію актуальної тотальності у непередбачувано-непрогнозованій послідовності об'явлення тексту онтологічної новизни в інформаційно-комунікаційному просторі культури. Як виражати грошовою сумою цінність, яка присутня водночас скрізь і ніде навіть у віртуальному просторі, і не може піддаватися контрольованому впливу навіть для обґрунтування принципу ціни? Квантова делокалізація цінності виражає принцип безконечності, яку навіть важко уявити, бо людина пізнаючи, оперує детермінізмом форм, навіть якщо мислить алегоріями, образами, символами і метафорами. Якою грошовою сумою оплачувати неочікувану цінність із непізнаваної безконечності?

Отже, цифрові і квантові технології виводять природу людських потреб з-поза меж детермінізму простору і часу, і ставлять свідомість перед вибором цінності у континуальності вічності і безконечності, де свідомість не має координат досвіду. А вічність і безконечність – це модуси Єдиного Сущого, а не обмеженого матеріального світу. Тобто, економіка матеріального виробництва, обміну і споживання конвертується в нооекономіку нульових граничних витрат виробництва, символічного обміну та споживання Логоса Істини у текстах онтологічної новизни екзистенційної визначеності умов буття і діянь духа. Світ стоїть на порозі духовної економіки [3].

І ще одне важливе питання: перспективи інституціоналізації розподілу в умовах символічного обміну нооекономіки. І, відразу ж, – супровідне запитання: чому сучасні цифрові технології сприяють поширенню символічного

обміну? В інформаційній мережі текст стає надбанням необмеженої кількості користувачів: як в євангельському епізоді нагодування п'яти тисяч народу п'ятьма хлібами. Споживачами одного слова можуть стати мільйони людей. Тобто, такий процес передбачає невичерпну пропозицію безконечного споживання. Єдина умова – інтегральність потреби, тобто текст має нести сенс, який стосується усіх, бо лише тоді критерієм вартості може бути надлишок, а не дефіцит. Отож, символічний обмін передбачає акт пропозиції надлишку, тобто вартості, яка перевищує спроможність еквівалентно-релевантної оплати, коли ціна пропозиції незрівнянно вища ніж купівельна сила індивідуального суб'єкта попиту.

Але вартість пропозиції тексту несе сенс очікуваної екзистенції автентичності для носіїв даної культури, тобто можливості нового досвіду буття, що відповідає ритмам архетипів примордіальної самості глибин душі народу, коли слово спричинює кумулятивний ефект синергії волі до життя і віри в досяжність ідеалів. Таке слово формує ментальну континуальність когнітивного солідаризму суб'єкта нооекономіки – соборність. Меритократичним капіталом нооекономіки, що продукує тексти онтологічної новизни, виступає когнітаріат [2].

Висновки. Питання розподілу у кожній із шкіл економічної науки було і залишається «ахіллесовою п'ятою». В нооекономіці когнітарій пропонує одкровення істини як тексту мережевим простором символічного обміну. Його істина насправді не його, а дар вишньої благодаті, тобто екзистенційно-аксіологічна цінність, що постала внаслідок спонтанного розпаковування фільтром свідомості спресованого сенсу семантичного вакууму на вибірковій шкалі чистої потенціальності модусів абсолютного буття. Таким чином він – когнітарій – пропонує безцінний дар Істини через об'явлене у ньому Слово. Як і ринковий, символічний обмін передбачає зворотну транзитивність оплати – «дарунку-у-відповідь», – проте не в грошовому еквіваленті, а в акті вдячності.

Оскільки усе нове є синтезом попереднього, то символічний обмін нооекономіки запозичить від грошову форму «дарунку-у-відповідь», оскільки мережева континуальність апіорної безконечності семантичного вакууму передбачає тотальність анонімності учасників обміну, а отже неможливість персоніфікації мінових відносин на індивідуальному рівні. Тому й плата буде символічною, наприклад, одна гривня за право доступу. Таким чином, алегорія «вдовиної лепти» набуває емерджентних параметрів тотальності масштабу у сфері привласнення: якщо споживачами слова, умовно кажучи, стало мільйон учасників, кожен з яких заплатив одну гривню, то автор слова за кілька хвилин може стати мільйонером. Такий обмін принципово нееквівалентний, але такий розподіл гранично справедливий, і, головне, – жодних рантьє на чужу власність, а отже – інституційна неможливість корупції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Куцик П. О. Стратегічні напрями розвитку споживчої кооперації України у контексті глобальних економічних трендів / П. О. Куцик, С. Р. Семів // Підприємництво і торгівля: збірник наукових праць [редакц. кол.: Куцик П. О., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2022. – Вип. 33. – С. 5-15.
2. Куцик П. О. Нооекономіка: філософія серця у практиці життя (до 300-ліття з дня народження Григорія Сковороди) : монографія / П. О. Куцик, Б. М. Шевчик, В. О. Шевчук. – Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2023. – 303 с.
3. Куцик П. О. Культура в економіці: *modus operandi*: монографія / П. О. Куцик, Б. М. Шевчик, В. О. Шевчук. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2024. – 532 с.

ЗАСТОСУВАННЯ ШІ У МАСШТАБАХ ВЕЛИКОГО БІЗНЕСУ

Вікторія Крутигорова

Юлія Рибалко – наукова керівниця

*Кіровоградський кооперативний фаховий коледж економіки і права
імені М. П. Сая*

Анотація. Штучний інтелект (ШІ) є ключовим інструментом цифрової трансформації великого бізнесу. Його впровадження дозволяє автоматизувати рутинні процеси, оптимізувати логістику, покращувати якість продукції та персоналізувати маркетингові стратегії. Компанії, такі як Amazon, Netflix, Uber та FedEx, вже активно використовують ШІ для підвищення ефективності та конкурентоспроможності.

Попри значні переваги, інтеграція ШІ супроводжується викликами, такими як потреба у високоякісних даних, етичні питання та соціальні зміни. Проте грамотне використання цих технологій відкриває нові можливості для розвитку бізнесу та вдосконалення управлінських рішень.

Ключові слова: штучний інтелект, машинне навчання, глибинне навчання, комп'ютерний зір, автоматизація бізнес-процесів, цифрова трансформація, маркетинг і персоналізація, логістика та оптимізація, виробництво і контроль якості, аналітика великих даних, прогнозування ринкових тенденцій, конкурентні переваги, інновації у бізнесі, етика та конфіденційність даних, виклики та перспективи ШІ.

Мета: ознайомити з можливостями та перспективами використання штучного інтелекту у великому бізнесі, продемонструвати його вплив на ефективність бізнес-процесів, зниження витрат та підвищення конкурентоспроможності. Також розглянути виклики впровадження ШІ, включаючи технічні, етичні та соціальні аспекти, а також надати приклади успішного використання технологій провідними світовими компаніями.

Виклад основного матеріалу. Штучний інтелект (ШІ) стає все більш вагомою складовою сучасного бізнес-середовища. Від автоматизації рутинних завдань до аналізу великих обсягів даних і прийняття стратегічних рішень – технології ШІ активно інтегруються у процеси управління, маркетингу, логістики, фінансів та інших ключових напрямів діяльності компаній. Сучасний світ цифрових технологій змушує підприємства шукати конкурентні переваги, а впровадження інноваційних рішень на базі ШІ дозволяє суттєво оптимізувати бізнес-процеси, знижувати витрати та підвищувати якість кінцевого продукту.

За даними аналітиків, використання штучного інтелекту може прискорити виробничі процеси до 50%, знизити витрати на 20% та покращити якість продукції на 60% (Forbes). Проте, незважаючи на значний потенціал, ШІ не здатен повністю замінити людину, що підкреслює важливість співпраці між людиною та машиною для досягнення оптимальних результатів [5].

Під поняттям «штучний інтелект» зазвичай розуміють систему, яка здатна імітувати певні аспекти людського мислення. Основними технологіями, що лежать в основі ШІ, є [3, с. 42]:

- Машинне навчання (ML): Алгоритми, що дозволяють системам вчитися на основі даних, удосконалювати свої моделі та приймати рішення без прямого людського втручання.
- Глибинне навчання (DL): Підвид машинного навчання, який використовує нейронні мережі для аналізу неструктурованих даних, таких як зображення, звуки або тексти.
- Обробка природної мови (NLP): Технології, що забезпечують розпізнавання, аналіз та генерацію людської мови. Прикладами є голосові помічники (Siri, Alexa) та чат-боти.
- Комп'ютерний зір: Технологія, що дозволяє машинам «бачити» та аналізувати візуальну інформацію, використовуючи алгоритми розпізнавання образів.

Історія розвитку ШІ налічує декілька етапів – від перших концепцій і алгоритмів серед 1950-х років до сучасних систем, здатних аналізувати величезні обсяги даних за короткий час. Сучасні компанії активно впроваджують ШІ, адаптуючи його під специфіку своїх бізнес-процесів, що дозволяє отримувати конкурентні переваги на глобальному ринку [2, с.83].

Штучний інтелект дозволяє бізнесу аналізувати поведінку споживачів, персоналізувати рекламні кампанії та створювати індивідуальні пропозиції для клієнтів. Наприклад, Netflix і Amazon використовують алгоритми ШІ для генерації рекомендацій, що сприяє зростанню продажів і підвищенню задоволеності клієнтів.

У фінансовій сфері ШІ застосовується для аналізу великих обсягів даних, прогнозування ринкових тенденцій і виявлення шахрайських схем. Банківські установи та інвестиційні компанії використовують ШІ для автоматизації процесів, оптимізації портфелів і управління ризиками [4, с.130].

Штучний інтелект допомагає оптимізувати логістичні процеси, прогнозувати попит, планувати маршрути доставки та управляти запасами. Компанії, такі

як Uber та FedEx, вже інтегрували ІІІ для покращення операційної ефективності, що дозволяє зменшувати витрати і скорочувати час доставки.

У виробничій сфері ІІІ застосовується для автоматизації виробничих процесів, контролю якості та прогнозування поломок обладнання. Системи, які працюють на базі машинного навчання та глибокого навчання, допомагають оптимізувати виробничі лінії, знижуючи ризик людських помилок.

Чат-боти, віртуальні асистенти та інші інструменти, засновані на ІІІ, забезпечують клієнтам оперативну підтримку цілодобово. Це дозволяє знизити навантаження на call-центри і підвищити якість обслуговування, надаючи персоналізовані відповіді на запити клієнтів.

Системи штучного інтелекту здатні швидко аналізувати величезні обсяги даних, виявляти приховані закономірності та надавати ключові інсайти.

Це сприяє прийняттю обґрунтованих рішень у стратегічному управлінні, що є критично важливим для великих корпорацій.

Автоматизація рутинних завдань дозволяє співробітникам зосередитися на більш творчих та стратегічних аспектах діяльності. ІІІ працює 24/7, не піддається втомі та зменшує ризик помилок, що сприяє зростанню продуктивності.

Також впровадження ІІІ дозволяє зменшити витрати на оплату праці за рахунок автоматизації процесів. Крім того, оптимізація операційних процесів сприяє скороченню витрат на управління, зберігання та логістику, що в кінцевому рахунку позитивно впливає на прибутковість компанії.

За допомогою ІІІ компанії можуть впроваджувати системи контролю якості, що дозволяють виявляти дефекти на ранніх стадіях виробництва. Це забезпечує стабільну якість кінцевого продукту і підвищує задоволеність клієнтів.

Інструменти на базі ІІІ дозволяють створювати персоналізовані пропозиції, адаптовані до потреб конкретних клієнтів. Аналіз даних поведінку споживачів допомагає бізнесу розробляти індивідуальні маркетингові стратегії, що підвищують рівень лояльності та утримання клієнтів.

Системи ІІІ швидко обробляють величезні обсяги інформації, що дозволяє прогнозувати ринкові тренди, аналізувати конкурентне середовище та виявляти можливості для інновацій. Це дозволяє компаніям приймати стратегічні рішення на основі точних даних.

Приклади успішного впровадження ІІІ у великих корпораціях.

Amazon активно використовує ІІІ для прогнозування попиту, оптимізації запасів і створення персоналізованих рекомендацій. Завдяки цьому компанія зменшує витрати на зберігання і логістику, одночасно підвищуючи рівень задоволеності клієнтів [1, с.47].

Netflix, у свою чергу, завдяки алгоритмам машинного навчання пропонує користувачам унікальний контент, що базується на їхніх вподобаннях, що сприяє зростанню числа підписників.

Uber використовує системи ІІІ для прогнозування попиту на поїздки, що дозволяє ефективніше планувати маршрути і оптимізувати час доставки.

FedEx інтегрує інтелектуальні системи для аналізу логістичних процесів, що забезпечує швидку і точну доставку товарів, знижуючи операційні витрати і підвищуючи конкурентоспроможність на ринку.

Такі компанії, як PayPal та Rozetka, також демонструють успішне впровадження ШІ. PayPal використовує машинне навчання для виявлення шахрайства, а Rozetka – для прогнозування попиту і оптимізації процесів доставки. Українські компанії, такі як Fozzy Group та Genesis, також активно інтегрують ШІ у свої бізнес-процеси, що підтверджує глобальний тренд цифрової трансформації.

Виклики та обмеження впровадження ШІ.

Незважаючи на численні переваги, впровадження ШІ супроводжується певними труднощами. Одним із основних викликів є потреба у високоякісних даних для навчання алгоритмів. Без належної підготовки даних результати можуть бути неточними або упередженими. Крім того, інтеграція нових технологій в існуючі бізнес-системи часто вимагає значних інвестицій та перегляду організаційних процесів.

Застосування ШІ викликає питання етики та конфіденційності. Необхідно розробляти політики, що регулюють використання персональних даних, забезпечують прозорість алгоритмів і мінімізують ризики дискримінації. Правові норми щодо застосування ШІ активно формуються як на національному, так і на міжнародному рівнях, що створює додатковий тиск на підприємства, які бажають інтегрувати нові технології.

Впровадження ШІ також може викликати побоювання серед співробітників, які побоюються втрати робочих місць або зміни традиційних робочих процесів. Для подолання цих бар'єрів необхідно інвестувати в навчання та перекваліфікацію персоналу, створювати нові робочі місця, пов'язані з підтримкою та розвитком ШІ-технологій.

Розвиток технологій ШІ продовжує набирати оберти, і компанії, які своєчасно адаптуються до змін, отримують суттєву конкурентну перевагу. Прогнози свідчать, що до 2030 року світовий ринок ШІ може досягти трильйонних обсягів, що відкриває нові можливості для інвестицій у дослідження та розробки.

Найефективніші рішення базуватимуться на синергії між людиною та машинним інтелектом. ШІ як інструмент допомагає автоматизувати рутинні завдання, дозволяючи співробітникам зосередитися на творчій і стратегічній діяльності. У майбутньому з'являться нові ролі, орієнтовані на розробку, впровадження та супровід інтелектуальних систем.

Для забезпечення безпечного та етичного використання ШІ необхідно розробити чіткі стандарти і нормативні акти. Сучасні підходи вже включають етичні хартії, рекомендації Європейського Союзу та інші нормативні документи, що регулюють використання штучного інтелекту в бізнесі. Це дозволить мінімізувати ризики та забезпечити захист прав усіх зацікавлених сторін [6].

Висновки. Впровадження штучного інтелекту у великому бізнесі є одним із ключових трендів сучасної цифрової трансформації. Системи ШІ допомагають оптимізувати бізнес-процеси, знижувати витрати, підвищувати якість продукції та надавати персоналізований досвід клієнтам. При цьому важливо враховувати

як технічні, так і етичні аспекти застосування технологій, забезпечуючи належну підготовку даних, адаптацію організаційних процесів та навчання персоналу.

Незважаючи на значний потенціал, ШІ не здатен повністю замінити людський інтелект, а лише доповнити його, сприяючи прийняттю більш обґрунтованих рішень. Сучасний бізнес стоїть на порозі нової ери, де партнерство між людиною та машинним інтелектом відкриває безмежні можливості для зростання та інновацій. Для досягнення максимального ефекту підприємствам слід інтегрувати ШІ поступово, враховуючи всі можливі ризики та виклики.

У майбутньому розвиток ШІ сприятиме створенню нових бізнес-моделей, зміні підходів до управління та підвищенню конкурентоспроможності компаній на глобальному ринку. Головне завдання керівників – визначити, які саме завдання можуть бути оптимізовані за допомогою ШІ, і забезпечити відповідну інфраструктуру для його впровадження.

Таким чином, застосування штучного інтелекту у масштабах великого бізнесу стає невід’ємною частиною цифрової трансформації сучасних підприємств. Інвестиції в ШІ – це інвестиції у майбутнє, яке обіцяє стати ще більш продуктивним, ефективним та інноваційним. Для досягнення успіху важливо не тільки впроваджувати нові технології, а й розвивати людський потенціал, формувати етичні норми та забезпечувати прозорість у всіх аспектах застосування ШІ.

Цей огляд охоплює ключові аспекти використання штучного інтелекту у великому бізнесі, дозволяючи отримати цілісне уявлення про переваги, виклики та перспективи розвитку. Надалі саме партнерство людини і ШІ стане визначальним фактором для забезпечення стійкого зростання та інноваційності сучасних підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Винокуров О. М. Штучний інтелект у бізнесі: перспективи та виклики / О. М. Винокуров // Економічний простір. – 2021. – № 172. – С. 44-50.
2. Глушкова, В. Ю. Цифрові трансформації в умовах індустрії 4.0 / В. Ю. Глушкова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2022. – № 78. – С. 81-89.
3. Зверев, Д. В. Штучний інтелект у системах управління підприємствами / Д. В. Зверев. – К. : КНЕУ, 2020. – 216 с.
4. Малюта, Л. І. Впровадження штучного інтелекту у виробництві / Л. І. Малюта // Науковий вісник УжНУ. Серія: Економіка. – 2021. – Вип. 2(58). – С. 132–139.
5. Artificial Intelligence in Business: Opportunities, Challenges and Future Trends [Електронний ресурс] // Forbes. – 2023. – Режим доступу: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2023/03/15/artificial-intelligence-in-business-opportunities-challenges-and-future-trends>
6. EU Guidelines on Ethics in Artificial Intelligence [Електронний ресурс] // European Commission. – 2019. – Режим доступу: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/ethics-guidelines-trustworthy-ai>

ВИКОРИСТАННЯ МІКРОСЕРВІСНОЇ АРХІТЕКТУРИ ПРИ РОЗРОБЦІ ДОДАТКУ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБРОБКИ БІРЖОВИХ КОТИРУВАНЬ

Остапишин Артур

Плеша М. І. – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі розглянуто використання мікросервісної архітектури для розробки додатку автоматизації обробки фінансових даних, зокрема біржових котирувань. Використано сучасні технології, такі як Spring Cloud, RabbitMQ та MongoDB, для забезпечення масштабованості, надійності та ефективності системи.

Ключові слова: мікросервісна архітектура, Spring Cloud, RabbitMQ, MongoDB, автоматизація обробки даних, біржові котирування.

Постановка проблеми. Сучасні фінансові ринки характеризуються високою динамічністю та великими обсягами даних, що потребують швидкої та ефективної обробки. Традиційні монолітні архітектури часто не справляються із завданнями обробки даних у реальному часі, що обумовлює необхідність використання інноваційних підходів, таких як мікросервісна архітектура.

Мета. Метою роботи є розробка мікросервісного додатку для автоматизації обробки біржових котирувань, який забезпечує високу продуктивність, масштабованість та надійність за рахунок використання сучасних технологій, таких як Spring Cloud, RabbitMQ та MongoDB.

Виклад основного матеріалу. У роботі детально розглянуто основні принципи мікросервісної архітектури, яка передбачає розподіл програмного забезпечення на незалежні, дрібні сервіси, що взаємодіють через чітко визначені API (Application Programming Interface). Цей підхід дозволяє досягти високої масштабованості, гнучкості та надійності системи, що є критично важливим для обробки великих обсягів даних у реальному часі, зокрема фінансових даних. Основні переваги мікросервісної архітектури включають можливість масштабування окремих компонентів, незалежність у виборі технологій для кожного сервісу, підвищену надійність за рахунок ізоляції компонентів та прискорення процесу розробки. Однак, існують і недоліки, такі як складність у керуванні великою кількістю сервісів, додаткові витрати на інфраструктуру та потенційні проблеми з узгодженістю даних. Ці аспекти були враховані під час проектування системи, щоб забезпечити оптимальний баланс між перевагами та викликами мікросервісної архітектури.

Для реалізації мікросервісної архітектури використано Spring Cloud Config, який забезпечує централізоване управління конфігураціями всіх сервісів. Це дозволяє уникнути дублювання налаштувань у кожному сервісі та спрощує їхнє оновлення в реальному часі без необхідності перезапуску. Spring Cloud Config інтегрований із Git, що забезпечує версіонування конфігурацій та можливість їхнього динамічного оновлення через Spring Cloud Bus. Це особливо важливо для систем, які працюють із великими обсягами динамічних даних, таких як фінансові ринки, де конфігурації можуть часто змінюватися.

Spring Eureka використано для динамічної реєстрації та виявлення сервісів, що значно спрощує їхню інтеграцію та забезпечує безперебійну роботу навіть у разі тимчасового виходу з ладу окремих компонентів. Eureka Server дозволяє мікросервісам автоматично знаходити один одного, що спрощує масштабування та балансування навантаження. Це особливо важливо для фінансових сервісів, які аналізують ринкові тенденції та обробляють великі обсяги транзакційних даних. Завдяки Eureka всі мікросервіси можуть швидко адаптуватися до змін у навантаженні, що забезпечує стабільність роботи системи.

RabbitMQ застосовано для асинхронної комунікації між мікросервісами, що дозволяє ефективно обробляти великі обсяги даних у реальному часі, забезпечуючи швидкість передачі та цілісність інформації. RabbitMQ використовується для організації черг повідомлень між сервісами, що дозволяє досягти високої продуктивності та забезпечити більш гнучке управління навантаженням на систему. Наприклад, сервіс відправляє фінансові дані через RabbitMQ до сервісу обробника, який виконує їх обробку. Такий підхід дозволяє розподілити навантаження між сервісами та забезпечити стабільну роботу системи навіть при значних обсягах даних.

Для зберігання фінансових даних обрано MongoDB, яка дозволяє ефективно працювати з великими обсягами структурованих та напівструктурованих даних. NoSQL-підхід MongoDB забезпечує швидке масштабування та адаптацію до змін у фінансових потоках без зниження продуктивності. MongoDB дозволяє зберігати дані у форматі, який найкраще підходить для аналізу фінансових показників, таких як ціни на акції, обсяги торгів та інші метрики. Це робить її ідеальним вибором для систем, які працюють із динамічними та неструктурованими даними.

Розроблено два основних сервіси: сервіс, який відповідає за збір даних з фінансових джерел, таких як біржі та API, та сервіс, який виконує обробку та аналіз отриманих даних. Сервіс збору фінансових даних інтегрується із зовнішніми джерелами даних, такими як біржові API, для отримання актуальної інформації про котирування. Ці дані передаються через RabbitMQ до сервісу обробника даних, де вони обробляються за допомогою алгоритмів аналізу та прогнозування. Результати обробки зберігаються в MongoDB та надаються користувачам через REST API.

Впроваджено REST API для управління фінансовими даними, що дозволяє користувачам отримувати доступ до аналітичних звітів, прогнозів та інших результатів обробки даних у зручному форматі. API також забезпечує можливість візуалізації даних, що є важливим для прийняття рішень у фінансовій сфері. Для забезпечення безпеки даних впроваджено сучасні методи автентифікації та шифрування, що гарантує конфіденційність інформації. Використано JWT (JSON Web Token) для забезпечення безпечного доступу до API, а також шифрування даних при передачі через мережу.

Окрему увагу приділено тестуванню та оптимізації системи. Проведено функціональне та навантажувальне тестування, що дозволило виявити та усунути потенційні проблеми з продуктивністю. Оптимізовано роботу модулів для

забезпечення відповідності поставленим вимогам щодо швидкості обробки даних та стабільності роботи системи. Наприклад, було оптимізовано роботу RabbitMQ для забезпечення швидкої передачі повідомлень між сервісами, а також впроваджено кешування даних для зменшення навантаження на базу даних.

Для забезпечення ефективного моніторингу та візуалізації роботи мікросервісної архітектури в системі використано Prometheus та Grafana. Prometheus, як потужний інструмент для збору та аналізу метрик, дозволяє відстежувати стан кожного мікросервісу в реальному часі. Він збирає дані про продуктивність, навантаження, час відгуку та інші ключові показники, що дозволяє оперативно виявляти потенційні проблеми та вживати заходів для їх усунення. Для інтеграції Prometheus із мікросервісами використано Spring Boot Actuator, який надає необхідні метрики для моніторингу.

Grafana, у свою чергу, використовується для візуалізації даних, зібраних Prometheus. Вона дозволяє створювати інтерактивні дашборди (інформаційні панелі), які надають зручний інтерфейс для аналізу продуктивності системи. Завдяки Grafana адміністратори та розробники можуть відстежувати ключові показники, такі як час обробки запитів, навантаження на сервіси, стан черг RabbitMQ та інші параметри, що критично важливі для забезпечення стабільної роботи системи. Використання Prometheus та Grafana разом забезпечує повний цикл моніторингу: від збору метрик до їхньої візуалізації та аналізу, що робить систему більш прозорою та керованою. Це особливо важливо для фінансових систем, де стабільність та швидкість реакції на зміни є ключовими факторами успіху.

Таким чином, розроблений мікросервісний підхід демонструє високу ефективність у завданнях обробки фінансових даних. Він забезпечує гнучкість, масштабованість та надійність, що є критично важливим для сучасних фінансових систем. Цей підхід може стати основою для подальшого розвитку фінансових сервісів, сприяючи їхній стабільності, безпеці та масштабованості.

Висновки. Використання мікросервісної архітектури разом із сучасними технологіями дозволяє створити ефективну систему для обробки фінансових даних у реальному часі. Забезпечено високу масштабованість, гнучкість та надійність системи, що є критично важливим для фінансового сектору. Впровадження сучасних технологій, таких як – Spring Cloud Config, Eureka та RabbitMQ значно підвищує продуктивність та спрощує управління мікросервісами. Розроблений підхід може стати основою для подальшого розвитку фінансових сервісів, забезпечуючи їхню стабільність та безпеку. Також цей підхід надійно захищений через використання JWT токенів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Java. Офіційна документація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://docs.oracle.com/en/java>
2. Spring Framework. Офіційна документація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://docs.spring.io/spring-framework>

3. Spring Cloud. Офіційна документація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://docs.spring.io/spring-cloud-release/reference/index.html>
4. RabbitMQ. Офіційна документація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rabbitmq.com/docs>
5. MongoDB. Офіційна документація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mongodb.com/docs/>
6. Craig Walls, Spring in Action 6, Fifth edition : Manning Publications Co, 2022 — [520 с].

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМІЦНЕННЯ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Гінцар Максим

Арутюнян А. А. – науковий керівник

*Кіровоградський кооперативний фаховий коледж економіки і права
імені М. П. Сая*

Анотація. У доповіді аналізується вплив діджиталізації на розвиток системи споживчої кооперації України. Розглядаються цифрові інструменти, які підвищують ефективність управління, розширюють доступ до ринків і сприяють взаємодії між кооперативами та їхніми членами.

Ключові слова: діджиталізація, споживча кооперація, цифрові технології, економічна інтеграція, блокчейн, хмарні сервіси, штучний інтелект (ШІ).

Постановка проблеми. Споживча кооперація в Україні традиційно відіграє важливу роль у забезпеченні населення товарами та послугами. Однак сучасні виклики, пов'язані з глобалізацією, зміною споживчих вподобань та технологічними проривами, потребують трансформації її діяльності. Діджиталізація відкриває нові можливості для оптимізації бізнес-процесів кооперативів, підвищення їхньої конкурентоспроможності та залучення нових членів.

Мета. Метою є аналіз потенціалу цифрових технологій у зміцненні споживчої кооперації України, оцінка її викликів та перспектив, а також вивчення прикладних рішень для модернізації кооперативної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Сучасні інформаційні технології відіграють важливу роль у трансформації споживчої кооперації. Застосування цифрових інструментів сприяє оптимізації бізнес-процесів, покращенню логістики, підвищенню прозорості фінансової діяльності. Водночас, цифровізація дозволяє глибше аналізувати потреби споживачів, створюючи індивідуальні підходи до обслуговування.

Особливу увагу варто приділити розвитку електронної комерції у сфері кооперації. Онлайн-платформи дають змогу розширити ринки збуту та налагодити пряму взаємодію з клієнтами. Крім того, вони знижують витрати на традиційну інфраструктуру, що є важливим фактором у діяльності кооперативних організацій.

Успішні приклади цифрової трансформації споживчої кооперації можна знайти у досвіді провідних європейських країн. Наприклад, кооперативні спільноти у Німеччині та Нідерландах активно використовують блокчейн для відстеження ланцюгів постачання. Це не лише підвищує ефективність, але й сприяє формуванню довіри між усіма учасниками процесу.

У контексті України, цифровізація кооперативного сектору стикається з низкою викликів, серед яких недостатній рівень цифрової грамотності, обмежене фінансування та недостатня підтримка з боку держави. Вирішення цих проблем потребує скоординованих дій з боку уряду, освітніх закладів і самих кооперативів.

Впровадження програм цифрової освіти для членів кооперативів дозволить значно покращити адаптацію до нових умов. Підвищення рівня цифрової компетентності забезпечить ефективніше використання цифрових інструментів у щоденній діяльності. Зокрема, важливо навчати персонал використанню CRM-систем, програм фінансового обліку та засобів аналітики.

У подальшому цифровізація споживчої кооперації повинна супроводжуватись законодавчими ініціативами, що сприятимуть прозорості та стандартизації цифрових процесів. Це дозволить створити рівні умови для всіх суб'єктів кооперативного ринку.

Щодо ролі цифрових платформ у модернізації кооперації. Цифрові платформи дозволяють кооперативам формувати прозоріші та ефективніші ланцюги постачання. Онлайн-магазини, CRM-системи, ERP-платформи забезпечують спільне управління запасами, замовленнями й логістикою. Це особливо важливо для сільськогосподарських споживчих кооперативів, які об'єднують дрібних виробників. [1, с. 33].

Блокчейн і смарт-контракти у сфері кооперації. Блокчейн – це розподілений цифровий реєстр (база даних), у якому зберігається інформація про транзакції у вигляді послідовних блоків. Кожен блок пов'язаний з попереднім за допомогою криптографії. Смарт-контракти – це самовиконувані програми (або протоколи), які зберігаються в блокчейні та автоматично виконують умови договору, коли настають задані події. Наприклад, смарт-контракт може автоматично переказати кошти покупцеві, якщо продавець доставив товар у визначені строки [5, с. 62].

Блокчейн дозволяє створити децентралізовані системи довіри. У споживчій кооперації це може стосуватися обліку пайових внесків, контролю за витратами чи прозорого розподілу прибутку. Смарт-контракти автоматизують дотримання угод між кооперативами та постачальниками або членами [5, с. 62].

Штучний інтелект (далі – ШІ) як інструмент стратегічного аналізу. Системи ШІ можуть аналізувати споживчі вподобання, оптимізувати ціни, підбирати ефективні канали дистрибуції. Для кооперативів це – нові можливості для формування асортименту й гнучкого реагування на ринкові зміни [3, с. 89].

Малі кооперативи отримують доступ до інструментів, які раніше були доступні лише великим компаніям: електронна торгівля (B2B/B2C), електронний документообіг, аналітика в реальному часі. Це сприяє масштабуванню діяльності та виходу на нові ринки [6, с. 21].

Хмарні технології у внутрішній взаємодії кооперативів. Хмарні сервіси дають змогу об'єднувати віддалених працівників і членів кооперативів, вести бухгалтерію, комунікувати, планувати. Це забезпечує гнучкість управління в умовах постійних змін і мобільності працівників [1, с. 35].

Проблеми кібербезпеки в цифровому середовищі. Кооперативи, особливо невеликі, вразливі до кібератак через недостатню обізнаність персоналу чи застарілі системи. Тому необхідно інвестувати в захист даних, навчання, а також користуватись безпечними цифровими інструментами [4, с. 117].

У контексті цифровізації особливо актуальним є оновлення правового регулювання споживчої кооперації, яке має відповідати сучасним технологічним викликам та можливостям. На сьогодні чинне законодавство здебільшого орієнтоване на традиційні форми організації кооперативів, що створює бар'єри для впровадження інноваційних цифрових рішень. Одним із ключових напрямів модернізації є визнання електронного членства, коли особа може приєднатися до кооперативу в онлайн-режимі без фізичної присутності. Це відкриває двері для залучення молоді, активного населення з інших регіонів та навіть з-за кордону, що особливо важливо для відродження сільських територій та кооперативів.

Висновки. Діджиталізація відкриває унікальні можливості для перезавантаження споживчої кооперації в Україні. Вона сприяє підвищенню прозорості, зниженню витрат, покращенню комунікацій і ефективності прийняття рішень. Проте цифрова трансформація вимагає адаптації до нових викликів – зокрема в питаннях кібербезпеки, навичок персоналу та законодавчої підтримки. Створення сучасної цифрової інфраструктури для кооперативів повинно стати пріоритетом державної політики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Винниченко О. І. Сучасні інформаційні технології в управлінні кооперативами / О. І. Винниченко // Кооперативна освіта. – 2020. – № 4. – С. 32-36.
2. Дубовик А. Ю. Правові аспекти цифрової трансформації / А. Ю. Дубовик // Право України. – 2022. – № 8. – С. 58-62.
3. Коваль С. П. Штучний інтелект у сфері торгівлі / С. П. Коваль // Інновації в торгівлі. – 2023. – № 2. – С. 88-91.
4. Козак Л. І. Захист інформації в кооперативному секторі / Л. І. Козак // Кіберпростір. – 2021. – № 3. – С. 115-119.
5. Поліщук М. В. Блокчейн у сфері аграрної кооперації: можливості для України / М. В. Поліщук // Аграрна економіка. – 2022. – № 10. – С. 60-64.
6. Садова У. Я. Цифрова економіка: виклики та перспективи / У. Я. Садова, Ю. І. Гуменна // Економіка і суспільство. – 2021. – № 29. – С. 17-22.

АНТИМОНОПОЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВІВ: УКРАЇНСЬКИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

Ченцов Андрій

Криштон С. М. – науковий керівник

Житомирський кооперативний фаховий коледж бізнесу і права

Анотація. У роботі досліджено проблеми антимонопольного регулювання діяльності кооперативів в Україні та за кордоном.

Ключові слова: кооперативи, конкуренція, антимонопольне законодавство, конкурентні переваги, антимонопольне регулювання, міжнародний досвід, кооперативи в Україні, конкурентне право, сільськогосподарські кооперативи.

Постановка проблеми. Дослідження антимонопольного регулювання діяльності кооперативів зумовлене необхідністю пошуку балансу між підтримкою кооперативного руху та забезпеченням добросовісної конкуренції. А це вимагає аналізу сучасного правового регулювання з урахуванням міжнародного досвіду для вдосконалення конкурентної політики держави.

Аналіз основних досліджень. Теоретичному аспекту системного аналізу корупції у своїх дослідженнях приділяли увагу такі вчені: Гончаренко О. П., Козирєв А. М., Литвиненко В. А., Ревуцька А. О., Смолій Л. В.

Мета. Визначення особливостей антимонопольного регулювання кооперативної діяльності, виявлення проблем у цій сфері та розробка рекомендацій щодо їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Антимонопольне регулювання є ключовим механізмом забезпечення рівноправної конкуренції та запобігання зловживанню ринковою владою. В умовах глобалізації та інтеграції економік особливої уваги набуває питання функціонування кооперативів, які, з одного боку, сприяють розвитку малого та середнього бізнесів, а з іншого – можуть формувати ринкову концентрацію, що потребує антимонопольного контролю.

У сучасному світі кооперативи відіграють важливу роль у забезпеченні сталого розвитку, адже вони сприяють соціальній інклюзії, зменшенню нерівності та підтримці дрібних виробників. Проте в умовах глобальних ринків кооперативи стикаються з викликами, пов'язаними з антимонопольним регулюванням, особливо коли їхня діяльність може призводити до концентрації ринкової влади. Наприклад, у сільськогосподарському секторі кооперативи можуть контролювати значні частки ринку, що викликає занепокоєння антимонопольних органів у багатьох країнах [5]. В Україні, де кооперативний рух має історичні традиції, але залишається недостатньо розвиненим, ці питання набувають особливої актуальності.

Кооперативи – це унікальні економічні суб'єкти, що поєднують риси комерційних і соціальних організацій. Їхня основна мета – задоволення потреб учасників, а не максимізація прибутку. Попри соціальну спрямованість кооперативи здатні суттєво впливати на ринок, що вимагає антимонопольного

регулювання. Великі кооперативи інколи набувають рис монополістичних структур, обмежуючи конкуренцію через цінову політику чи контроль виробництва.

Науковці, зокрема Дж. Стігліц, зазначають, що кооперативи мають потенціал як для посилення конкуренції (шляхом підтримки дрібних виробників), так і для її обмеження (через створення локальних монополій). У цьому контексті антимонопольне регулювання має бути гнучким, щоб враховувати соціальну роль кооперативів і водночас запобігати їхньому перетворенню на монополістичні структури [11].

Теоретичний аналіз показує, що кооперативи потребують особливого підходу до антимонопольного регулювання, який би враховував їхню соціальну роль, але не допускав монополізації. В Україні не вистачає чіткого правового механізму, який би врегульовував ці аспекти [3].

Кооперативи в Україні зазнають значних труднощів у конкуренції з великими агрохолдингами, що домінують на аграрному ринку. За даними досліджень, агрохолдинги контролюють до 70% ринку сільськогосподарської продукції, використовуючи адміністративні ресурси та економічні переваги, зокрема доступ до дешевих кредитів і великих ринків збуту [10]. Кооперативи, що об'єднують дрібних фермерів, не можуть конкурувати з такими гравцями через обмежені фінансові ресурси та слабку інфраструктуру. Це створює ситуацію, коли кооперативи або залишаються на периферії ринку, або змушені вдаватися до антиконкурентних практик, щоб вижити, а це привертає увагу Антимонопольного комітету України (АМКУ). АМКУ не завжди враховує специфіку кооперативів, застосовуючи до них ті самі підходи, що й до комерційних корпорацій, а це може обмежувати їхній розвиток.

В Україні антимонопольне регулювання кооперативної діяльності здійснюється на основі таких нормативно-правових актів – Закони України: «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. [2.2]; «Про Антимонопольний комітет України» від 26.11.1993 р. [2.3]; «Про кооперацію» від 10.07.2003 р. [2.1]; Господарський кодекс України від 01.01.2004 [1]; Рішення Антимонопольного комітету України.

На міжнародному рівні регулювання діяльності кооперативів здійснюється відповідно до принципів Європейського Союзу, зокрема Регламенту ЄС № 139/2004 щодо контролю за концентраціями та директив Європейської комісії щодо конкурентної політики. Також варто враховувати міжнародні стандарти, встановлені Міжнародною організацією праці (МОП). Зокрема, Рекомендація МОП № 193 (2002) «Про сприяння кооперативам» наголошує на необхідності створення сприятливого правового середовища для кооперативів, але з урахуванням антимонопольних норм, щоб уникнути зловживань [6].

Щодо України, то важливо зазначити, що діяльність АМКУ часто зосереджується на великих корпораціях, а кооперативи залишаються поза увагою, що може призводити до прогалин у регулюванні. АМКУ має активізувати діяльність у сфері захисту кооперативів від монополістичних практик великих агрохолдингів. Наприклад, запровадження спеціальних процедур для оцінки впливу

кооперативів на конкуренцію, подібних до тих, що застосовуються в ЄС, могло б допомогти знайти баланс між контролем і підтримкою. Також варто звернути увагу на досвід Канади, де кооперативи мають доступ до пільгового фінансування, що дозволяє їм інвестувати в інновації та конкурувати на ринку [12].

У країнах ЄС кооперативи (переважно сільськогосподарські) відіграють значну роль в економіці. Наразі в державах-членах ЄС нараховується близько 250 тисяч кооперативних підприємств, які об'єднують 163 мільйони громадян та забезпечують роботою 5,4 мільйона осіб. У деяких країнах, таких як Норвегія, Фінляндія та Швеція, кооперативами охоплено 100% фермерських господарств, у Франції та Німеччині – близько 80%, а у США – близько 30% [11].

Антимонопольне регулювання в ЄС базується на положеннях Договору про функціонування Європейського Союзу, зокрема статтях 101 та 102, що забороняють антиконкурентні угоди та зловживання домінуючим становищем. Кооперативи, як і інші підприємства, підпадають під дію цих норм. Однак враховуючи специфіку кооперативів, ЄС застосовує певні винятки та гнучкість у регулюванні їхньої діяльності, особливо якщо вона сприяє економічному розвитку та не обмежує конкуренцію.

У США антимонопольне регулювання здійснюється відповідно до Закону Шермана (1890), Закону Клейтона (1914) та Закону про Федеральну торгову комісію (1914). Під їх дію підпадають і кооперативи. Однак Закон Клейтона містить положення, що дозволяють кооперативам певні види колективної діяльності, якщо вони не призводять до суттєвого обмеження конкуренції або монополізації ринку. Це сприяє розвитку кооперативного руху, одночасно забезпечуючи захист конкурентного середовища [5].

Досвід Канади показує, як кооперативи можуть успішно конкурувати на ринку за підтримки антимонопольних органів. Антимонопольне законодавство Канади, зокрема Competition Act (1985), дозволяє кооперативам, що займають значну частку ринку в сільському господарстві та роздрібній торгівлі, забезпечуючи фермерам доступ до ринків і фінансових ресурсів, об'єднуватися для спільного збуту продукції, але суворо контролює випадки цінових змов чи обмеження конкуренції [12].

Ще одним цікавим прикладом є Кенія, де кооперативи формують 45% ВВП. Антимонопольне регулювання в Кенії зосереджене на запобіганні монополізації, але кооперативи мають винятки, якщо їхня діяльність сприяє соціальному розвитку. Цей досвід може бути корисним для України, де кооперативи могли б отримати подібну підтримку для підвищення конкурентоспроможності [11].

Українське антимонопольне регулювання кооперативів не є достатньо гнучким. Наприклад, у ЄС кооперативи можуть отримати винятки від антимонопольних норм, якщо їхня діяльність сприяє соціальному розвитку (згідно з Директивою ECN+), тоді як в Україні АМКУ застосовує однакові підходи до всіх суб'єктів господарювання, що може стримувати розвиток кооперативів [5]. Крім того, в Україні кооперативи стикаються з жорсткою конкуренцією з боку великих агрохолдингів, що використовують монополістичні практики, такі як демпінг цін

чи обмеження доступу до ринків. Це ускладнює діяльність кооперативів і вимагає від АМКУ активнішого втручання для захисту конкуренції [7].

Порівнюючи український та міжнародний досвіди, можна виділити кілька ключових аспектів:

1. Антимонопольна політика спрямована на запобігання зловживанню ринковою владою та забезпечення справедливої конкуренції.

2. В Україні є законодавство, що регулює діяльність кооперативів та захищає економічну конкуренцію. Однак воно потребує оновлення відповідно до сучасних викликів.

3. Кооперативи підпадають під дію антимонопольного законодавства. Однак у розвинених країнах застосовуються гнучкі підходи, що враховують специфіку кооперативів та їхню роль в економіці.

4. В Україні відсутня комплексна стратегія підтримки кооперативів, яка б поєднувала антимонопольні заходи з розвитком цього сектору економіки.

Перспективи розвитку антимонопольного регулювання в Україні передбачають кілька напрямів. По-перше, необхідно розробити спеціальні антимонопольні правила для кооперативів, що враховували б їхню соціальну роль, подібно до практики ЄС. По-друге, варто запровадити програми фінансової підтримки, як у Кенії, що дозволило б кооперативам інвестувати в модернізацію та інновації. По-третє, Україні слід створити механізми саморегулювання кооперативів, як це робиться в Канаді, де кооперативи самостійно розробляють етичні кодекси поведінки під наглядом антимонопольних органів [5].

Висновки. Ефективне антимонопольне регулювання кооперативної діяльності в Україні має поєднувати контроль за конкуренцією та підтримку кооперативів як важливого чинника економічного розвитку. Удосконалення законодавства та впровадження запропонованих рекомендацій сприятимуть формуванню більш збалансованої та ефективної державної політики в цій сфері.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. №436-IV.
2. Закони України:
 - 2.1. «Про кооперацію» від 10.07.2003 р. № 1087-IV.
 - 2.2. «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. № 2210-III.
 - 2.3. «Про Антимонопольний комітет України» від 26.11.1993 р. № 3659-XII.
3. Бубенко П. Т. Забезпечення економічної безпеки кооперативів: антимонопольний аспект / П. Т. Бубенко // Економіка і суспільство. – 2018. – № 15. – С. 45-56. – URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/Ekonomika-i-suspilstvo-15-2018.pdf>
4. Гелей С. Д. Теорія та історія кооперації: Підручник / С. Д. Гелей, Р. Я. Пастушенко. – К. : Знання, 2016. – 513 с.
5. Гончаренко О. П. Антимонопольне регулювання в Україні / О. П. Гончаренко. – К. : Юрінком Інтер, 2021. – 272 с.

6. Звіт Міжнародної організації праці за 2022 рік. – Женева : МОП, 2022. <https://www.ilo.org/regions-and-countries>
7. Звіт Державної служби статистики України за 2021 рік. – К. : Держстат, 2021.
8. Іванов І. І. Розвиток кооперативного руху / І. І. Іванов // Вісник НАН України. – 2021. – № 3. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
9. Ковальчук О. В. Трудові відносини в умовах глобалізації / О. В. Ковальчук // Журнал «Право України». – 2022. – № 10. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
10. Козирєв А. М. Економічні аспекти кооперативної діяльності / А. М. Козирєв. – Львів : Видавництво «Ліга-Прес», 2019.
11. Міжнародний кооперативний альянс. Звіт про кооперативи у світі. – Брюссель: ICA, 2023. <https://ica.coop/en>
12. Ревуцька А. О. Кооперативи в системі сучасної економіки / А. О. Ревуцька, Л. В. Смолій // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/>
13. Рішення та розпорядження Антимонопольного комітету України. URL: <https://amcu.gov.ua/tag/rishennya-ta-rozporyadzhennya>
14. Офіційний сайт Єдиного державного реєстру судових рішень. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/>

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПРАВОВОЇ СФЕРИ: ПЕРЕВАГИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ВИКЛИКІВ

Танасой Інна

Модель Т. М. – наукова керівниця, к.ю.н.

Чернівецький кооперативний фаховий коледж економіки і права

Анотація. У статті досліджено сутність поняття «діджиталізація» з точки зору формування державної політики. Проведено аналіз дій держави щодо підвищення ефективності, покращення надання публічних послуг громадянам, сервісної діяльності держави та правової освіти.

Ключові слова: діджиталізація, цифрова трансформація, органи влади, правова освіта, цифрові компетенції, кібербезпека, інформаційна безпека.

Постановка проблеми. У статті проведено аналіз поняття цифровізації (англ. діджиталізації), досліджено взаємодію державних органів із громадянським суспільством, в умовах процесу діджиталізації, який базується на правових засадах та необхідності побудови простого, прозорого та якісного інформаційного зв'язку та взаємної відповідальності між суб'єктами отримання цифрових послуг. Проаналізовано правові засади процесу діджиталізації, як неминучого та необхідного процесу впровадження новітніх форм взаємодії, між усіма суб'єктами політичної системи суспільства.

Аналіз основних досліджень. Позитивний вплив діджиталізації на правову сферу буття держави є досить широкий, тому він потребує комплексного міждисциплінарного дослідження. Вітчизняні науковці-правники нині докладають вели-

ких зусиль задля аналізу різних аспектів цього впливу. Важливі питання, пов'язані з впливом сучасних цифрових технологій на право, порушуються у роботах М. А. Авер'янова, О. М. Вінник, А. О. Гордеюка, В. Д. Зорькіна, Н. О. Левицької, Д. С. Медовнікова, М. А. Мещерякової, Ж. О. Павленко, Р. І. Радейка, Ю. А. Тихомирова та багатьох інших учених. Однак існують певні правові проблеми щодо їх визначення у якості об'єктів державної підтримки, з метою подальшої процедури їх реалізації.

Мета. Дослідити основні переваги діджиталізації правової сфери; головні виклики та проблеми, що виникають у процесі цифровізації; шляхи подолання цих негативних факторів.

Виклад основного матеріалу. Діджиталізація (цифровізація) – це процес інтеграції цифрових технологій у всі сфери суспільного життя, освіту та державне управління з метою підвищення ефективності, автоматизації процесів і створення нових можливостей для розвитку.

Діджиталізація правової сфери є важливим кроком у напрямі підвищення ефективності управління в державі, забезпечення прозорості, мінімізації корупції та спрощення взаємодії між громадянами і державними органами, підвищення якості правової освіти [4].

Останніми роками Україна активно впроваджує цифрові реформи. Запуск порталу «Дія», розвиток електронного судочинства (е-Суду), цифровізація державних реєстрів, впровадження автоматизованих систем у правоохоронних органах та діджиталізація правової освіти є лише частиною масштабного переходу до цифрового управління.

Якими ж є переваги діджиталізації правової сфери?

По перше, відбулося підвищення доступності державних послуг, зокрема діджиталізація дозволила зробити державні послуги доступними для всіх громадян, незалежно від місця проживання чи соціального статусу. Наприклад, завдяки порталу «Дія» громадяни можуть: оформити ID-картку; зареєструвати бізнес; отримати цифрове водійське посвідчення; зареєструвати шлюб онлайн; отримати соціальну допомогу або субсидії; ВПО отримують необхідні їм послуги; можливе спостереження за процесом судового та виконавчого провадженням; можливо отримати офіційні довідки та витяги, зокрема про місце проживання, про несудимість, страховий стаж, дозвіл на зброю тощо.

По друге, прозорість та зменшення корупції. Завдяки впровадженню цифрових реєстрів та автоматизованих процесів значно зменшуються можливості для корупційних схем.

По третє, значна економія часу та коштів. Цифровізація дозволяє скоротити видатки держави на адміністрування, паперовий документообіг, оплату праці чиновників, що займаються ручною обробкою документів.

Окрім цього: для громадян скорочується час, який витрачається на отримання довідок та інших державних послуг; для бізнесу спрощується процес реєстрації підприємств та ведення господарської діяльності.

По четверте, інтеграція з європейськими стандартами: Україна активно працює над адаптацією законодавства до норм Європейського Союзу. Впро-

вадження електронних сервісів, цифрових документів та реєстрів є ключовою вимогою для успішної інтеграції до європейського цифрового простору.

Окремої уваги заслуговує інформатизації освітнього процесу. Глобальні зміни та процеси сучасного світу трансформуються та поступово інтегруються у сферу освітнього простору.

Важливим трендом розвитку надання освітніх послуг в Україні є діджиталізація юридичної освіти в Україні.

Підготовка правників, на сучасному етапі, зазнає вагомого впливу цифрових тенденцій, які виявляються у формуванні глобальних просторів освіти та досліджень, суттєвих змінах в організаційних засадах діяльності коледжів, поширенні нових форм організації освітнього процесу, використання різнорівневих завдань перевірки якості підготовки здобувачів освіти, з метою досягнення визначених стандартів правової освіти [6].

Сьогодні вітчизняна юридична освіта постає перед серйозними викликами модернізації, адже необхідність її реформування, спрямована на підвищення якості, формування високого професійного рівня правника нового типу, здатного до інтеграції в сучасний світовий простір [2, с. 1].

Першим і основним питанням, цього аспекту є відповідність сучасної української юридичної освіти стандартам якості та задоволенню актуальних потреб держави та суспільства.

Ці питання можуть бути позитивно вирішені завдяки використанню в освітньому процесі онлайн платформ, дистанційних курсів, спеціальних аудиторій для набуття практичних навичок дистанційної правничої діяльності (зокрема, дистанційне досудове розслідування, дистанційне судове провадження), набуття досвіду роботи з відповідними державними реєстрами (Єдиним державним реєстром судових рішень, Державним реєстром речових прав на нерухоме майно, Єдиним реєстром підприємств щодо яких порушено провадження у справі про банкрутство, Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань тощо) та аналітичними онлайн-системами (наприклад, *ZakonOnline*, *YouScore*, *Verdictum*, *YouControl*, *PravoSud* тощо) [3].

Діджиталізація дозволяє зробити навчання більш доступним та зручним для здобувачів освіти, а перевірка їх знань неупередженою, прозорою та ефективною. Завдяки інформаційним технологіям, студенти можуть мати доступ до великої кількості важливих для навчання ресурсів, що поглиблює їх теоретичні знання та надає можливість здобути практичні навички.

Водночас цифрова трансформація правової сфери стикається з низкою викликів: ризики кібербезпеки, цифрова нерівність, обмеженість фінансових ресурсів, опір змінам серед держслужбовців, низький рівень цифрової грамотності населення тощо.

У 2022-2025 роках Україна зазнала численних кібератак на державні системи; використання слабких алгоритмів шифрування може призвести до витоку персональних даних громадян; недостатній рівень цифрової грамотності населення; люди похилого віку та частина населення у сільських регіонах не вміють користуватися цифровими послугами; обмежений доступ до швидкісного Інтер-

нету, що ускладнює використання електронних послуг; недостатність фінансування цифрових реформ; обмеженість державного бюджету гальмує розвиток цифрової інфраструктури.

Попри все існують такі шляхи вирішення існуючих проблемних аспектів: впровадження сучасних систем кіберзахисту та багатофакторної аутентифікації для державних порталів; посилення відповідальності за кібератаки на державному рівні; посилення навчання держслужбовців із питань кібербезпеки; розширення ініціативи «Дія. Освіта» з покращення цифрових навичок; проведення освітніх кампаній у регіонах; надання допомоги через центри цифрової підтримки громадян; розширення мобільного та оптоволоконного інтернету за допомогою державно-приватного партнерства; використання супутникових технологій, таких як Starlink; залучення міжнародних грантів та партнерств із ЄС; використання моделі «цифрового державно-приватного партнерства».

Висновки. В Україні наявні успішні приклади діджиталізації правової сфери, зокрема, портал «Дія» – понад 19 млн користувачів; Електронний суд (е-Суд) – понад 60% справ подаються і розглядаються онлайн; діджиталізація юридичної освіти – це важливий напрям розвитку сучасної правової освіти, який представлений підготовкою правника до майбутньої практичної діяльності в сучасних умовах цифровізації.

Тому, діджиталізація правової сфери є об'єктивною необхідністю функціонування держави та позитивно впливає на її подальший успішний розвиток на шляху Євроінтеграції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. «Діджиталізація» – слово 2019 року в Україні за версією онлайн-словника «Мислово» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://itc.ua/news/-didzhitalizacziya-slovo2019-roku-v-ukra%D1%97ni-za-versi%D1%94yu-onlajn-slovnika-mislovo/>.
2. Ковальчук Ю. М. Адміністративно-правове забезпечення діяльності виконавчих органів місцевих рад на базовому рівні в Україні: монографія / Ю. М. Ковальчук, В. М. Юрах. – К. : ФОП Кандиба Т. П., 2023. – 164 с.
3. Концепція цифрової трансформації освіти і науки: МОН запрошує до громадського обговорення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/news/koncepciya-cifrovoyi-transformaciyi-osviti-inauki-mon-zaproshuye-do-gromadskogo-obgovorenniya>
4. Марченко В. Б. Поняття та правове забезпечення цифрової трансформації в Україні / В. Б. Марченко // Юридичний науковий електронний журнал. – 2019. – № 6. – С. 279-282 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lsej.org.ua/6_2019/68.pdf
5. Савон К. В. Поняття діджиталізація в контексті цифрового уряду. Актуальні проблеми політики: зб. наук. пр. / К. В. Савон // Редкол. : С. В. Ківалов (голов. редкол.), Л. І. Кормич (голов. ред.), І. М. Милосердна (відп. ред.) [та ін.]; НУ «ОЮА», Південноукр. центр гендер. проблем. – Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2021. – Вип. 67. – С. 107-111 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://app.nuoua.od.ua/archive/67_2021/18.pdf

6. Цифрова трансформація освіти і науки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/tag/cifrovatransformaciya-osviti-ta-nauki>

АДАПТАЦІЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ДО СТАНДАРТІВ ЄС У СФЕРІ КІБЕРБЕЗПЕКИ ТА ЗАХИСТУ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Савіна Кіра

Дибчук Л. В. – наукова керівниця
Вінницький кооперативний інститут

Анотація. У роботі досліджено правові аспекти адаптації українського законодавства до стандартів ЄС у сфері кібербезпеки та захисту критичної інфраструктури. Окреслено основні виклики, перспективи та необхідні кроки для імплементації європейських норм у національну правову систему.

Ключові слова: кібербезпека, критична інфраструктура, ЄС, адаптація законодавства, кіберзагрози, нормативно-правове регулювання.

Постановка проблеми. Сучасні цифрові трансформації та зростання кіберзагроз вимагають підвищеної уваги до питань кібербезпеки, особливо у сфері захисту критичної інфраструктури. Україна, перебуваючи на шляху євроінтеграції, повинна гармонізувати своє законодавство з відповідними директивами та регламентами ЄС, зокрема з Директивою NIS2. Проте, національна нормативно-правова база потребує оновлення та вдосконалення для ефективної реалізації цих вимог.

Мета. Дослідити особливості адаптації українського законодавства у сфері кібербезпеки відповідно до вимог ЄС, виявити основні прогалини та надати рекомендації щодо вдосконалення нормативно-правового регулювання.

Виклад основного матеріалу. Кібербезпека є одним із ключових напрямів цифрової політики Європейського Союзу, адже стабільність цифрової економіки залежить від захисту критичної інфраструктури, державних інформаційних ресурсів і персональних даних. Для регулювання цієї сфери ЄС прийняв низку нормативних актів, які стали основою для імплементації стандартів кібербезпеки в країнах-членах ЄС.

Одним із перших комплексних нормативних актів ЄС у сфері кібербезпеки стала Директива NIS (Network and Information Security Directive), прийнята у 2016 році. Вона зобов'язала держави-члени ЄС забезпечити базовий рівень кібербезпеки для операторів критичної інфраструктури, таких як енергетичні компанії, банки, транспортні оператори та медичні установи [2].

Однак зі зростанням кількості кіберзагроз та з огляду на цифрову трансформацію ЄС у 2022 році ухвалив Директиву NIS2, яка значно розширює вимоги до кібербезпеки. Основні нововведення:

- розширення списку суб'єктів, які підлягають регулюванню (охоплення малих та середніх підприємств у високоризикових секторах);
- посилення вимог до звітності про кіберінциденти;

- впровадження жорсткіших механізмів контролю та санкцій;
- поглиблення транскордонної співпраці між державами-членами ЄС у сфері кіберзахисту [2].

Директива NIS2 (Directive on Security of Network and Information Systems 2) – це оновлена версія першої Директиви NIS, яка була ухвалена у 2016 році для підвищення рівня кібербезпеки в Європейському Союзі. Директива NIS2 була прийнята 14 грудня 2022 року та спрямована на розширення охоплення кібербезпеки, запровадження жорсткіших стандартів і вдосконалення механізмів контролю та відповідальності [4].

Якщо перша Директива NIS регулювала лише великі підприємства в стратегічних секторах (енергетика, транспорт, фінанси, охорона здоров'я тощо), то NIS2 охоплює значно ширше коло суб'єктів. Директива тепер поширюється на малі та середні підприємства у високоризикових секторах, такі як постачальники цифрових послуг, фармацевтичні компанії, телекомунікаційні оператори, виробники критичних компонентів тощо [4].

Директива передбачає створення Європейського центру кіберкризового управління (EU-CyCLONe), який координуватиме дії між країнами у разі масштабних кібератак. Уряди країн ЄС повинні створити національні центри координації кібербезпеки.

Україна поки що не адаптувала NIS2 у своє національне законодавство, але ця директива є важливою для гармонізації з європейськими нормами. Основними викликами для України на сьогоднішній день є:

- відсутність чітких стандартів звітності про кіберінциденти;
- недостатня відповідальність операторів критичної інфраструктури;
- брак міжвідомчої координації у сфері кібербезпеки;
- повномасштабне вторгнення РФ, що ставить державу перед багатьма викликами та унеможливорює швидке впровадження новітніх норм.

Ще одним важливим документом є Регламент ЄС 2016/679 (GDPR), який встановлює суворі вимоги до обробки персональних даних [3].

General Data Protection Regulation (GDPR) – це Загальний регламент захисту даних, ухвалений у 2016 році та введений у дію в травні 2018 року. GDPR встановлює суворі правила для всіх організацій, які обробляють персональні дані громадян ЄС, незалежно від їхнього місцезнаходження [3].

Ключові положення GDPR [3]:

1. Принципи обробки даних:

- законність, справедливість і прозорість;
- обмеження мети обробки даних;
- мінімізація збору даних;
- захист, цілісність та конфіденційність даних.

2. Права громадян ЄС:

- право на доступ до своїх даних;
- право на «забуття» (видалення персональних даних);
- право на виправлення або обмеження обробки даних;
- право на перенесення даних до іншого провайдера.

3. Вимоги до захисту даних:

- організації зобов'язані впроваджувати шифрування та анонімізацію даних для їх захисту;
- компанії повинні проводити оцінку впливу на захист даних (DPIA), якщо вони обробляють великі обсяги чутливої інформації [3].

4. Великі штрафи за порушення:

- організації можуть отримати штрафи до 20 мільйонів євро або 4% від річного обороту;
- оператори, які не повідомляють про витік даних протягом 72 годин, також підлягають санкціям [3].

Українські компанії, що працюють з клієнтами з ЄС, зобов'язані дотримуватися GDPR. Закон України «Про захист персональних даних» ще не повністю адаптований до стандартів GDPR. Потрібні зміни в законодавстві та ратифікації для гармонізації з європейськими вимогами щодо обробки даних [4].

Адаптація законодавства України до стандартів ЄС у сфері кібербезпеки є стратегічним завданням у процесі євроінтеграції. Основні аспекти, на які державі варто звернути увагу:

1. Необхідність імплементації NIS2:

- Україна має розробити новий закон про кібербезпеку, який би відповідав нормам директиви NIS2;
- потрібно чітко визначити суб'єкти критичної інфраструктури та їхні обов'язки;
- важливо створити систему моніторингу та звітності про кіберзагрози.

2. Реформа захисту персональних даних відповідно до GDPR:

- необхідно оновити законодавство України, щоб воно відповідало принципам GDPR;
- впровадити жорсткіші санкції за порушення захисту персональних даних;
- навчати бізнес та державні установи принципам кібербезпеки та захисту даних.

3. Підвищення рівня кіберосвіти:

- потрібно розширювати програми підготовки спеціалістів з кібербезпеки;
- державним службовцям та бізнесу слід проходити курси кібергігієни (особливо у зв'язку з масштабними кібератаками росії на державні реєстри та сайти України);

- починати вводити спеціально організовані програми про ознайомлення з поняттям кібербезпеки ще у закладах середньої освіти, починаючи з молодшої школи.

4. Розширення міжнародної співпраці:

- Україні варто активніше співпрацювати з ЄС у питаннях кібербезпеки;
- важливо брати участь у програмах фінансування кібербезпеки від ЄС [4].

Україна, починаючи з 2014 року та по сьогодні, активно розвиває законодавчу базу у сфері кібербезпеки, реагуючи на часті зовнішні загрози та кібернапади, зокрема з боку російської федерації. Основними нормативно-правовими актами в цій сфері є:

Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України» прийнятий у 2017 році, цей закон встановлює основи правового регулювання кібербезпеки та визначає головні суб'єкти системи кіберзахисту, серед яких:

- Національний координаційний центр кібербезпеки [1];
- Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України (ДССЗІ);
- СБУ та інші державні органи.

Закон визначає необхідність забезпечення кіберзахисту критичної інфраструктури, але не встановлює чітких вимог щодо відповідальності суб'єктів за недотримання стандартів кібербезпеки [1].

Висновки. Отже, адаптація законодавства України у сфері кібербезпеки до стандартів ЄС є критично важливою для захисту національних інтересів і забезпечення безпечної цифрової економіки. Основними пріоритетами на найближчі роки є імплементація положень NIS2, удосконалення механізмів контролю та відповідальності, а також підвищення рівня міжнародної співпраці у сфері кіберзахисту для забезпечення стабільності кібербезпеки на всій території України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України: «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України» від 03.04.2025 р. № 2163-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19#Text>
2. Директива Європейського Парламенту і Ради (ЄС) 2016/1148 від 6 липня 2016 року про заходи для високого спільного рівня безпеки мережевих та інформаційних систем. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_013-16#Text
3. Загальний регламент захисту даних. URL: <https://gdpr-text.com/uk/>
4. Савчук С. О. «Виклики гармонізації законодавства ЄС в галузі кібербезпеки для України». URL: https://ema.ztu.edu.ua/article/view/319745?utm_source=chatgpt.com

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В КООПЕРАЦІЇ ОДЕЩИНИ

Попроцька Світлана

Вололовцева О. І. – наукова керівниця

Білгород-Дністровського економіко-правового фахового коледжу

Полтавського університету економіки і торгівлі

Анотація. У роботі досліджено проблеми гендерної нерівності з використанням даних спілки споживчих товариств Одеської області.

Ключові слова: гендер, нерівність, дискримінація, індекс гендерної нерівності.

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві забезпечення рівних прав для всіх громадян набуло особливої ваги. Гендерна рівність є важливим чинником соціального розвитку, впливаючи на економічне зростання, політичну стабільність та культурний прогрес. Система правових норм виступає ключовим

інструментом, що гарантує справедливе ставлення до представників різних статей. Законодавство, судова практика та міжнародні угоди створюють комплексну базу для вирішення проблем, пов'язаних із дискримінацією.

Аналіз основних досліджень. Теоретичному аспекту системного аналізу корупції у своїх дослідженнях приділяли увагу ряд вчених: М. Оніщенко, Н. Пархоменко та інші.

Мета. Проаналізувати правовий стан та законодавче забезпечення гендерної рівності.

Виклад основного матеріалу. У сучасному суспільстві забезпечення рівних прав для всіх громадян набуло особливої ваги. Гендерна рівність є важливим чинником соціального розвитку, впливаючи на економічне зростання, політичну стабільність та культурний прогрес. Система правових норм виступає ключовим інструментом, що гарантує справедливе ставлення до представників різних статей. Законодавство, судова практика та міжнародні угоди створюють комплексну базу для вирішення проблем, пов'язаних із дискримінацією.

Сучасна правова система формує багаторівневу модель забезпечення гендерної рівності. Один із найважливіших елементів є конституційне забезпечення рівноправ'я. Конституції багатьох держав містять положення, що гарантують рівні права для чоловіків та жінок. Ці норми мають високу юридичну силу та служать основою для подальшого розвитку законодавства. Важливо відзначити, що конституційні гарантії виступають як орієнтир для судових інстанцій під час розгляду справ щодо порушення гендерних прав.

Законодавчі акти спрямовані на запобігання дискримінації у сфері праці, освіти, охорони здоров'я та соціального забезпечення. Правові механізми мають на меті встановлення рівних умов для доступу до ресурсів, що сприяють соціальному та економічному розвитку. Застосування даних норм у судовій практиці дозволяє оперативно реагувати на випадки порушення прав людини, виявляючи порушення та притягуючи винних до відповідальності [1, с. 44].

За останніми даними, що демонструють динаміку розвитку гендерної рівності, в Україні спостерігається поступове покращення показників, проте існує ще значний простір для реформ. Наприклад, за даними Державної служби статистики за 2023 рік, рівень зайнятості серед жінок становив близько 60% від загальної чисельності зайнятих, що свідчить про поступове зростання економічної участі жінок у суспільстві. Водночас, гендерний розрив в оплаті праці, який склав близько 20%, залишається вищим за середньоєвропейський показник, що становить приблизно 14%, що свідчить про необхідність впровадження додаткових заходів для вирівнювання зарплатних умов.

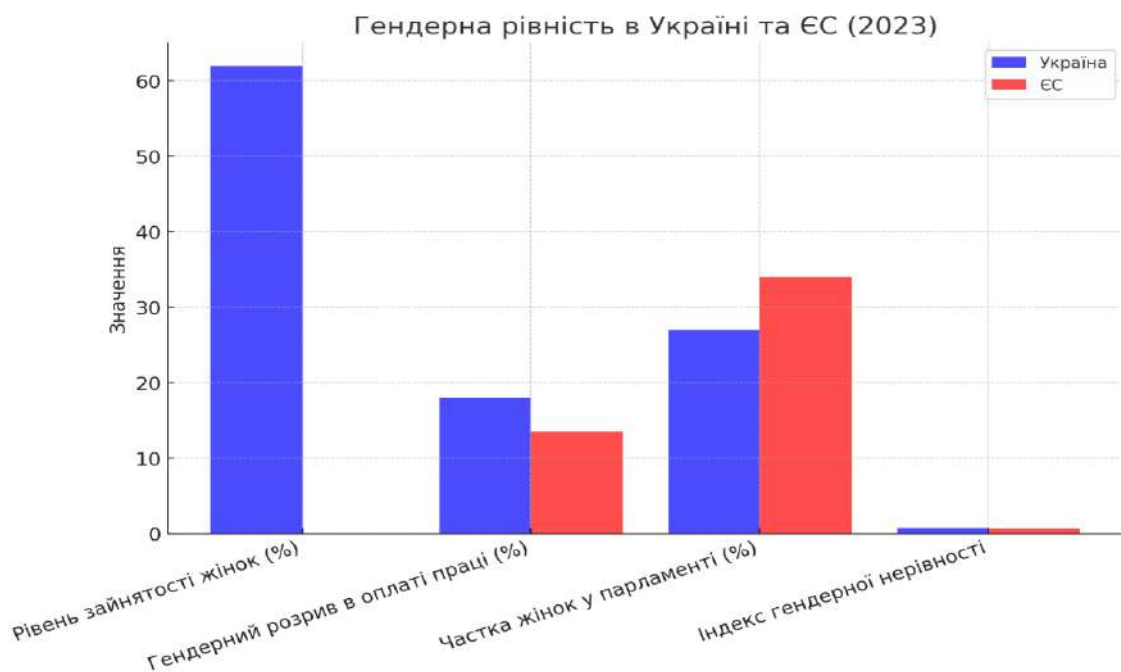
Таблиця 1

Основні показники гендерної рівності в Україні у 2023 році порівняно з Європейським Союзом (ЄС)

Показник	Україна (2023)	Середній показник ЄС
Рівень зайнятості жінок (%)	60	—
Гендерний розрив в оплаті праці (%)	20	14
Частка жінок у парламенті (%)	25	33
Індекс гендерної нерівності	0.75	0.65

У політичній сфері також спостерігається позитивна динаміка: частка жінок у парламенті України у 2023 році становила близько 25%, що є кроком уперед, проте досі відстає від середнього показника Європейського Союзу, який сягає 33%. Цей факт підкреслює важливість подальших зусиль щодо забезпечення більш широкого представництва жінок у прийнятті рішень, що в кінцевому рахунку позитивно впливає на соціальну стабільність та економічний розвиток.

Аналіз індексу гендерної нерівності, де нижчі значення свідчать про кращі результати, показує, що в Україні цей індекс становив близько 0.75 порівняно з 0.65 у країнах ЄС. Це відображає існуючі проблеми у доступі жінок до ресурсів і можливостей, а також необхідність вдосконалення правових механізмів. Аналітичні звіти правозахисних організацій вказують на системні проблеми, зокрема, нерівність у доступі до освітніх і професійних можливостей, що безпосередньо впливає на економічне становище жінок.



Дослідження гендерної рівності є актуальною темою й для споживчої кооперації, тому що правові механізми, які забезпечують цю рівність, потребують ретельного аналізу. В рамках цього дослідження було проведено опитування студентів та викладачів Білгород-Дністровського економіко-правового фахового

коледжу ПУЕТ, проведено аналіз показників у сфері забезпечення гендерної рівності (2019-2024 рр.) серед кооператорів Одещини [4].

Більшість респондентів (83,3%) вважають гендерну рівність важливою для суспільства, що свідчить про високий рівень усвідомлення цієї проблеми. Основною причиною гендерної нерівності в Україні респонденти називають соціальні стереотипи (77,8%), що підкреслює важливість їх усунення через освітні програми.

Однак рівномірний розподіл знань щодо законодавства, що захищає права жінок (50% знають і 50% не знають) свідчить про необхідність підвищення обізнаності суспільства.

Що стосується керівних посад, то лише 27,8% респондентів вважають, що на таких посадах достатньо жінок, що може свідчити про невизначеність ситуації щодо гендерної рівності в керівництві. Хоча більшість (66,7%) вважають, що суспільство усвідомлює гендерні права, 16,7% дотримуються іншої думки.

Третина респондентів (33,3%) стикалися з випадками гендерної дискримінації, а 66,7% вважають, що це не поширена проблема. Більшість (55,6%) високо оцінюють роль освіти в забезпеченні рівності та підкреслюють важливість освітніх програм.

Респонденти вважають, що інформації про права жінок недостатньо (так вважають 55,6%). Водночас 77,8% вважають, що зміни в законодавстві можуть покращити ситуацію щодо гендерної рівності.

Високий відсоток респондентів (83,3%) вважають насильство над жінками серйозною проблемою, яка потребує невідкладного вирішення.

На основі річних звітів кадрової служби спілки споживчих товариств Одеської області, можна спостерігати тенденції, які свідчать про зміни в цьому напрямі, відображені як у кількісних показниках, так і у відсоткових змінах.

Таблиця 2

**Динаміка змін показника у сфері забезпечення гендерної рівності
(2019-2024рр.) серед кооператорів Одещини**

Рік	Загальна кількість	Кількість жінок	Частка жінок (%)
2019	496	370	74,60%
2020	457	308	67,40%
2021	427	289	67,68%
2022	430	289	67,20%
2023	412	275	66,74%
2024	374	263	70,32%

Аналіз змін показника у сфері забезпечення гендерної рівності (2019-2024 рр.) серед кооператорів Одещини:

1. 2019-2020. Найбільше скорочення за весь період – 62 жінки. Це пов'язано з економічною кризою, пандемією, зміною політики зайнятості.

2. 2020-2021. Чисельність жінок продовжувала скорочуватися, хоча темпи зменшення були менш інтенсивними (–19 осіб). Це свідчить про поступове відновлення ринку праці, стабілізацію ситуації.

3. 2021-2022. Показник залишився незмінним (289 жінок), що може вказувати на певну рівновагу в зайнятості.

4. 2022-2023. Спостерігалось помірне зменшення кількості жінок (–14 осіб), через структурні зміни на ринку праці, соціально-економічні фактори.

5. 2023-2024. Незважаючи на загальне зменшення чисельності жінок (–12 осіб), їх частка в загальній структурі зросла до 70,32% [4].

Аналіз показників у сфері забезпечення гендерної рівності серед кооператорів Одещини свідчить, що жінки залишаються достатньо представленими в цій галузі, тоді як загальна кількість працівників зменшується.

Такі тенденції пов'язані з удосконаленням правових механізмів, спрямованих на забезпечення гендерної рівності, включаючи впровадження політики недискримінації та підвищення обізнаності громадськості. Проте необхідні подальші дослідження для оцінки ефективності цих заходів та визначення факторів, що впливають на динаміку змін.

Висновки. Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що інтеграція міжнародних стандартів та посилення законодавчих норм у сфері забезпечення гендерної рівності мають значний потенціал для подолання наявних диспропорцій. Реформи, спрямовані на зменшення гендерного розриву в оплаті праці та розширення представництва жінок у керівних структурах, сприятимуть не лише підвищенню соціальної справедливості, а й економічному розвитку країни в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Оніщенко Н. М. Європейський правовий вимір гендерно чутливої політики / Н. М. Оніщенко. – К. : Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України. 2005. – 144 с.

2. Оніщенко Н. М. Гендерні паритети в умовах трансформації суспільства / за заг. ред. Н. М. Оніщенко, Н. М. Пархоменко. – К. : Юридична думка, 2007. – 372 с.

3. Оніщенко Н. М. Правові засади формування та розвитку гендерного середовища в Україні / за заг. ред. Н. М. Оніщенко, Н. М. Пархоменко. – К. : Юридична думка, 2010. – 352 с.

4. Показники господарсько-фінансової діяльності споживчих товариств та спілок системи Споживспілки Одеської області.

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ

Корнілова Альбіна

Єжелей Ю. О. – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. Цифрова трансформація суттєво змінює підходи до управління людським капіталом, відкриваючи нові можливості для розвитку українського бізнесу. Вона виходить за межі автоматизації HR-процесів і стає ключовим фактором стратегічного управління персоналом. Використання сучасних технологій, зокрема штучного інтелекту (ШІ), систем відстеження кандидатів (ATS), роботизованої автоматизації процесів (RPA) та цифрових платформ, сприяє підвищенню ефективності компаній, покращенню продуктивності та оптимізації кадрових процесів. У статті розглядається цифровізація економіки та інформаційного простору як рушійна сила розвитку людського капіталу в умовах сучасного конвергентного суспільства. Особливу увагу приділено викликам і можливостям цифрової трансформації для українських підприємств, зокрема питанням адаптації бізнесу до нових технологічних реалій, підготовки персоналу до цифрових змін, а також впливу регуляторного середовища на цей процес. Оцінено перспективи подальшого впровадження цифрових технологій в управління людським капіталом та їхній внесок у зміцнення конкурентоспроможності українських компаній.

Ключові слова: цифровізація, цифрові технології, штучний інтелект, людський капітал, управління персоналом, цифрова трансформація, український бізнес.

Постановка проблеми. Цифровізація економіки суттєво змінює характер і специфіку праці, впливає на структуру ринку праці та очікування роботодавців, а також сприяє появі нових форм зайнятості, зокрема дистанційної роботи, фрілансу, аутсорсингу та гіг-економіки. Ці процеси відбуваються як на рівні окремих підприємств, наприклад, через створення віртуальних команд і цифрових екосистем, так і на макроекономічному рівні, завдяки інтеграції різних галузей. Як наслідок, цифрові технології, програмне забезпечення, Інтернет та обробка даних стають ключовими елементами професійної діяльності, що змінює підходи до формування та розвитку людського капіталу.

Соціальна інформатизація та цифрова трансформація глибоко впливають на ринок праці, змінюючи його ключові характеристики. Особливого значення набуває трансформація процесів управління персоналом, яка починається ще на етапі рекрутингу та охоплює весь життєвий цикл співробітника в компанії. Українські підприємства стикаються з низкою викликів, пов'язаних із цифровізацією HR-функцій: необхідністю адаптації до нових технологій, розробкою стратегій цифрового розвитку людського капіталу та забезпеченням відповідності регуляторного середовища сучасним тенденціям. Водночас цифрова трансфор-

мація відкриває перед бізнесом широкі можливості для оптимізації управління персоналом, підвищення продуктивності та конкурентоспроможності.

Аналіз основних досліджень. Аналіз наукових праць вітчизняних і зарубіжних дослідників, зокрема О. Амоші, Л. Балабанової, Д. Богині, А. Грішнєвої, П. Друкера, А. Колота, І. Петрової, У. Петті, А. Сміта, О. Харчишиної, О. Шевчук та інших, свідчить про те, що концепція людського капіталу як ключового чинника економічного зростання та розвитку бізнесу є відносно новою для України. У міжнародній науковій спільноті ця концепція почала активно розвиватися ще у 1960-х роках, проте її практичне впровадження в Україні залишається фрагментарним і потребує глибшого дослідження. Зокрема, важливо проаналізувати можливості, напрями та перспективи цифровізації управління людським капіталом у контексті українських реалій, включаючи стан ринку праці, рівень цифрових компетенцій працівників та готовність бізнесу до масштабних технологічних змін. Окрему увагу варто приділити ролі державного регулювання та політик, що сприяють або, навпаки, гальмують цифрову трансформацію у сфері управління людськими ресурсами.

Мета. Метою дослідження є комплексний аналіз розвитку людського капіталу в умовах цифрової трансформації, оцінювання перспектив поглиблення цифровізації на підприємствах, а також визначення ключових викликів, з якими стикається український бізнес у процесі впровадження цифрових технологій в управління персоналом. Особлива увага приділяється дослідженню рівня підготовленості законодавчої та регуляторної бази до технологічних змін у сфері HR-управління, а також розробці рекомендацій щодо стратегічного формування цифрової трансформації управління людським капіталом. Це дозволяє не лише оцінити поточний стан цифрових перетворень, а й окреслити можливості для підвищення конкурентоспроможності українських компаній у довгостроковій перспективі.

Виклад основного матеріалу. Розвиток інформаційних технологій протягом останніх десятиліть створив передумови для глибоких трансформацій у різних сферах суспільного життя, включно з бізнесом, управлінням підприємствами та організацією трудових процесів. Цифровізація, яка поступово набирала обертів, радикально змінила не лише спосіб ведення бізнесу, а й саму логіку управлінських рішень, механізми контролю за виробничими процесами та принципи взаємодії між компаніями, партнерами і клієнтами. Вона сприяла підвищенню швидкості обробки даних, розширенню можливостей аналітики і прогнозування, автоматизації рутинних операцій, що загалом підвищило продуктивність підприємств та їхню конкурентоспроможність у глобальній економіці.

Динамічний розвиток будь-якої країни супроводжується змінами у структурі ключових галузей, адаптацією економічної діяльності до нових викликів і трансформацією підходів до управління підприємствами. Глобальні тренди демонструють не лише активну автоматизацію та цифровізацію виробничих і управлінських процесів, а й суттєве реформування підходів до розвитку людського капіталу. Використання хмарних технологій для збереження та обміну даними, інструментів віддаленого доступу для організації роботи персоналу,

штучного інтелекту і нейромереж для рекрутингу й аналізу компетенцій працівників уже стали звичною практикою для багатьох компаній, які прагнуть залишатися конкурентоспроможними у цифрову епоху.

Цифровізація – це не просто впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси. Вона є багатогранним явищем, що охоплює всі рівні управління, від організації виробництва до стратегічного планування, та вимагає змін у корпоративній культурі, зокрема у підходах до навчання і професійного розвитку персоналу. Формування цифрової культури в організаціях передбачає розвиток нових компетенцій у працівників, спрямованих на ефективне використання цифрових інструментів, адаптацію до гнучких умов роботи, уміння швидко засвоювати нові знання та приймати рішення на основі аналізу великих масивів даних [4].

Попри те, що Україна також активно рухається шляхом цифрової трансформації, процес інтеграції новітніх технологій у сферу управління людським капіталом потребує не лише розробки відповідних стратегій, а й глибокого дослідження ефективності застосування цифрових рішень, адаптації до умов українського ринку праці, врахування викликів, пов'язаних із цифровою нерівністю та браком необхідних цифрових компетенцій серед частини населення [1]. Важливим аспектом цього процесу є не лише використання сучасних технологій, а й розробка ефективних механізмів їх впровадження, що враховували б як специфіку національної економіки, так і міжнародні тенденції розвитку цифрового бізнесу.

У сфері розвитку людського капіталу в Україні досі переважають традиційні методи залучення, навчання та підготовки персоналу, які не завжди відповідають сучасним потребам бізнесу та глобальним викликам. Однак зміни, викликані пандемією, суттєво прискорили переосмислення цих підходів, змусивши компанії впроваджувати цифрові технології для підвищення ефективності освітніх процесів і підготовки фахівців. Підприємства та державні установи почали активніше використовувати дистанційні платформи для навчання, онлайн-курси та автоматизовані системи управління персоналом, що стало важливим кроком у напрямі цифрової трансформації ринку праці.

Сьогодні, в умовах війни та необхідності післявоєнного відновлення, перед Україною відкривається можливість залучення міжнародних інвестицій для створення сучасної цифрової інфраструктури, яка сприятиме ефективному розвитку людського капіталу. Важливу роль у цьому процесі відіграє інтеграція України у світовий технологічний простір, що передбачає активне використання соціальних, економічних і цифрових інновацій для модернізації управлінських процесів, покращення умов праці та підвищення кваліфікації кадрів. Усвідомлення стратегічних переваг цифровізації дозволяє бізнесу та уряду розробляти нові програми цифрового розвитку людського капіталу, які враховують як довгострокові перспективи, так і короткострокові потреби економіки.

За результатами досліджень Українського інституту майбутнього, ще до 2022 року для цифрової трансформації України було визначено два можливі сценарії: поступовий (еволюційний) і прискорений (форсований). Однак через

повномасштабну війну країна змушена йти шляхом форсованої цифровізації, що значно прискорює цей процес і сприяє швидкому впровадженню інноваційних рішень. Одним із найбільш помітних досягнень стала національна програма «Дія», яка не лише запровадила електронні паспорти, визнані на міжнародному рівні, а й створила платформу для цифрової освіти, націлену на підвищення рівня цифрової грамотності населення [3]. Завдяки діяльності Міністерства цифрової трансформації концепція «Держава в смартфоні» набуває все більшої популярності, сприяючи розвитку електронного урядування та розширенню можливостей для громадян і бізнесу.

Для оцінювання рівня цифрової зрілості українського бізнесу та економіки у 2021 році «Європейська бізнес асоціація» спільно з «Huawei Україна» та SAP Ukraine розробили індекс цифрової трансформації, який аналізував упровадження цифрових технологій на основі даних від 130 керівників компаній. Згідно з цими дослідженнями, рівень цифрової трансформації України було оцінено у 2,81 бала з 5 можливих. Основна частина інвестицій бізнесу спрямовувалася на покращення взаємодії з клієнтами (75%), аналітику даних (55%) та вдосконалення управління персоналом (48%). Пріоритетними напрямками для підприємств стали цифровізація документообігу та автоматизація бізнес-процесів, що дозволяє оптимізувати управління ресурсами та прискорити ухвалення рішень. Водночас 65% компаній розглядали хмарні технології як ключовий інструмент для зниження витрат на ІТ-інфраструктуру, а 93% керівників вважали, що цифрові технології є важливим фактором підвищення ефективності бізнесу. Крім того, 81% підприємств підтримували повномасштабне впровадження електронного документообігу, що дозволяє скоротити адміністративні витрати та підвищити прозорість ділових процесів [2].

Цифрова трансформація безпосередньо впливає на розвиток людського капіталу в Україні, оскільки дедалі більше працівників змушені адаптуватися до використання цифрових платформ, віддалених робочих форматів, автоматизованих систем управління та цифрових інструментів комунікації. Це значно змінює традиційні підходи до організації праці, підготовки кадрів і управління персоналом. Однак для представників деяких професійних груп, зокрема працівників старшого віку, цифровий перехід може виявитися складним через відсутність необхідних навичок і досвіду роботи з новітніми технологіями. Незважаючи на це, загальний рівень цифрової грамотності населення поступово зростає, що створює передумови для подальшої інтеграції цифрових інструментів у повсякденну роботу українських підприємств.

Темпи цифровізації економіки суттєво відрізняються залежно від сектору діяльності, що зумовлює необхідність розробки різних стратегій її впровадження. В Україні цифрова трансформація змінює ринок праці, створюючи нові можливості для розвитку підприємств і водночас породжуючи виклики, пов'язані з адаптацією працівників до цифрових робочих середовищ. Це вимагає реформування традиційних структур ринку праці, зокрема бірж зайнятості, регіональних центрів професійного розвитку та кадрових служб, які повинні відповідати сучасним потребам роботодавців і працівників. Одночасно цифрова економіка

висуває підвищені вимоги до рівня цифрової грамотності, що робить питання навчання та перепідготовки фахівців одним із пріоритетних напрямів державної політики [5].

Окремої уваги потребує модернізація освітньої системи, яка має відповідати викликам цифрової економіки та змінюватися відповідно до потреб ринку. Це передбачає розробку сучасних освітніх програм, спрямованих на підвищення рівня цифрової компетентності, адаптацію існуючих професій до умов цифрового середовища та створення гнучких механізмів підготовки кадрів. Крім того, важливим завданням є вдосконалення законодавчого регулювання нових форм зайнятості, зокрема віддаленої роботи та фрілансу, які стали невід'ємною частиною сучасного ринку праці, але все ще залишаються недостатньо врегульованими у правовому полі України.

Висновки. Цифровізація, інформатизація та віртуалізація суттєво змінюють роль людського капіталу, висуваючи нові вимоги до професійних компетенцій, адаптивності та рівня цифрової грамотності працівників. В Україні цей процес відбувається поступово, оскільки система освіти, підготовки кадрів і законодавче регулювання переважно реагують на зміни, а не формують випереджальні стратегії. Водночас повномасштабна цифровізація стає не лише вимогою часу, а й необхідною умовою для забезпечення конкурентоспроможності українського бізнесу та економіки загалом. Для ефективної цифрової трансформації необхідно створювати нормативно-правову базу, яка сприятиме впровадженню цифрових рішень у бізнес-процеси, стимулюватиме підприємства до інвестування в підвищення цифрових компетенцій працівників і сприятиме розвитку сучасних освітніх програм.

Важливим аспектом є розробка комплексних стратегій перепідготовки кадрів, що дозволить мінімізувати ризики цифрового розриву між поколіннями та різними секторами економіки. Залучення інвестицій у цифрову інфраструктуру, активна інтеграція сучасних технологій у виробничі та управлінські процеси, а також підтримка державою ініціатив з цифрового навчання дозволять підвищити продуктивність підприємств і сприятимуть стійкому економічному розвитку країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабаян К. А. Економіка в цифрову еру: перспективи та трансформації в Україні. Наука і молодь у ХХІ сторіччі: збірник матеріалів Х Міжнародної молодіжної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 28 листопада 2024 року) / К. А. Бабаян, Ю. О. Єжелей. – Полтава : ПУЕТ, 2025. – С. 505-507.
2. Мельничук В. Е. Цифровізація розвитку людського капіталу / В. Е. Мельничук, К. О. Бояринова // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2023. – № 25. – С. 21-25.
3. Пищуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти / [керівник проєкту, авт. доп. О. Пищуліна]; Razumkov centre // О. Пищуліна. – К. : Заповіт, 2020. – 274 с.

4. Стрілець В. Цифровізація як інструмент побудови інноваційної стратегії розвитку бізнесу країн ЄС в умовах адаптації до кризових тенденцій міжнародної економіки. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі / В. Стрілець, А. Пожар, А. Флегантова, Л. Франко, Ю. Єжелей, Д. Зборик // Серія «Економічні науки». – 2024. – № 3 (113). – С. 80-88.

5. Industry 5.0: A Transformative Vision for Europe ESIR Policy Brief № 3. URL: <https://www.horizon-europe.gouv.fr/sites/default/files/2022-01/industry-5-0-pdf-5324.pdf> (дата звернення: 10.03.2025 р.).

МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРКООПСІЛКИ

Писаренко Вікторія

Ольховська О. В. – наукова керівниця

Полтавський університет економіки і торгівлі

Анотація. У роботі досліджено переваги, можливості та виклики використання мобільних додатків у сучасному освітньому процесі.

Ключові слова: мобільні додатки, дистанційне навчання, освітній процес.

Постановка проблеми. У сучасному освітньому процесі важливим фактором стає технологічний прогрес. В останні роки мобільні додатки набули значної популярності та стали важливими інструментами для підтримки навчання. Однак, незважаючи на великі можливості, що вони надають, їх використання викликає певні труднощі та запитання. Це дозволяє по-новому поглянути на процес навчання та виявити як переваги, так і ризики, пов'язані з упровадженням таких інструментів у систему освіти.

Аналіз основних досліджень. У технології дистанційного навчання [2, с. 5] проведено порівняння форм провадження освітнього процесу та виділено численні переваги саме дистанційної освіти. З цих даних критично оцінено можливі виклики та ризики при впровадженні мобільних додатків в освітній процес.

Основним компонентом є створення навчально-методичного матеріалу, тому в роботі окреслено найважливіші та найбільш наповнені інформативно інструменти дистанційних технологій для організації якісного навчання.

Мета. Визначення переваг і недоліків мобільних додатків для здобувачів вищої освіти (ЗдВО), аналіз впливу та розкриття шляхів результативної інтеграції сучасних технологій в освітній процес.

Виклад основного матеріалу. Один з основних аспектів, який виділяється серед численних переваг мобільних додатків, – це гнучкість освітнього процесу. Мобільні додатки дозволяють здобувачам освіти навчатися у будь-який час і в будь-якому місці. Ця гнучкість є важливою для сучасних студентів, які часто поєднують навчання з роботою або іншими обов'язками. Вони можуть отримувати доступ до навчальних матеріалів, відеоуроків, тестів і вправ в будь-який зручний момент, що дозволяє не лише збільшити ефективність, але й налаштувати індивідуальний темп навчання.

Сучасні мобільні додатки пропонують інтерактивні навчальні матеріали, що дозволяє ЗдВО більш активно взаємодіяти з контентом. Наприклад, інтерактивні тести, відео, анімації, а також можливість безпосередньо застосовувати знання в умовах симуляцій чи практичних завдань дозволяють значно покращити розуміння матеріалу. Студенти мають можливість перевіряти свої знання, отримувати миттєвий зворотний зв'язок і працювати над помилками, що покращує процес засвоєння інформації.

Окрім цього, мобільні додатки створюють віртуальні простори для співпраці, де здобувачі освіти можуть спільно працювати над проєктами, брати участь у групових дискусіях і обмінюватися ідеями незалежно від географічного розташування. Це сприяє розвитку важливих навичок командної роботи та комунікації, які є невід'ємною частиною сучасного освітнього процесу.

Студенти Полтавського університету економіки і торгівлі (ПУЕТ) мають доступ до кількох потужних інструментів для організації освітнього процесу за допомогою мобільних додатків. Одним із таких інструментів є система дистанційного навчання, яка забезпечує доступ до всіх необхідних навчальних матеріалів, відео-лекцій, тестів та інших інтерактивних завдань. Це дозволяє ЗдВО з будь-якої точки світу бути ознайомленими з усіма новими матеріалами та працювати над ними в зручний для себе час.

Крім того, мобільна версія додатка «Розклад ПУЕТ» надає здобувачам можливість завжди бути в курсі свого навчального графіка. У додатку вони можуть переглядати розклад занять, планувати свої активності та оперативно отримувати оновлення про зміни в розкладі. Це сприяє покращенню організації часу, що є зручним для студентів.

Ще одним важливим інструментом є «Персональний кабінет студента», де зібрані всі необхідні дані про освітній процес. Через цей застосунок здобувачі освіти мають змогу, наприклад, обрати вибіркові дисципліни, переглянути розклад. Це дозволяє максимально спростити процес взаємодії з навчальними установами та підвищує рівень обізнаності студентів про свій освітній прогрес.

Проте використання мобільних додатків має й низку викликів, з якими стикаються як ЗдВО, так і викладачі. Мобільні додатки дозволяють працювати автономно, але в умовах самотійного навчання часто виникають проблеми з мотивацією. Без постійного контролю і нагляду з боку викладача студенти можуть знижувати ефективність самотійного навчання, а також відволікатися на інші активності під час використання мобільного пристрою.

Одним з цікавих способів підвищення ефективності мобільних додатків є використання гейміфікації. Упровадження елементів гри в освітній процес через мобільні додатки може стати потужним стимулом для здобувачів освіти. Наприклад, додавання балів, рівнів, нагород або системи змагань заохочує студентів до активної участі в навчанні. Гейміфікація перетворює навчання на цікаву і захоплюючу діяльність, що значно підвищує мотивацію здобувачів і стимулює їх до досягнення кращих результатів.

Такий підхід дозволяє ЗдВО відчувати прогрес у навчанні і надає додаткову стимуляцію для вдосконалення своїх знань. Враховуючи, що покоління сучасних

студентів добре знайоме з іграми, такі елементи можуть бути надзвичайно ефективними в залученні до освітнього процесу. У ПУЕТ на освітній програмі Комп'ютерні науки широко використовуються тренажери, за допомогою яких здобувач освіти може вдосконалювати свої знання та навички з окремих тем.

Висновок. Отже, використання мобільних додатків у навчанні відкриває нові можливості для студентів, сприяючи гнучкості та доступності освітнього процесу. Однак важливо розуміти, що, попри їхні численні переваги, мобільні додатки також вимагають ретельного підходу та належного контролю. Виходячи з цього, необхідно створювати умови для інтеграції мобільних додатків у освітній процес так, щоб вони стали ефективним інструментом підвищення якості освіти, а не заміною традиційних методів навчання.

Для ЗдВО ПУЕТ доступ до системи дистанційного навчання, мобільного розкладу та персонального кабінету є важливими елементами, що забезпечують ефективну організацію навчання, зберігають інформаційну цілісність та дозволяють студентам успішно інтегрувати технології в своє навчальне середовище.

Тому, важливо поєднувати використання технологій з класичними педагогічними методами, щоб досягти найкращих результатів у навчанні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ольховська О. В. Навчальний тренажер як якісний засіб забезпечення засвоєння знань здобувачів освіти / О. В. Ольховська, О. Ю. Собіборець // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті: тези доповідей XLV Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2021 рік (м. Полтава, 13-14 квітня 2022 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2022. – С. 72-75.

2. Технології дистанційного навчання [Електронний ресурс]. URL: https://allreferat.com.ua/uk/pedagogika_metoduka_vukladanny/referat/4324.

ЗАСТОСУВАННЯ TELEGRAM БОТУ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Фаркаш Себастян

Грод А. І. – наукова керівниця

Чернівецький кооперативний фаховий коледж економіки і права

Анотація. У роботі досліджено алгоритм автоматизації освітніх процесів на основі елементів штучного інтелекту (ШІ) на прикладі Telegram-боту. Запропонований проєкт демонструє практичну цінність у контексті цифровізації освіти та може бути використаний для новітніх рішень у галузі віртуального навчання.

Ключові слова: ШІ, Python, python-telegram-bot, Telegram API, Codpium, Copilot, Black box, AI, Telegram Bot API, STEM-освіта, VR, AR.

Постановка проблеми. Автоматизація освіти за допомогою ШІ в Telegram-ботах – це технологія, яка дозволяє зробити освітній процес більш інтерактивним та персоналізованим.

Мета. Дослідити, як змінюють освіту цифрові технології, роблячи навчання доступнішим, ефективнішим і цікавим. Telegram-боти дозволяють персоналізувати освітній процес, покращувати взаємодію між викладачами та здобувачами світи, а також розвивати навички майбутнього.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні перед сучасною освітою постає одне з першочергових завдань: адаптувати громадян до цифрових реалій, дати молодому поколінню не тільки певну суму знань, а й сформувати вміння вчитися, самостійно здобувати знання, приймати рішення, бути освіченим, активним, відкритим до спілкування.

Новизна проєкту полягає у впровадженні цифрових технологій в освіті: використанні штучного інтелекту (ШІ) та віртуального навчання. Алгоритми ШІ аналізують прогрес здобувачів освіти і пропонують навчальні матеріали. Автоматизувати процеси, покращувати комунікацію та робити освіту доступнішою допомагає реалізувати – Telegram-бот.

Незважаючи на значну кількість застосування цифрових технологій в освіті, а саме:

- дистанційне навчання та онлайн-платформи;
- використання штучного інтелекту (ШІ);
- віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR);
- великі масиви даних (Big Data) та аналітика в освіті;
- хмарні платформи для програмування та обробки даних;
- Інтернет речей (IoT);
- STEM та STEAM – освіта.

Однак, проблема віртуального навчання залишається не вирішеною та водночас є актуальною з огляду на численні інноваційні підходи, що постають перед освітньою системою.

Однією з інноваційних розробок є Telegram-боти – спеціальні програми, які працюють у месенджері Telegram і автоматизують різні процеси. Сьогодні боти стають важливим засобом організації освітнього процесу, підвищення ефективності комунікації та створення комфортного освітнього середовища.

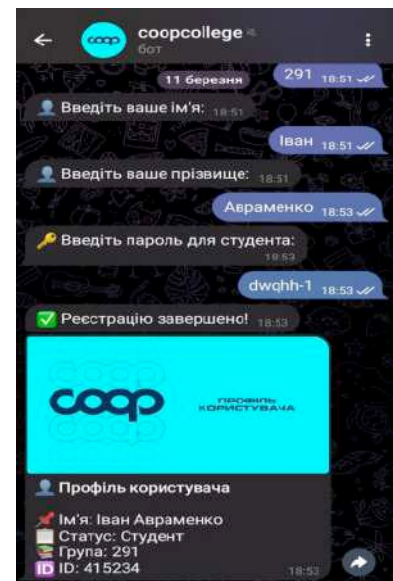
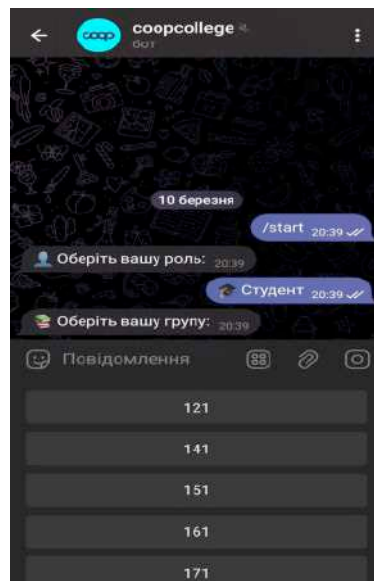
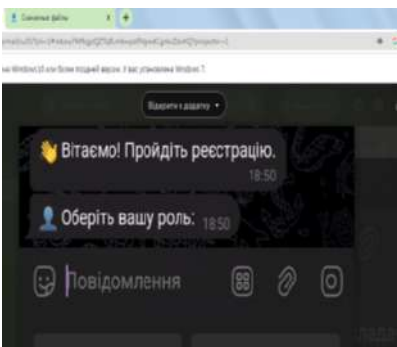
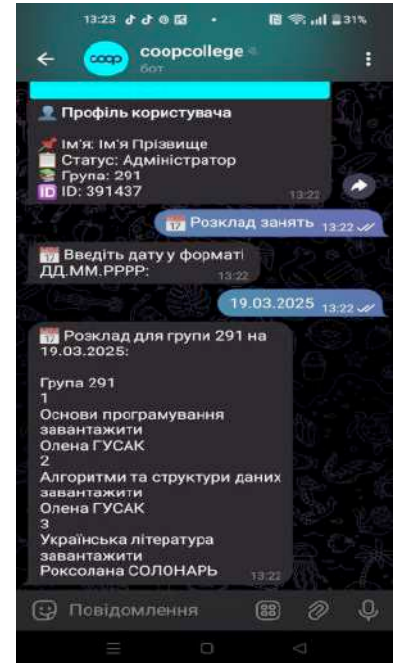
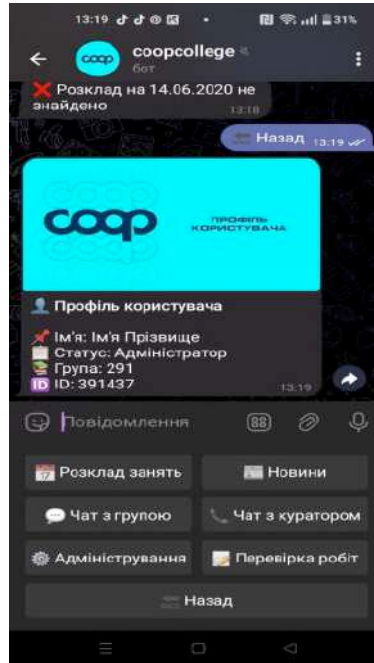
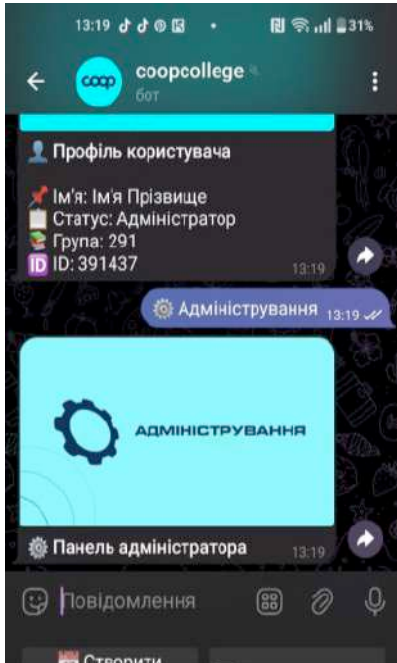
До вище зазначеного можна додати Telegram-бот персоналізований ресурс для віртуального навчання. Завдяки його зручності та доступності через смартфони та інші технічні засоби, бот може надавати інтерактивні навчальні матеріали, проводити опитування, квізи, дедлайни, забезпечувати швидкий зворотний зв'язок для відповідей на запитання здобувачів освіти у режимі реального часу. Telegram-бот куратора або психолога – сучасне рішення для підтримки здобувачів освіти (наприклад, користувач може написати: «Мені погано» – бот надає поради або зв'язується з куратором & психологом).

Telegram-бот – інструмент для організації розкладу занять (показувати розклад занять на сьогодні, завтра, тиждень), нагадувань про завдання чи події, а також для індивідуальної підтримки кожного здобувача освіти.

У рамках нашого освітнього закладу створено Telegram-бота «Coorcollege», який:

- показує індивідуальний розклад студента,

- надсилає нагадування про заняття,
- дозволяє зв'язатись з куратором,
- пропонує поради для зменшення стресу,
- автоматично збирає зворотній зв'язок.



Створений «Coorcollege» бот значно покращує комунікацію між здобувачами освіти, викладачами та адміністрацією. Бот автоматизує багато процесів, полегшуючи доступ до важливої інформації.

Опис алгоритму проекту, як можна зробити такого Telegram-бота «Coorcollege», і приклад простого функціоналу:

1. Створити бота в BotFather + отримати API-токен.

Токен – цифровий ключ, що допоможе вам пройти ідентифікацію в який небудь важливий сервіс. Відмінність від звичайного пароля полягає в тому, що

цифровий ключ весь час оновлюється (постійно генерує нову послідовність символів), він відомий лише вам, в момент ідентифікації.

2. Вибрати платформу для розробки та запуску кода (Python + python-telegram-bot API + terminal + pythonCharm).

3. Налаштувати відповіді на команди (/start, /restart).

4. Інтегрувати базу даних (щоб зберігати розклади, списки студентів) + файли в коді .json

5. Запустити бота на сервері.

6. Протестувати розроблений бот.

7. Розрахувати кошторис на впровадження Telegram-бота: бот простий (наприклад, тільки для розкладу) – витрати в орієнтовному кошторисі; якщо потрібна складна інтеграція або багато функцій (чат з викладачами, надсилання оцінок тощо) – сума відповідно зростає.

Разом: від 23 000 до 46 000 грн. + оплатити API-токен.

8. Результатом виконання роботи є створений функціональний Telegram бот «Coorcollege», який допоможе здобувачам освіти полегшити адаптацію до нової ланки свого життя. Розроблений чат бот має ряд особливостей: – інтуїтивно зручний та зрозумілий інтерфейс – меню з кнопками – цілодобова робота.

Орієнтовний кошторис на впровадження Telegram-бота для освітнього закладу

№	Стаття витрат	Опис	Орієнтовна сума (грн)
1	Аналіз потреб та технічне завдання	Збір вимог, розробка функціоналу бота (розклад, сповіщення тощо)	3 000-5 000
2	Дизайн UX/UI (за потреби)	Інтерфейс бота, зручна структура меню	1 000-2 000
3	Розробка Telegram-бота	Програмування бота, інтеграція з Telegram API	8 000-15 000
4	Інтеграція з базою даних/CRM (якщо є)	Підключення до розкладу, журналу, Moodle тощо	5 000-10 000
5	Тестування та виправлення помилок	Тестування функціоналу, налагодження	2 000-4 000
6	Розгортання на сервері	Хостинг, налаштування безперервної роботи	1 000-3 000
7	Навчання персоналу	Інструкції, міні-курс для працівників	1 000-2 000
8	Підтримка протягом одного-трьох місяців	Технічна підтримка, оновлення	2 000-5 000

Висновки. Отже, використання Telegram-бота «Coorcollege» у навчанні відкриває нові можливості для покращення комунікації, організації навчання та підтримки. Це не лише зручно, а й сучасно, гнучко та ефективно. Такий інструмент сприяє розвитку цифрової культури, формує самостійність здобувачів освіти.

ти, дозволяє автоматизувати рутинні завдання, забезпечити швидкий доступ до розкладу, матеріалів та зворотного зв'язку. Крім того, бот може виконувати функції психологічної підтримки, що особливо важливо в умовах інтенсивного навчального навантаження.

Загалом, впровадження Telegram-ботів сприяє формуванню цифрової компетентності учасників освітнього процесу, підвищує рівень самостійності та створює більш зручне і доступне навчальне середовище.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Режим доступу: <https://github.com/facebookarchive/python-instagram>
2. Режим доступу: <https://docs.python.org/3/library/datetime.html>
3. Режим доступу: <https://docs.python.org/3/library/random.html>
4. Режим доступу: <https://www.python.org/>
5. Чорноус Олександр. Створення Telegram-бота для допомоги студенту вищого навчального закладу / Олександр Чорноус // Матеріали студентської наукової конференції Чернівецького національного університету (20-21 квітня 2021 року). Факультет математики та інформатики. – Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. – С. 76-77 Режим доступу: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/1779>
6. Режим доступу: <https://github.com/eternnoir/pyTelegramBotAPI>

АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ

Котуха Анастасія

Котуха О. С. – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. У роботі досліджено досвід функціонування енергетичних кооперативів у Європейському союзі. Обґрунтовано переваги європейських кооперативів у галузі енергозабезпечення. Вказано на перспективність впровадження таких кооперативів в українську практику.

Ключові слова. Кооперація, енергетичний кооператив, енергозабезпечення, Європейський союз, Україна.

Постановка проблеми. Характерною рисою сучасної світової економіки є посилення боротьби між національними державами за ринки збуту, технології та джерела сировини. Результатом цього стало загострення міжнародних відносин та зростання кризових явищ в глобальному світі. В такій ситуації, надзвичайно важливим для існування української державності є приєднання до Європейського союзу. Цей процес є складним та багатовекторним. Інтеграція української кооперації в європейську кооперативну систему є неодмінною його складовою. Водночас, в умовах україно-російської війни, автономне існування енергетичної системи відіграє ключову роль у функціонуванні національної економіки. Вирішення цього завдання є не можливим без діяльності енерге-

тичних кооперативів. Ось чому вивчення європейського досвіду у цій сфері та перенесення його на український ґрунт є критично необхідним для українського суспільства.

Аналіз основних досліджень. Вперше, ця проблема почала розроблятися в роботах членів наукової школи кооперативного будівництва, яка діє в Львівському торговельно-економічному університеті (Гелей С. Д., Михальський Ю. В., Семів С. Р.) Значна роль, у дослідженні перспективам перенесення європейського досвіду енергетичної кооперації в українських реаліях належить наступним дослідникам: Пантелеймонова А. О. [4, 5], Пришляк В. М., Пришляк Н. В. [6], Ткаченко Л. В. [8].

Мета. Проаналізувати стан та ефективність реалізації в українських реаліях досвіду роботи європейських енергетичних кооперативів.

Виклад основного матеріалу. Діяльність енергетичних кооперативів регулюють Закони України «Про альтернативні джерела енергії», «Про кооперацію» та «Про споживчу кооперацію». Відповідно до українського законодавства енергетичний кооператив – це юридична особа, створена відповідно до Закону України «Про кооперацію» або Закону України «Про споживчу кооперацію» для здійснення господарської діяльності з виробництва, заготівлі або транспортування паливно-енергетичних ресурсів та зберігання енергії, для надання інших послуг з метою задоволення потреб його членів або територіальної громади, а також з метою отримання прибутку відповідно до законодавства [1].

Офіс з фінансового та економічного аналізу Верховної Ради України наводить наступну дефініцію енергетичного кооперативу – це об'єднання громадян, підприємств та організацій, метою яких є, як правило, реалізація різноманітних локальних проєктів у сфері відновлювальної енергетики [2, с. 6]. Найчастіше такі об'єднання спрямовують свої зусилля на децентралізоване, екологічне і незалежне від компаній та концернів виробництво енергії. Вони є формою так званої громадської участі/активності, тобто участі громадян у окремих політичних процесах та прийнятті політичних рішень, переважно на регіональному та муніципальному рівнях.

Енергокооператив може працювати в таких сферах:

- виробництво енергії (сонячна енергія, вітрова енергія, біогаз, когенерація, тобто комбіноване виробництво тепла та електроенергії);
- продаж альтернативної енергії (електроенергії, теплоенергії, газу);
- купівля й експлуатація енергомереж;
- послуги, спрямовані на ефективне використання енергії (надання консультацій, енергозбереження будівель, реалізація різноманітних проєктів з енергоефективності) тощо.

Енергетичний кооператив – важливий учасник енергетичних ринків європейських країн. Так, в Німеччині в 2012 р. працювали більше 600 активних енергетичних кооперативів. На кінець першого кварталу 2012 р. вони об'єднували близько 81 тис. членів. Їх пайовий капітал складав близько 260 млн євро, у той час як сума залучених зовнішніх коштів – майже 800 млн євро. Річне

виробництво електроенергії всіма німецькими кооперативами сягнуло 290 тис. МВт [4, с. 37]. Це створило ситуацію, за якої в 2012 році приватні домогосподарства та енергокооперативи володіли 47% встановлених потужностей у відновлюваній енергетиці Німеччини. Енергетичні кооперативи стали однією із рушійних сил німецького енергетичного переходу і дозволили залучити до зеленої економіки мільярди євро від звичайних громадян Німеччини ще тоді, коли німецькі енергетичні гіганти дуже амбівалентно ставились до перспектив відмови від викопного палива. Енергетичні кооперативи у Німеччині працюють за дуже різними моделями.

Крім тих, які заробляють на «зеленому тарифі» від сонячної енергії, існують сотні енергокооперативів, що здійснюють забезпечення місцевих жителів теплом, електроенергією, мережевими послугами. Багато із них створені жителями однієї вулиці задля того, щоб влаштувати на ній централізоване опалення із використанням місцевої сировини. Проте є і доволі великі кооперативи, котрі оперують значними потужностями із виробництва електроенергії.

Досвід європейських країн показує, що енергетичні кооперативи можуть стати рушійною силою переходу муніципалітетів на відновлювані джерела енергії. До прикладу, в Іспанії, коли люди хочуть встановити сонячні панелі на своїх будинках, іспанський кооператив «Som Energia» заохочує їх створити локальний кооператив, щоб потім купувати електроенергію гуртом. Кооператив «Som Energia» (We Are Energy) заснували в Жироні на північному сході Іспанії в 2010 році. Це найстаріший енергетичний кооператив в Європі, що налічує близько 70 000 членів. Президент кооперативу «Som Energia» Альберт Банал-Естанол говорить, що він діє як парасолька для невеликих кооперативів по всій країні. Його члени сплачують вступний внесок у розмірі 100 євро, який пізніше відшкодовується. Енергокооперативи розвивалися також в інших країнах Європи. Приміром, у 2014 р. у Данії налічувалося близько 650 кооперативів, в Австрії – 400, а в Нідерландах та Швеції близько ста. Кілька десятків кооперативів працювали також в Іспанії, Бельгії, Великобританії та Франції.

Перші енергетичні кооперативи в Україні були сформовані та діяли за європейськими принципами. У 2019 р. в Славутичі був створений кооператив сонячних електростанцій «Сонячне місто» [7]. Ініціатором і співзасновником спільноти став киянин А. Зінченко із громадської організації Greencubator. Один пай коштував 15 000 гривень. Така практика в розвинених країнах поширена під назвою акціонерного краудфандингу. Фотоелектричні модулі розміщені на трьох адмінбудівлях у центрі міста, виробництво електроенергії – близько 200 кВт на годину. Енергія продається за «зеленим» тарифом, що дає можливість швидко повернути початкові інвестиції, а далі – отримувати чистий прибуток.

Крім «Сонячного міста» в Україні сформувалося ще кілька енергетичних кооперативів. Наприклад, у селі Лосятин на Тернопільщині працює кооператив «Ягідний край», основна діяльність якого – вирощування полуниці та малини. Однак члени об'єднання відкрили для себе також енергетичний напрям: стебла малини, які раніше просто спалювали на полях, сьогодні перетворюють

на брикети для опалення будинків. Для придбання необхідного обладнання громада отримала фінансування від Програми розвитку ООН.

Європейські енергетичні кооперативи регулярно проводять в Україні круглі столи, семінари та конференції. Німецький кооператив «WeChange» допомагає втілювати ініціативи та розвивати організації, зокрема реалізовувати ідеї енергетичних кооперативів. У рамках проєкту «Civil Society Energy 2021» WeChange організував два заходи для представників Польщі, Німеччини та України, яких цікавлять енергетичні кооперативи. У Берліні учасники дізнавалися більше про те, як створити енергетичний кооператив та ознайомилися із економічними моделями організаційних структур. Під час другої частини проєкту – хакатону у Чернігові – учасники презентували напрацьовані бізнес-моделі. Після завершення хакатону представники українських муніципалітетів отримали матеріальне заохочення для роботи над створення енергетичних кооперативів.

У серпні 2021 року у м. Краматорськ ГО «Правополіс» у співпраці з ГО Екодія та Коаліція «Енергетичний перехід» за підтримки Heinrich-Böll-Stiftung Ukraine, Бюро Київ-Україна та Лабораторії з інноваційного розвитку UNDP Ukraine / ПРООН в Україні проводило хакатон по справедливій трансформації вугільних територій [3].

Висновки. На основі проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що для України, кооперативний досвід Європейського союзу у галузі енергозабезпечення, може бути корисним при вирішенні цілого комплексу проблем, пов'язаних з задоволенням потреб населення електроенергією за доступною ціною. Крім цього енергетичні кооперативи стануть інструментом подолання енергетичних криз.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України: «Про альтернативні джерела енергії» від 20.02.2003 р. № 555-IV.
2. Енергетичні кооперативи: досвід Німеччини та Австрії. – К., 2016. – 36 с.
3. Енергетичні кооперативи: європейські приклади та ідеї для українських громад [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.6262.com.ua/news/-3282161/energeticni-kooperativi-evropejski-prikladi-ta-idei-dla-ukrainskih-gromad>
4. Пантелеймоненко А. О. Енергетичні кооперативи: досвід Німеччини / А. О. Пантелеймоненко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Полтава, 2013. – № 1 (6). – С. 36-45.
5. Пантелеймоненко А. О. Перспективність поширення в Україні західно-європейського досвіду кооперативного енергопостачання / А. О. Пантелеймоненко // Збірник наукових статей учасників четвертої Всеукраїнської науково-практичної конференції [«Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації»], (12 травня 2011 р.). – Полтава : Скайтек, 2011. – С. 40-43.

6. Пришляк В. М. Інноваційні технології виробництва та особливості використання біопалив у Франції / В.М. Пришляк, Н.В. Пришляк // Збірник наукових праць Інституту біоенергетичних культур і цукрових буряків «Біоенергетика: вирощування біоенергетичних культур, виробництво та використання біопалива»; за ред. акад. НААН М.В. Роїка, вип. 12. – К. : ЗАТ «Віпол», 2011. – С. 68-73.

7. Про «Сонячне Місто» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://solartown.com.ua/about/#presentation>

8. Ткаченко Л. В. Тенденції видобутку та використання паливно-енергетичних ресурсів та перспективи розвитку українського ринку послуг кооперативів з енергозбереження / Л. В. Ткаченко, Т. І. Грицюк // Збірник наукових праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту: Економічні науки. – 2011. – № 1. – С. 102-112.

ЗЕЛЕНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ

Ланиця Олена

Дайновський Ю. А. – науковий керівник

Львівський торговельно-економічний університет

Анотація. Розглянуто кооперативні проєкти у сфері відновлюваної енергетики, створення замкнених екосистем виробництва, розвиток органічного сільського господарства на основі кооперативного підходу і міжнародної співпраці.

Ключові слова: європейська кооперація, зелені технології, відновлювальна енергетика, замкнені екосистеми, органічні кооперативи.

Постановка проблеми. Одним з інноваційних трендів у розвитку європейської кооперації є акцент на використання зелених технологій. Цей напрям знаходить своє відображення у кооперативних проєктах у сфері відновлюваної енергетики (сонячні, вітрові електростанції), створенні замкнених екосистем виробництва (наприклад, переробка відходів на біогаз), екологічному сільському господарстві та органічних кооперативах. У зазначених сферах значну роль відіграють європейські кооперативи, тому вивчення відповідної діяльності є важливим для її подальшого розвитку.

Аналіз основних досліджень. Питанням розвитку кооперації в Україні, Європі і світі, а також актуальним проблемам зелених технологій присвячується значна кількість праць вітчизняних і зарубіжних науковців. Зокрема це праці Гороховського І. Л., Апопія В. В., Семіва С. Р., Бабаєва М., Азархіної О., Усенко Ю. і багатьох інших [1-5].

Мета. Проаналізувати діяльність, передовий досвід і перспективи європейських кооперативів у розвитку зелених технологій.

Виклад основного матеріалу. Європа активно розвиває кооперативні проєкти у сфері відновлюваної енергетики, адже це дозволяє громадам безпосередньо брати участь у виробництві чистої енергії, знижувати витрати та залежність від традиційних енергетичних компаній.

Кооперативні проєкти у відновлюваній енергетиці базуються на принципах колективного володіння та управління (члени кооперативу спільно володіють електростанцією та приймають ключові рішення), фінансування через пайові внески та гранти (члени інвестують у створення об'єкта, а додаткові кошти можуть надходити від державних чи європейських програм підтримки), локального використання електроенергії (енергія продається за собівартістю місцевим споживачам, що знижує тарифи), прибутковості і соціального ефекту (надлишкову електроенергію продають на ринок, а прибуток використовується для соціальних ініціатив).

Кооперативні проєкти у сфері відновлюваної енергетики набувають популярності в Європі, залучаючи громади до спільного виробництва та споживання чистої енергії. Є багато прикладів успішних кооперативних проєктів у сфері сонячної і вітрової енергетики. Так, один із найбільших енергетичних кооперативів Європи Som Energia (Іспанія) виробляє електроенергію з сонця, вітру та біогазу, залучаючи понад 80 тисяч учасників. Кооператив Ecorpower (Бельгія) володіє понад 300 сонячними панелями та забезпечує електроенергією 60 тисяч домогосподарств. Одна з перших громадських вітрових електростанцій у світі Middelgrunden (Данія) на 50% належить кооперативу з 8 500 членів. Кооператив Windcentrale (Нідерланди) дозволяє громадянам купувати частку у вітровій турбіні та отримувати дешеву електроенергію. У Німеччині діє понад 800 енергетичних кооперативів, які об'єднують громадян для інвестування у відновлювані джерела енергії, такі як сонячні та вітрові електростанції [2, 4]. Ці кооперативи сприяють децентралізації енергетичної системи та підвищенню енергетичної незалежності місцевих громад.

У рамках проєкту «Енергія громад для України» учасники з України, Польщі та Німеччини обмінювалися досвідом щодо створення енергетичних кооперативів. Цей проєкт спрямований на розвиток співпраці у сфері відновлюваної енергетики та підтримку сталого розвитку на місцевому рівні. Французький енергетичний кооператив «Enercoop», постачає електроенергію, вироблену виключно з відновлюваних джерел. Кооператив об'єднує виробників та споживачів, забезпечуючи прозорість та демократичне управління енергетичними ресурсами. Агентство з відновлюваної енергетики (ABE) розпочало проєкт «Громадянське суспільство за сталу енергетику – від місцевого до національного рівня у Східній Європі». Метою проєкту є зміцнення організацій громадянського суспільства, які просувають перехід до сталої енергетики, зокрема в Україні. Ці приклади демонструють, як кооперативні проєкти у сфері відновлюваної енергетики сприяють енергетичній незалежності, сталому розвитку та активній участі громадян у енергетичному секторі.

Джерелами фінансування кооперативних проєктів є пайові внески членів кооперативу – основний механізм стартового фінансування, а також гранти та субсидії ЄС, муніципальні інвестиції у місцеві кооперативи для підвищення енергетичної незалежності, краудфандинг та зелені облігації, тобто залучення інвестицій від приватних осіб та інституційних інвесторів.

У розвитку цього напрямку кооперативного руху є низка проблем. Це зокрема регуляторні обмеження, адже у деяких країнах важко отримати ліцензію або підключитися до загальної енергомережі. Проблемою для багатьох кооперативів є висока вартість початкових інвестицій, оскільки будівництво електростанції потребує значних коштів. Викликом є також періодична зміна державних політик і залежність від тарифів на «зелену» енергію та можливих змін у законодавстві.

Для подальшого розвитку кооперативної енергетики безумовно необхідно збільшення державної підтримки, країни ЄС усе активніше фінансують енергетичні кооперативи як один з шляхів переходу на відновлювану енергетику. Перспективним є розвиток енергетичних спільнот і об'єднання кооперативів у великі енергетичні хаби для масштабного виробництва. Важливо, щоб у відновлювальній енергетиці застосовувалися новітні технології, наприклад, поєднувалися відновлювані джерела із системами збереження енергії та розумними мережами.

Перспективним напрямом є створення замкнених екосистем виробництва на основі кооперативного підходу і міжнародної співпраці. Замкнені екосистеми виробництва базуються на принципах циркулярної економіки, де відходи одного процесу стають ресурсом для іншого. Це дозволяє мінімізувати негативні екологічні наслідки, знизити витрати та підвищити економічну стійкість.

Прикладом таких екосистем є переробка відходів на біогаз, коли органічні відходи (сільськогосподарські, харчові, промислові) використовуються для виробництва біогазу через анаеробне бродіння. Отриманий біогаз застосовується як джерело енергії для виробництва тепла, електроенергії чи біометану. Залишки після бродіння використовуються як добриво.

Кооперативи можуть стати основою для ефективного впровадження замкнених систем через колективне володіння та управління ресурсами. Ключовими перевагами кооперативного підходу є економія на масштабах, спільне інвестування в інфраструктуру для переробки відходів (біогазові установки, компостування, сортування), скорочення витрат, оскільки члени кооперативу отримують енергію чи добрива за нижчими цінами, можливість отримувати державну підтримку, гранти та субсидії на екологічні ініціативи, збільшення доходів внаслідок продажу надлишкової енергії або добрив, створення нових робочих місць і розвиток місцевої економіки.

Міжнародна співпраця і обмін досвідом надають додатковий поштовх у сфері створення замкнених екосистем виробництва. Кооперативи можуть інтегруватися в глобальні ланцюги циркулярної економіки через партнерство з міжнародними організаціями, фондами та компаніями.

Формами міжнародної співпраці у цій сфері можуть бути технологічні трансфери, впровадження передових методів переробки (наприклад, європейський досвід біогазових кооперативів у Німеччині чи Данії), інвестиції та гранти (наприклад, отримання фінансування від ЄС, Світового банку, GIZ, USAID), експорт біопродукції, навчальні програми провідних університетів та екологічних організацій.

Як приклад успішного проєкту можна навести біогазовий кооператив у Німеччині (Баварія), де фермери об'єдналися для створення біогазової станції,

відходи переробляються у біогаз, який забезпечує електроенергією місцеві громади. Держава підтримує цей проєкт через «зелені» тарифи та гранти.

Важливим інноваційним трендом у розвитку європейської кооперації є екологічне сільське господарство та органічні кооперативи. Екологічне (органічне) сільське господарство – це система агровиробництва, яка зберігає природні ресурси, підтримує біорізноманіття та виключає використання синтетичних хімікатів. Основними принципами органічного агровиробництва є відмова від хімічних добрив і пестицидів, використання природних методів захисту рослин (біологічні препарати, сидерати), впровадження сівозміни та компостування для збереження родючості ґрунту, гуманний підхід до тваринництва (вільний випас, органічний корм).

Органічні кооперативи – це об'єднання фермерів, які спільно виробляють, переробляють і продають органічну продукцію, підвищуючи прибутковість і конкурентоспроможність. Перевагами кооперативного підходу у сфері органічного виробництва є зниження витрат за рахунок спільного придбання обладнання, більш гарантований збут, оскільки кооперативи можуть укласти контракти з великими мережами та експортувати продукцію, спільна сертифікація (колективне отримання органічних сертифікатів здешевлює процедуру), підвищення якості, впровадження спільних стандартів виробництва, легший доступ до отримання державних та міжнародних грантів.

Прикладами органічного виробництва є біодинамічні ферми, вирощування органічних овочів та фруктів, органічне молочне та м'ясне виробництво, виробництво меду без хімічних добавок. Успішним є досвід низки органічних кооперативів за кордоном. Так, кооперативи біофермерів у Франції постачають продукцію до супермаркетів (наприклад, Біосоор), у Німеччині споживчі кооперативи напряму працюють з органічними фермерами, органічні виноробні кооперативи Італії експортують продукцію по всьому світу. Прикладом успішного органічного кооперативу в Україні є кооператив «Родинний добробут», у який фермери об'єдналися для спільного виробництва органічних ягід, кооперативом отримано сертифікат Organic Standard, відбувається експорт продукції до Європи.

Формами міжнародної співпраці у сфері екологічного сільського господарства та органічних кооперативів можуть бути експорт органічної продукції, гранти та фінансування від міжнародних організацій, обмін досвідом через стажування та освітні програми.

Висновки. Кооперативи у сфері відновлюваної енергетики є ефективним інструментом для підвищення енергетичної незалежності громад, зниження тарифів і розвитку сталих енергетичних рішень у Європі. Замкнені екосистеми виробництва з кооперативною моделлю та міжнародною підтримкою можуть стати потужним драйвером стійкого розвитку та енергетичної незалежності. Для подальшого розвитку органічних кооперативів в Україні необхідні державна підтримка та субсидії для виробників органічної продукції, популяризація органічного споживання через ярмарки, маркетингові кампанії, спрощення процедури сертифікації для малих виробників. Необхідними є також створення пілотних кооперативів у громадах з аграрним або промисловим потенціалом,

залучення інвесторів та міжнародних партнерів через гранти та спільні проекти, розвиток нормативної бази для стимулювання замкнених екосистем, проведення широких інформаційних кампаній для зацікавлення громад і бізнесу. Екологічне сільське господарство та органічні кооперативи – це шлях до стійкого розвитку, експортного потенціалу та зміцнення місцевої економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабаєв М. Відновлювана енергетика: втрати і рецепти відновлення / М. Бабаєв, О. Азархіна, Ю. Усенко. URL: <https://ua-energy.org/uk/posts/vidnovlyuvana-enerhetyka-vtraty-i-retsepty-vidnovlennia>
2. Війна в Європі та перспективи відновлюваної енергетики. URL: <https://aw-therm.com.ua/vijna-v-yevropi-ta-perspektivi-vidnovlyuvanoyi-energetiki/>
3. Гороховський І. Л. Перспективи розвитку європейської споживчої кооперації в умовах глобальних викликів сучасності / І. Л. Гороховський // Економіст. – 2018. – № 11. – С. 24-31.
4. Значення відновної електроенергетики в країнах Європи. URL: <https://dovidka.biz.ua/znachennia-vidnovnoi-elektroenerhetyky-v-krainakh-ievropy>
5. Енергетичні кооперативи та можливості їх поширення в Україні. URL: <http://www.biowatt.com.ua/trends/energetichni-kooperativi-ta-mozhlivosti-yih-poshirennia-v-ukrayini/>

ЗЕЛЕНІ ІННОВАЦІЇ В УКРАЇНІ ЯК СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Питель Вікторія

Ільчишин М. М. – наукова керівниця

Львівський кооперативний фаховий коледж економіки і права

Анотація. У тезах проаналізовано основні напрями розвитку зелених інновацій в Україні як інструменту сталого економічного розвитку, з урахуванням сучасних викликів та інтеграції до ЄС.

Ключові слова: зелені інновації, сталий розвиток, відновлювана енергетика, циркулярна економіка, екоінфраструктура, інституційна підтримка, кооперація.

Постановка проблеми. В умовах кліматичних змін, енергетичної нестабільності та післявоєнного відновлення Україна потребує нової моделі розвитку, здатної забезпечити як екологічну стійкість, так і економічне зростання.

Аналіз основних досліджень. Проблематиці зелених інновацій присвячено чимало наукових праць. Міжнародні організації (OECD, UNEP) наголошують на ролі зелених інновацій у досягненні цілей сталого розвитку, адаптації до змін клімату та ресурсоефективності. В Україні аналітичні центри «Екодія», «DiXi Group» та Інститут економіки НАН України відзначають високий потенціал зеленої трансформації, зокрема в енергетиці, агросекторі та промисловості. Практичні дослідження в межах програм «Кліматичні інноваційні ваучери» та «EU4Environment» демонструють ефективність підтримки МСБ у впровадженні екотехнологій.

Мета. Дослідити роль зелених інновацій у модернізації української економіки та визначити напрями їх практичної реалізації.

Виклад основного матеріалу. В умовах глобальних кліматичних змін та екологічних викликів, зелені інновації відіграють дедалі важливішу роль у трансформації національних економік. Для України, яка одночасно переживає збройний конфлікт, енергетичну нестабільність та процес інтеграції до Європейського Союзу, зелена модернізація є не лише відповіддю на екологічні загрози, а й інструментом відновлення та економічного зростання.

Зелена трансформація – не лише екологічна необхідність, а й можливість економічного зростання та міжнародної інтеграції.

Основні напрями зелених інновацій в Україні

Енергетична ефективність та відновлювана енергетика

Енергоефективність є базовим елементом стратегії енергетичної незалежності України. Водночас розвиток відновлюваної енергетики дозволяє зменшити залежність від імпортованого викопного палива. Декілька українських міст, зокрема Житомир, Чортків, Львів, Кам'янець-Подільський, Баранівка, Тростянець та Полтава, офіційно зобов'язались перейти на 100% використання енергії з відновлюваних джерел до 2050 року [4].

Зелені технології в аграрному секторі

Аграрна галузь, як один із провідних секторів економіки, має значний потенціал для впровадження сталих практик. Зокрема, українські аграрії впроваджують кліматичні інновації, такі як ефективні біогазові установки, що дозволяє одночасно зменшити викиди парникових газів і підвищити енергонезалежність господарств [3].

Важливу роль у цьому процесі відіграють сільськогосподарські кооперації, які виступають майданчиком для спільної розробки та тестування сталих рішень, адаптованих до конкретних регіональних умов. У контексті післявоєнного відновлення це набуває особливої актуальності, оскільки дозволяє швидше адаптувати агросектор до сучасних екологічних викликів.

Управління відходами та циркулярна економіка

Запуск лінії з виробництва пелетів і брикетів у Бугринській громаді на Рівненщині є яскравим прикладом розвитку зеленої економіки, де використання безвідходних технологій сприяє збереженню ресурсів і зменшенню викидів. Проєкт, реалізований за підтримки Державного фонду регіонального розвитку, дозволяє переробляти сільськогосподарські відходи, такі як солома, тирса та відсів соняшника, у корисне паливо. Це не тільки знижує енергетичну залежність, а й підтримує місцеве виробництво, створюючи нові робочі місця і стимулюючи сталий розвиток громади [1].

Кооперативні моделі управління відходами також показують високу ефективність: об'єднання підприємств, громад або домогосподарств дозволяє спільно інвестувати у сортувальні станції, пункти вторинної переробки та логістичні рішення. Це особливо важливо для малих громад, які поодиночки не мають ресурсів для реалізації повноцінної інфраструктури.

Велотранспорт

Одним із важливих напрямів розвитку екологічного транспорту є створення сучасної велосипедної інфраструктури як альтернативи автомобільному транспорту в міському середовищі. Використання велосипедів сприяє зменшенню викидів парникових газів, зниженню рівня шумового забруднення та підвищенню мобільності населення при мінімальному екологічному навантаженні. Крім того, велосипедний транспорт є доступним, економічним і корисним для здоров'я.

В Україні в останні роки спостерігається поступове зростання інтересу до розвитку велосипедної інфраструктури, особливо в середніх і великих містах. Наприклад, у Києві реалізовано концепцію розвитку велосипедної мережі, яка передбачає будівництво понад 240 км велодоріжок, частина з яких уже введена в експлуатацію [7].

Попри наявні труднощі – фрагментарність мереж, недостатню безпеку та інфраструктурну неузгодженість – позитивна динаміка свідчить про зростання суспільного попиту на екологічні та доступні засоби пересування.

Зелені фінанси та інвестиційна підтримка

Україна демонструє зростання інтересу до фінансування екологічних проєктів, зокрема у сфері відновлюваної енергетики та енергоефективності. Це відкриває нові можливості для розвитку «зелених» технологій та залучення міжнародного капіталу [2]. Додатково, в межах програми «Кліматичні Інноваційні Ваучери», українські компанії можуть отримати фінансування до 50 000 євро на впровадження сталих рішень [5].

Кооперативи та мережі малого бізнесу дедалі активніше виступають заявниками таких фінансових програм. Їхня колективна спроможність дозволяє розробляти комплексні екологічні проєкти, що мають ширший вплив, а також забезпечує кращу звітність та сталість результатів, що є перевагою в очах інвесторів.

Інституційна підтримка та стратегічні програми

У червні 2024 року Україна та Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку (UNIDO) підписали Програму зеленого відновлення промисловості України на 2024-2028 роки. Ця програма спрямована на трансформацію промисловості з акцентом на сталий розвиток, включаючи впровадження інноваційних технологій, розвиток інфраструктури та підтримку бізнесу [8]. Її важливість полягає в тому, що промисловість є однією з найбільш енергозатратних і екологічно вразливих галузей економіки, особливо у країні, яка перебуває у фазі відновлення після масштабних руйнувань. Перехід до більш екологічного виробництва дозволяє забезпечити модернізацію підприємств, підвищити їхню ефективність, а також покращити умови для міжнародної торгівлі завдяки відповідності стандартам ЄС.

Використання БПЛА для моніторингу стану вітрових турбін

Сучасні цифрові рішення також стають частиною зеленої трансформації. У грудні 2024 року було презентовано дослідження щодо застосування дронів із тепловізорами для моніторингу стану вітрових турбін [6]. На сьогодні перевірки вітроелектростанцій мають надзвичайно велике значення, що обумовлено висо-

кою вартістю ремонту турбін і фінансовими втратами в результаті простою. Використання дронів при інспекції вітряних електростанцій надає можливість робити регулярний огляд вітрогенераторів з мінімальними витратами. Безпілотники допомагають скоротити час пошуку місць корозії на лопатях вітрогенератора і конструкціях опори та запобігати великим аваріям, таким чином знижуючи собівартість експлуатації вітрогенераторів. Дрон може підіймати у повітря кілька корисних навантажень, наприклад, камера чи тепловізор, що дає оператору можливість отримувати максимально чіткі й деталізовані зображення.

Висновки. Зелені інновації є ключовим напрямом модернізації української економіки та важливою складовою стратегії сталого розвитку. Вони не лише сприяють екологічній стійкості, але й формують основу для довгострокового економічного зростання, диверсифікації енергетичного ринку та підвищення технологічної спроможності країни. Окрім цього, сприяють виконанню Україною міжнародних зобов'язань у межах Паризької кліматичної угоди та Європейського зеленого курсу.

Таким чином, зелені інновації в Україні — це інструмент формування нової, більш стійкої та конкурентоспроможної моделі розвитку. У довгостроковій перспективі це дозволить не лише мінімізувати вплив на довкілля, але й зробити українську економіку більш відкритою, гнучкою та інтегрованою у глобальні економічні процеси сталого характеру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Асоціація міст України. Лінію з виробництва пелетів і брикетів запущено в Бугринській громаді на Рівненщині [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://auc.org.ua/uspiky/liniyu-z-vyrobnytva-peletiv-i-bryketiv-zapushcheno-v-bugrynskiy-gromadi-na-rivnenshchyni>
2. Державне агентство енергоефективності та енергозбереження України. Зелені облігації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://saee.gov.ua/diialnist/zeleni-oblihotsii>
3. Екодія. Думки українських аграріїв про їх потреби та перешкоди для впровадження екопрактик та євроінтеграції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ecoaction.org.ua/wp-content/uploads/2023/11/dumky-fermeriv-pro-eko-es.pdf>
4. Екодія. Як міста об'єднуються для протидії зміні клімату [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ecoaction.org.ua/iak-mista-ob-iednuiutsia.html>
5. Climate Innovation Vouchers. 50 000 євро на розвиток кліматичних інновацій. Відкрито набір компаній на грантовий проєкт від ЄБРР та ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://climate.biz/50-000-yevro-na-rozvytok-klimatychnyh-innovaczij-vidkryto-nabir-kompanij-na-grantovyj-proyekt-vid-yebrr-ta-yes/>
6. DroneUA. DroneUA першими в Україні здійснили системну роботу з інспектування вітроелектростанцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://drone.ua/blogs/news/droneua-pershimi-v-ukrayini-zdiysnili-sistemnu-robotu-z-inspektuvannya-vitroelektrostantsiy>

7. Ucycle. Велоконцепція Києва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://u-cycle.org.ua/projects/velokontseptsii-kyiv/>

8. UNIDO Ukraine. Green Industrial Recovery Programme [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unido.org/sub-sites/green-industrial-recovery-vision-ukraine/ukraine-industrial-recovery-programme-ukraine-2024-2028>

ЕКОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ РІВНЕНЩИНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

Натальченко Анастасія

Іванова І. А. – наукова керівниця

Рівненський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж

Анотація. У роботі наведено ряд факторів, які негативно впливають на екологічне середовище Рівненської області у воєнний час.

Ключові слова: наслідки війни; небезпечні речовини; забруднення повітря, води та ґрунту; екологічні проблеми.

Постановка проблеми: Останнім часом мешканці Рівненщини відчують негативний вплив наслідків війни на самопочуття та здоров'я, що спричинене погіршенням якості повітря, ґрунту та води. Завдяки впровадженню інноваційних методів подолання і зменшення негативних наслідків цієї проблеми можна забезпечити підвищення рівня екологічних показників.

Аналіз основних досліджень. Війна негативно впливає на екологічний стан навколишнього середовища. Конкретні приклади впливу війни на навколишнє середовище включають: Першу світову війну, Другу світову війну, війну у В'єтнамі, війну в Косово, війну в Перській затоці, російсько-українську війну. Прогресування війни з використанням різних видів зброї, від хімічної до ядерної, дедалі більше впливає на екосистеми та навколишнє середовище. Ракетні атаки на нафтобази та об'єкти електрогенерації в Україні спричиняють техногенні катастрофи. Для оцінки впливу на навколишнє середовище горіння нафтопродуктів, можна згадати пожежу на нафтобазі неподалік с. Васильків, яку експерти оцінили другу за масштабом екологічну катастрофу після Чорнобиля.

Мета. Метою статті є привернення уваги до екологічних проблем Рівненщини, які загострилися під час війни та необхідності запровадження інноваційних методів у подоланні екологічної загрози.

Виклад основного матеріалу. Ні для кого не є секретом, що питання екології завжди були дуже важливими. А з початком повномасштабного вторгнення ворога на територію України ці проблеми стали ще більше актуальними.

Війна руйнує природу нашої країни. Забруднення повітря, води та ґрунту досягає максимальних показників. Хімічні речовини, які виділяються під час атаки на наші міста призвели до викиду токсичних речовин у повітря. Продукти горіння забруднюють воду та ґрунт. Це впливає на здоров'я українців, зокрема, це респіраторні та алергічні захворювання, хвороби шкіри та рак.

Обстріли та мінування лісів, а також їх спалювання призводять до загибелі тварин та знищенню багатьох видів рослин. Це вплинуло на нашу екосистему.

Люди теж зазнали впливу, адже, ліс для них був джерелом їжі, палива та ресурсів життєдіяльності.

У результаті систематичних ракетних обстрілів інфраструктура нашого регіону зазнає руйнувань. Бомбардування електростанцій та нафтобаз спричинює розлив та витік небезпечних речовин, а саме: нафти, нафтопродуктів, хімічних та радіоактивних речовин, які забруднюють повітря, воду, ґрунти.

З 2022 року внаслідок збройної агресії проти України на території Рівненської області були завдані збитки земельним ресурсам, зокрема: внаслідок ракетного удару по нафтових базах у місті Дубно 26 березня 2022 р. та селищі Клевани 28 березня 2022 р. відбувся витік нафтопродуктів з послідувачим горінням. Сума збитків внаслідок забруднення земельних ділянок становить: у місті Дубно на території ТОВ «Гранд Термінал» 7,6 млн гривень; у селищі Клевани Рівненського району на території ТОВ «Гед Вілс» – 45,0 млн грн.

Внаслідок ракетного удару 28 серпня 2022 року на території ДП «Сарненський лісгосп» виникла лісова пожежа, а у місті Сарни утворилось дві вирви та відбулось забруднення земель без подальшого загоряння на території інфраструктури військової частини. Сума збитків внаслідок забруднення земель становить на території ДП «Сарненський лісгосп» – 4,2 тис. грн; у місті Сарни на території військової частини – 444,2 тис. грн.

Внаслідок ракетного удару по електропідстанціях НЕК «Укренерго» 22 жовтня 2022 р. виникло загоряння мастила та ізолюючої електропроводки. Сума збитків внаслідок забруднення земельних ділянок становить: у місті Рівне – 5,5 млн грн; у селі Грабів Рівненського району – 24,2 тис. грн (інформація взята зі звіту про стратегічну екологічну оцінку змін до стратегії розвитку Рівненської області на період до 2027 року [3]). Це величезні збитки не тільки для економіки, але й для екосистеми нашого регіону.

Масштабні пожежі, які виникають в наслідок ракетних бомбардувань об'єктів електрогенерації та нафтобаз призводять до викиду в атмосферу шкідливих речовин таких як: чадний газ у великих об'ємах, бензопірен, сірчистий і сірчаний ангідриди, оксид вуглецю, оксиди азоту, газоподібні і тверді продукти неповного згорання палива, сполуки ванадію, солі натрію та інші небезпечні речовини.

Бензопірен, який утворюється під час згорання нафтопродуктів є потужним канцерогеном, мутагеном та є надзвичайно токсичним. Під час згорання палива виділяються кислотні гази, які в контакт з водою, а також, потрапляючи на слизові оболонки організму людини, утворюють кислоти.

Діоксид сірки або сірчистий ангідрид є особливо шкідливим для зелених насаджень і лісів, оскільки наслідком його дії є хлороз (жовтіння або знебарвлення листя) і карликовість. Нафтопродукти можуть потрапляти глибоко в ґрунт (на декілька десятків сантиметрів), завдаючи непоправної шкоди екосистемі [4].

Але це, на жаль, не єдина причина негативного впливу на екологію. За даними ООН Україна одна з найбільш замінованих країн світу. Майже, 23% загальної площі – заміновано (інформація станом на 11.03.2025 року) [1]. Наслідки розмінування та детонації мін теж будуть призводити до забруднення важкими

металами ґрунтів та ґрунтових вод. Під час вибуху відбувається окиснення, уламки снарядів є шкідливими та містять домішки чавуну, заліза, вуглецю, сірки та міді. Особливу небезпеку становлять заміновані поля, забруднення яких може призвести до того, що на даних території не можливо буде вирощувати культури. Для розмінування всієї України знадобиться до 10 років. В Рівненській області заміновано увесь прикордонний периметр з Білоруссю.

Ще одна важлива причина викидів шкідливих речовин у повітря пов'язана з аварійними та плановими відключеннями світла. Українці змушені використовувати альтернативні джерела електроенергії – дизельні та бензинові генератори. Лише за 2022 рік в Україну завезли майже 670 тис. генераторів [2]. Двигуни внутрішнього згорання, які використовуються у них забруднюють довкілля шкідливими речовинами такими, як оксид вуглецю, чадний газ, сажа, оксид азоту та дрібнодисперсний пил, які впливають на здоров'я людей. Серед вразливих категорій – люди, які хворіють на гострі респіраторні захворювання, астму, хвороби серця. Дрібнодисперсний пил проникає в кров, судини, легені та чинить негативну дію на роботу мозку та нервової системи, сприяє розвитку хронічних захворювань.

Війна внесла свої корективи і, на жаль, на певні обставини ми не можемо впливати. Проте, ми повинні пам'ятати й про інші чинники, що завдають шкоди екології, на які впливаємо ми самі.

Проблема паління сухої трави теж набирає обертів. Кількість випадків підпалів сухостоїв з настанням теплої погоди, зокрема на Рівненщині, значно зросла. Щодоби у Рівненській області фіксують по 40-50 пожеж в екосистемах [3]. Це результат людської недбалості та необізнаності. Часто такі пожежі призводять не лише до згорання трави та викидів у повітря, а навіть до загорання будинків та господарських приміщень. Ми повинні пам'ятати про пожежників, які постійно ризикують власним життям для подолання наслідків таких дій. На жаль, штрафи, які сягають до 15 300 грн не лякають паліїв.

Дуже шкода, що люди вважають, що випалювання трави – це підготовка ґрунту до посіву. Але під час згорання трави утворюється до 70 хімічних сполук, що викликають алергічні реакції та хвороби органів дихання. Забруднення повітря шкодить комахам та тваринам, які живуть у верхніх шарах ґрунту. Звертаємо увагу, що станом на 10 березня 2024 р. площа пожеж сухої трави на Рівненщині становила 4,5 га, то на 10 березня 2025 року – це 263 га.

Людина – це частинка природи, яка має жити в гармонії з нею, але наша діяльність спрямована, як правило, лише щоб отримати користь. Проте, ми забуваємо про охорону навколишнього середовища та відновлення його ресурсів.

Україна докладася максимум зусиль для вирішення екологічних проблем. Залучені міжнародні організації, такі як Програма ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП). Український уряд також вживає заходів для покращення захисту довкілля, зокрема, ухвалює нові закони та збільшує фінансування екологічних ініціатив [2]. Але кожен з нас не повинен забувати про свій особистий внесок у відновлення екосистеми.

Що пропонуємо ми для покращення цієї ситуації:

1. Звертати увагу влади нашого краю на екологічні проблеми Рівненщини.
2. Розробити програму утилізації вибухонебезпечних речовин.
3. Постійне інформування населення про екологічні показники у нашому регіоні та способи їх покращення, а також про вплив на навколишнє середовище альтернативних джерел палива та продуктів паління сухої трави. Залучати молодь та студентів до розповсюдження цієї інформації.
4. Населенню проводити акції та заходи, спрямовані на відновлення екології: «Підтал трави – вбиває живе!», «Посади дерево – віднови екосистему».

Висновок. Для подолання на зменшення негативних наслідків впливу на екологічну ситуацію прямих та опосередкованих військових дій, необхідно запроваджувати інноваційні методи оперативного виявлення та ліквідації надзвичайних ситуацій. Запровадження єдиної системи зв'язку та оповіщення електронними засобами комунікації між усіма учасниками залученими до подолання наслідків екологічної небезпеки. Використання сучасних розвідувальних дронів для огляду місць виникнення пожеж та виявлення можливих витоків небезпечних речовин. Облаштування сучасних систем запобігання витоків із резервуарів нафтобаз та електропідстанцій шкідливих речовин. Виготовлення та використання електрогенераторів, або додаткового обладнання, які зменшують кількість викидів в атмосферу шкідливих речовин під час спалювання пального.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Війна та екологія. Чому природа стає жертвою військового конфлікту? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://iaa.org.ua/articles/vijna-ta-ekologiya-chomu-pryroda-staye-zhertvoyu-zbrojnogo-konfliktu/>.
2. Вплив війни на екологію [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eco.aep.kiev.ua/novini/vpliv-vijni-na-ekologiyu/>.
3. Звіт про стратегічну екологічну оцінку проєкту змін до стратегії розвитку Рівненської області на період до 2027 року [Електронний ресурс]. – Офіційний сайт Рівненської обласної державної адміністрації. – Режим доступу: <https://www.rv.gov.ua>.
4. Природа та війна: як військове вторгнення Росії впливає на довкілля України. Сайт «Екодія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eco-action.org.ua/pryroda-ta-vijna.html>.

Зміст

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА МОДЕРНІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МІСЦЕ В НІЙ КООПЕРАЦІЇ <i>Стародуб Софія</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	3
СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ: АДАПТАЦІЯ ТА ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПЕРЕД ВИКЛИКАМИ <i>Каменюк Анастасія</i> <i>Полтавський університет економіки та торгівлі</i>	7
РОЗВИТОК КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ <i>Боднарюк Марта</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	13
BORYS MARTOS AND THE CO-OPERATIVE MOVEMENT <i>Кулішова Єлизавета</i> <i>Тернопільський кооперативний фаховий коледж</i>	16
КООПЕРАТИВНИЙ РУХ І ЄВРОПЕЙСЬКІ ЦІННОСТІ: РОЛЬ АНДРЕЯ ШЕПТИЦЬКОГО У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНОЇ САМОДОСТАТНОСТІ УКРАЇНЦІВ <i>Фіялка Олеся-Іванна</i> <i>Тернопільський кооперативний фаховий коледж</i>	19
РОЛЬ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД <i>Вісич Єлизавета</i> <i>Полтавський університет економіки і торгівлі</i>	23
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ПРОГРАМ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ <i>Осипчук Дарья</i> <i>Черкаський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж</i> <i>Полтавського університету економіки і торгівлі</i>	26
СОЦІАЛЬНА МІСІЯ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ <i>Семерук Карина</i> <i>Вінницький кооперативний інститут</i>	29
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕНДЕНЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ <i>Шульга Дарина</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет</i>	33

ПЕРСПЕКТИВИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ, ДОСЯГНЕННЯ
ТА СТРАТЕГІЧНІ КРОКИ

Хлібович Вікторія

Вінницький кооперативний інститут37

ТЕХНОЛОГІЇ АДАПТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ВІТЧИЗНЯНИХ
ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ КРИЗИ

Лотоцька Ірина

Львівський торговельно-економічний університет.....40

МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС: СКЛADOVA ЕКОНОМІЧНОГО
ПОТЕНЦІАЛУ КРАЇНИ

Кузенко Анна

Чернівецький кооперативний фаховий коледж економіки і права44

РОЛЬ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ У ФОРМУВАННІ СПРАВЕДЛИВОГО
РИНКУ

Барта Владислав

Мукачівський кооперативний фаховий коледж бізнесу50

ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ:
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ

Голодняк Мар'ян

Львівський торговельно-економічний університет.....53

УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ ТА РЕСУРСНИМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМИ
ПІДПРИЄМСТВА

Поліщук Олексій

Вінницький кооперативний інститут56

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ
УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВИХ ПРОДУКТІВ

Коноваленко Артем

Херсонський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж60

КООПЕРАЦІЯ І КРАУДФАНДИНГ У СТВОРЕННІ СТІЙКИХ БІЗНЕС-
МОДЕЛЕЙ

Бабаян Крістіна

Полтавський університет економіки і торгівлі64

ЛЕГАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ БІЗНЕС-СЕРЕДО-
ВИЩА, ЗМЕНШЕННЯ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЗАХИСТУ ПІДПРИЄМЦІВ

Ляшук Артем

Херсонський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж68

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ КОМУНІКАЦІЙ
ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Гаськевич Мар'яна

Львівський торговельно-економічний університет..... 73

ПРОЄКТ «В ЄДНОСТІ – СИЛА» – КРОКИ ДО БІЗНЕСОВОГО УСПІХУ
СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Климко Ганна

Полтавський фаховий кооперативний коледж 77

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ
У ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Гавриленко Аліна

Херсонський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж..... 81

ЯК ЗМІНИЛАСЯ ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ З ПОЧАТКОМ ВІЙНИ.
ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «ВЕРЕСЕНЬ ПЛЮС»

Таран Валерія

Кіровоградський кооперативний фаховий коледж економіки і права імені

М. П. Сая Кіровоградської облспоживспілки 89

ЛОГІСТИЧНІ ТРЕНДИ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ
ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ

Гавриш Аліна

Полтавський фаховий кооперативний коледж 93

САНІТАРНІ ТА ФІТОСАНІТАРНІ ЗАХОДИ МИТНОГО КОНТРОЛЮ ТОВАРІВ
В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Карпишин Тарас

Львівський торговельно-економічний університет..... 98

ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ В СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Філіпповський Антон

Полтавський університет економіки і торгівлі 101

КАФЕ СУСПІЛЬНОГО ВПЛИВУ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ВИД КООПЕРАТИВІВ

Павлік Катерина

Луцький кооперативний фаховий коледж

Львівського торговельно-економічного університету..... 104

ІШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ПЕРСПЕКТИВИ
ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ

Закрепа Максим

Черкаський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж

Полтавського університету економіки і торгівлі..... 106

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД

Гатала Тарас

Львівський торговельно-економічний університет 110

ЄВРОПЕЙСЬКА ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ ТА ІННОВАЦІЇ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «HOTEL & SPA NEMO WITH DOLPHINS»

Мкртчян Анна

Харківський кооперативний торгово-економічний фаховий коледж 112

ВПЛИВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Крижановська Дарина

Полтавський університет економіки і торгівлі 116

КООПЕРАТИВНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ

Жданюк Дар'я

Полтавський університет економіки і торгівлі 120

ВИКЛИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТУРИСТІВ ТА МІСЦЕВИХ ГРОМАД В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ ДЛЯ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Губа Віталіна

Львівський торговельно-економічний університет 124

ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ В САМАРІВСЬКОМУ РЕГІОНІ НА ДНІПРОПЕТРОВЩИНІ

Герасимова-Гордуз Серафима

Новомосковський фаховий кооперативний коледж економіки та права ім. С.В. Литвиненка 128

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Вихренко Юлія

Львівський торговельно-економічний університет 132

ВИРОБНИЦТВО ПШЕНИЧНОГО ХЛІБА З ВИКОРИСТАННЯМ СОКУ БУЗИНИ ЧОРНОЇ ТА ПОРТУЛАКУ ГОРОДНЬОГО СУШЕНОГО ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Макаренко Катерина

Чернігівський кооперативний фаховий коледж

Чернігівської облспоживспілки 136

МАРКЕТПЛЕЙС ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗШИРЕННЯ ЗБУТУ
ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ СУМСЬКОЇ
ОБЛАСТІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Бібік Катерина

Сумський фаховий коледж економіки і торгівлі..... 142

ПРОМИСЛОВА КООПЕРАЦІЯ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ
ІНТЕГРАЦІЇ У ЄВРОПЕЙСЬКІ ЛАНЦЮГИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

Саган Лілія

*Кіровоградський кооперативний фаховий коледж економіки і права
імені М. П. Сая..... 147*

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА СИРУ З ВИКОРИСТАННЯМ
КОНЦЕНТРАТУ СИРОВАТКОВИХ БІЛКІВ

Дільна Олена

Львівський торговельно-економічний університет..... 150

ВИКОРИСТАННЯ ЦУКРОЗАМІННИКІВ У ТЕХНОЛОГІЇ БОРОШНЯНИХ
КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

Малтабар Марія

Полтавський університет економіки і торгівлі 153

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА
ЗАСАДАХ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ

Кізима Олеся

Львівський торговельно-економічний університет..... 157

РОЛЬ ВЕЛИКИХ ДАНИХ (BIG DATA) В АНАЛІЗІ ЕКОНОМІЧНИХ
ПРОЦЕСІВ

Карп'юк Денис

*Хмельницький кооперативний фаховий коледж Хмельницького кооперативного
торговельно-економічного інституту 163*

ВИКОРИСТАННЯ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕ-
КИ ТА ПРОЗОРОСТІ ТРАНЗАКЦІЙ В КООПЕРАТИВНИХ СИСТЕМАХ

Скабара Дмитро

Львівський кооперативний фаховий коледж економіки і права..... 167

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ В ДІЯЛЬНІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВА

Пархоменко Богдан

Вінницький кооперативний інститут 172

КООПЕРАТИВНА СИНЕРГІЯ КОГНІТИВНОГО КАПІТАЛУ НООЕКОНОМІКИ: СОЦІОКУЛЬТУРНО-ІНСТИТУЦІЙНИЙ ПІДХІД <i>Васильків Вікторія</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет.....</i>	175
ЗАСТОСУВАННЯ ІІІ У МАСШТАБАХ ВЕЛИКОГО БІЗНЕСУ <i>Вікторія Крутигорова</i> <i>Кіровоградський кооперативний фаховий коледж економіки і права</i> <i>імені М. П. Сая.....</i>	179
ВИКОРИСТАННЯ МІКРОСЕРВІСНОЇ АРХІТЕКТУРИ ПРИ РОЗРОБЦІ ДОДАТКУ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБРОБКИ БІРЖОВИХ КОТИРУВАНЬ <i>Остапшин Артур</i> <i>Львівський торговельно-економічний університет.....</i>	184
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМІЦНЕННЯ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ <i>Гінцар Максим</i> <i>Кіровоградський кооперативний фаховий коледж економіки і права</i> <i>імені М. П. Сая.....</i>	187
АНТИМОНОПОЛЬНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВІВ: УКРАЇНСЬКИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД <i>Ченцов Андрій</i> <i>Житомирський кооперативний фаховий коледж бізнесу і права.....</i>	190
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПРАВОВОЇ СФЕРИ: ПЕРЕВАГИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ВИКЛИКІВ <i>Танасой Інна</i> <i>Чернівецький кооперативний фаховий коледж економіки і права</i>	194
АДАПТАЦІЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ДО СТАНДАРТІВ ЄС У СФЕРІ КІБЕРБЕЗПЕКИ ТА ЗАХИСТУ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ <i>Савіна Кіра</i> <i>Вінницький кооперативний інститут</i>	198
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ В КООПЕРАЦІЇ ОДЕЩИНИ <i>Попроцька Світлана</i> <i>Білгород-Дністровського економіко-правового фахового коледжу Полтавського</i> <i>університету економіки і торгівлі</i>	201

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ

Корнілова Альбіна

Полтавський університет економіки і торгівлі206

МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ
У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ УКООПСІЛКИ

Писаренко Вікторія

Полтавський університет економіки і торгівлі211

ЗАСТОСУВАННЯ TELEGRAM БОТУ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

Фаркаш Себастьян

Чернівецький кооперативний фаховий коледж економіки і права213

АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ
КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ

Котуха Анастасія

Львівський торговельно-економічний університет.....217

ЗЕЛЕНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ

Ланиця Олена

Львівський торговельно-економічний університет.....221

ЗЕЛЕНІ ІННОВАЦІЇ В УКРАЇНІ ЯК СТРАТЕГІЯ СТАЛОГО
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Питель Вікторія

Львівський кооперативний фаховий коледж економіки і права.....225

ЕКОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ РІВНЕНЩИНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ:
ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

Натальченко Анастасія

Рівненський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж.....229

Навчальне видання
***«Європейська інтеграція України та
інновації в національній економіці:
роль кооперації в умовах сучасних викликів»***
Збірник тез доповідей

Матеріали конференції подано без скорочень в авторській редакції

Підготовлено до друку Навчально-методичним центром «Укоопосвіта»

Оригінал-макет *ТУРСЬКИЙ Віталій*

*Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу
Навчально-методичного центру «Укоопосвіта» заборонено*

Підп. до друку 08.05.2025 Обл.-вид. арк. 15,00
Наклад ЕВ

НМЦ «Укоопосвіта», 2025
01001 м. Київ, вул. Хрещатик, 7/11