

Міністерство освіти і науки України  
Херсонський державний університет  
Херсонський національний технічний університет  
Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана  
Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна  
Івано-Франківський національний технічний  
університет нафти і газу  
Чорноморський національний університет ім. П. Могили  
Уманський національний університет садівництва  
Вища школа туризму і екології в Сухій Бескидській, м. Суха-Бескидська (Польща)  
Університет Менделя в Брно (MENDELU) (Чехія)  
Університет «1 December» din Alba Iulia (Румунія)



## **МАТЕРІАЛИ**

**Міжнародної науково-практичної конференції**

**«СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ,  
СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ПРАВА В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ  
ПРОЦЕСІВ»**

**17-18 листопада 2021 року  
м. Херсон**

УДК 332.135(477)

С 83

*Затверджено відповідно до рішення вченої ради  
Херсонського державного університету  
(протокол від 20.12.2021 р. № 8)*

**Голова редакційної колегії:**

**Соловійов А.І.** – д.е.н., професор, декан факультету бізнесу і права ХДУ

**Члени редакційної колегії:**

**Тюхтенко Н.А.** – д.е.н., професор, професор кафедри економіки, менеджменту та адміністрування ХДУ, заслужений працівник освіти України, Академік Академії економічних наук України;

**Стратонов В.М.** – д.ю.н., професор, професор кафедри національного, міжнародного права та правоохоронної діяльності ХДУ, заслужений юрист України, почесний член спілки "Союз юристів", керівник Південно-регіонального центру "Конгрес криміналістів";

**Ушкаренко Ю.В.** – д.е.н., професор, завідувачка кафедри економіки, менеджменту та адміністрування ХДУ;

**Мохненко А.С.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, обліку та підприємництва ХДУ;

**Орленко О.В.** – д.е.н., професор, завідувачка кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ХДУ;

**Гавловська А.О.** – к.ю.н., доцент, в.о. завідувачки кафедри національного, міжнародного права та правоохоронної діяльності ХДУ;

**Шашкова Н.І.** – д.е.н., доцент, професор кафедри економіки, менеджменту та адміністрування ХДУ, головний редактор наукового фахового видання «Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»;

**Савіна Г.Г.** – д.е.н., професор, проректор із наукової роботи Херсонського національного технічного університету (м. Херсон);

**Гарафонов О.І.** – д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту КНЕУ ім. В. Гетьмана (м. Київ);

**Кузнецов Е.А.** – д.е.н., професор, завідувач кафедрою менеджменту та інновацій ОНУ ім. І.І. Мечникова (м. Одеса);

**Бабенко В.О.** – д.е.н., професор, професор кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (м. Харків);

**Січко Д.С.** – к.ю.н., доцент, декан юридичного факультету Чорноморського національного університету ім. П. Могили;

**Перевозова І.В.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу (м. Івано-Франківськ);

**Транченко Л.В.** – д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи (м. Умань);

**Dr. Bartłomiej Walas** – Professor, Dean of the Faculty of Tourism and Recreation (Poland);

**Andreea Muntean** – Professor, Vice-principal of University «1 December» din Alba Iulia (Romania)

**Topor Ioan Dan** – Professor, Dean of the Faculty of Economics (Romania)

**Natalija Vesela** – Mendel University in Brno (MENDELU) (Czech Republic);

**Укладач:**

**Казакова Т.С.** – к.е.н., доцент кафедри економіки, менеджменту та адміністрування ХДУ.

**С 83** **Стратегічні пріоритети розвитку економіки, менеджменту, сфери обслуговування та права в умовах інтеграційних процесів** : збірник наукових праць за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції, Херсон, 17-18 листопада 2021 р. / Упоряд. Т. Казакова. – Херсон, книжкове вид-во ФОП Вишемирський В.С., 2021. – 339 с.

**ISBN 978-617-7941-59-9 (електронне видання)**

У збірнику містяться матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні пріоритети розвитку економіки, менеджменту, сфери обслуговування та права в умовах інтеграційних процесів». Для наукових працівників, викладачів, студентів, працівників фінансово-кредитних установ, державних службовців та підприємницьких структур.

За додержання норм авторського права, достовірність наведених фактичних даних, посилань на джерела, імена та назви несе відповідальність автор матеріалів

УДК 332.135(477)

ISBN 978-617-7941-59-9 (електронне видання)

©ХДУ, 2021

© ФОП Вишемирський В.С., 2021

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1. ФІНАНСИ, ОБЛІК ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО

<b>Болотова О.</b>	
Аналіз ринку послуг в Україні.....	11
<b>Гуменюк В.</b>	
Аналіз сутності поняття «ОФШОРНА ЗОНА».....	13
<b>Дєброва О.</b>	
Аналіз прямих іноземних інвестицій з країн ЄС.....	17
<b>Ковальов В., Федорчук О.</b>	
Модель SCP «Структура - ведення операцій – функціонування» у визначенні поведінки суб'єкта господарювання.....	19
<b>Крапівнікова А.</b>	
Вплив пандемії на оподаткування підприємств малого та середнього бізнесу: міжнародний досвід.....	21
<b>Мельникова К., Мельников В.</b>	
Основні чинники впливу на якість життя населення України.....	26
<b>Мохненко А., Антонов Р.</b>	
Економічна сутність конкурентоспроможності підприємства.....	28
<b>Сорокіна А.</b>	
Перспективи розвитку кондитерської галузі України.....	30
<b>Стасенко С.</b>	
Основи міжнародних стандартів з обліку основних засобів.....	33
<b>Холодняк В.</b>	
Податкова політика.....	35

### СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

<b>Avilova O.</b>	
Criteria for evaluation of time management.....	37
<b>Білоус А., Гарафонова О.</b>	
Особливості здійснення ефективного менеджменту в умовах карантину та розповсюдження COVID-19.....	39
<b>Гуріна А.</b>	
Аналіз капітальних інвестицій у регіонах України.....	42
<b>Дубровна М.</b>	

Комунікативний менеджмент: основні елементи та характеристика.....	45
<b>Дягилева О., Журавльова О., Сокур І.</b>	
Принципові основи оцінювання ефективності менеджменту персоналу підприємств.....	47
<b>Євтухова С., Андрущенко К.</b>	
Стратегічне управління складовими інвестиційного потенціалу підприємства.....	50
<b>Євтухова С., Козловець Д.</b>	
Стратегічні пріоритети управління Бехтерської об'єднаної територіальної громади.....	53
<b>Євтухова С., Ніколаєнко Е.</b>	
Стратегічний розвиток Херсонської міської територіальної громади....	56
<b>Kazakova T., Do Tung K.</b>	
Creative style of enterprise personnel management in modern conditions....	59
<b>Kamburova J.</b>	
Features of an effective innovative activity in credit cooperation.....	63
<b>Karimov D.</b>	
Socio-economic aspects of objective system formation in administrative management.....	65
<b>Колібабчук М.</b>	
Міграційна криза в східній Європі: наслідки для України.....	69
<b>Копитко Є.</b>	
Підходи до тлумачення поняття «Експортний потенціал».....	70
<b>Криворучко К.</b>	
Особливості управління міжнародними брендами в транснаціональних компаніях.....	73
<b>Крупський С.</b>	
Аналіз експорту у системі зовнішньої торгівлі України .....	77
<b>Кузнєцов Е.</b>	
Інтегральність управлінського капіталу в умовах технологічної сингулярності.....	81
<b>Лазор О., Лапшин С., Гуменюк Л.</b>	
Оцінювання цілей стратегічного планування за допомогою SWOT-аналізу.....	84
<b>Лук'янова Д.</b>	
Управління розвитком системи мерчандайзингу на підприємстві роздрібної торгівлі.....	87
<b>Макаренко С., Аннаєв Б.</b>	
Сучасні проблеми впровадження інновацій на вітчизняних підприємствах.....	91
<b>Osadchiy O.</b>	
Innovative fundamentals of agricultural production development in the globalization conditions.....	93
<b>Осипенко Н.</b>	

Корпоративна культура як основна складова функціонування внутрішнього маркетингу ІТ-компаній.....	95
<b>Петренко В., Карнаушенко А.</b>	
Сучасний стан корпоративної культури в світі.....	98
<b>Печенєва В.</b>	
Розробка маркетингової стратегії на підприємстві.....	101
<b>Ромомаєва Д.</b>	
Problems of advertising management in Ukraine.....	103
<b>Прохоренко Я.</b>	
Аналіз кількості підприємств в Херсонській області.....	106
<b>Пшонько Л.</b>	
Сутність дефініції «Безробіття».....	109
<b>Рудь Б., Хвастунов Н., Гарафонова О.</b>	
Коуч-менеджмент, як інструмент вдосконалення сучасного бізнесу....	111
<b>Савін С., Семенченко К., Анікін Г.</b>	
Аналіз методичних підходів до оцінювання економічних результатів діяльності підприємств.....	115
<b>Савіна Г., Душейко Ю., Антош Н.</b>	
Ірраціональна поведінка споживачів.....	118
<b>Семенюк А.</b>	
Особливості маркетингового тестування нових товарів.....	121
<b>Serdyuk O., Tyukhtenko N.</b>	
The necessity of ‘cultural diversity’ concept adaptation in maritime sector through the prism of digitalization.....	124
<b>Сереженкова О., Чмут А.</b>	
Сутність та значення поняття «Інформаційна економіка».....	126
<b>Syrota V.</b>	
The main problems of public relations regulation under digital economy conditions.....	129
<b>Склезь Ф.</b>	131
Впровадження ефективної системи мотивації менеджерів з продажу....	
<b>Soloviov A.I</b>	
Innovative agricultural production management based on information resources.....	134
<b>Soloviov N.</b>	
Analysis of application possibilities of project management methods for strategic planning of enterprises.....	136
<b>Sebastian Stępień,</b>	
The role of small-scale farms in the sustainable development of rural areas from the perspective of agricultural producer. evidence from Poland, Romania and Lithuania.....	138
<b>Tkalenko N., Diatlov H.</b>	
Public management of innovative processes.....	141

<b>Тюхтенко Н.</b> Людський розвиток: сучасні виклики в контексті світових тенденцій....	<b>143</b>
<b>Ushkarenko I., Chmut A., Soloviov N.</b> Influence of creative human capital on the level of socio-economic development of regions.....	<b>145</b>
<b>Ushkarenko I.</b> Effective development of credit cooperation.....	<b>148</b>
<b>Федоров А.</b> Актуальні комунікаційні напрямки просування продукції роздрібних магазинів.....	<b>151</b>
<b>Fohel P.</b> Economic efficiency of marketing service implementation.....	<b>154</b>
<b>Чмут А., Горбенко С.</b> Особливості функціонування ринку безалкогольних напоїв України....	<b>156</b>
<b>Чмут А., Жуган Д.</b> Аналіз стану зовнішньої торгівлі України.....	<b>158</b>
<b>Шацило Є.</b> Сутнісні проблеми управління закладами первинної медико-санітарної допомоги в Україні.....	<b>161</b>
<b>Шашкова Н.</b> Внутрішній маркетинг в системі управління конкурентоспроможністю підприємства.....	<b>164</b>
<b>Шевкун Д., Чмут А.</b> Аналіз показників заробітної плати в Херсонській області.....	<b>166</b>
<b>Шершень Д.</b> Маркетинг взаємовідносин в системі стратегічних задач підприємства..	<b>169</b>
<b>Шликов Є.</b> Аналізування споживацьких переваг на ринку продажу автомобілів.....	<b>171</b>
<b>Shmat A.</b> The impact of tax benefits on production in Ukraine: experience of implementation of the accelerated depreciation policy.....	<b>174</b>

### **СЕКЦІЯ 3. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

<b>Бурак В., Івахненко А.</b> Фудпейрінг як інноваційний напрям в індустрії гостинності.....	<b>178</b>
<b>Бурак В., Назаренко І.</b> Моноконцепція – новий тренд у громадському харчуванні.....	<b>181</b>

<b>Бурак В., Осадчий О.</b>	
Сучасні тренди технологій і технічного оснащення підприємств громадського харчуванні.....	184
<b>Burak V.</b>	
Professional training of future hospitality professionals.....	187
<b>Куриля А.</b>	
Система безпеки НАССР як необхідна умова функціонування сучасного закладу ресторанного господарства.....	189
<b>Литвиненко Ю.</b>	
Сучасні підходи до якості і безпеки харчових продуктів та послуг в індустрії гостинності.....	192
<b>Літвінова М.</b>	
Нові тенденції кавової справи та зміна смаків споживачів.....	195
<b>Орленко О.</b>	
Цифровізація індустрії гостинності: тенденції та перспективи.....	198
<b>Павлик І.</b>	
Гастрономічний тур до Грузії.....	201
<b>Руптанов А.</b>	
Стан сфери обслуговування в Україні. Перспективи стратегічного розвитку.....	203
<b>Яковенко А.</b>	
Особливості роботи готельних закладів в умовах пандемії.....	206
<b>Ярошенко Н., Зелінська Є.</b>	
Сукупність методів і засобів удосконалення технології напоїв спеціального дитячого споживання.....	208
<b>Ярошенко Н.</b>	
Перспективи формування розвитку оздоровчого харчування в Україні.....	210

#### **СЕКЦІЯ 4. РОЗВИТОК СТАЛОГО ТУРИЗМУ ТА СУЧАСНІ ТУРИСТИЧНІ ТРЕНДИ**

<b>Бурак В.</b>	
Організація діяльності надання послуг підприємствами харчування у туризмі.....	215
<b>Beata Jeżyńska, Radosław Pastuszko</b>	
Land grabbing and EU law.....	218
<b>Макієнко О., Момот-Волчецька О.</b>	
Особливості брендингу туристичних DESTИНАЦІЙ.....	220
<b>Морохович В., Харачко Є.</b>	
Організація рекламної діяльності підприємства готельного бізнесу.....	225

<b>Опанасець А.</b>	<b>228</b>
Стан розвитку гастрономічного туризму в Україні.....	
<b>Осипова О., Яровий В.</b>	
Проектування аудіогіда «Херсонська фортеця».....	<b>231</b>
<b>Шмулевич П., Компанієць А.</b>	
Фестиваль як особлива форма організації подієвого туризму в регіоні...	<b>236</b>
<b>Ямаєв І.</b>	
Сутність дефініції «Туризм».....	<b>239</b>

## **СЕКЦІЯ 5.ІННОВАЦІЇ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ТА СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ**

<b>Мазуренко О.</b>	
Особливості формування особистості в учнівському колективі закладу професійної освіти.....	<b>243</b>
<b>Полуцька В.</b>	
Педагогічна інноватика як основа для формування фахівців у закладах вищої освіти.....	<b>246</b>
<b>Толочко С.</b>	
Аксіологічні аспекти екологічної компетентності школярів.....	<b>249</b>

## **СЕКЦІЯ 6. РЕФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

<b>Бардашевська Л.</b>	
Наука кримінального права України: стан та перспективи розвитку.....	<b>253</b>
<b>Бень В.</b>	
Політика добровільного об'єднання територіальних громад.....	<b>256</b>
<b>Василенко В.</b>	
Інститут референдуму в Україні та світі.....	<b>259</b>
<b>Великий В.</b>	
Внутрішня психологічна культура співробітника поліції.....	<b>263</b>
<b>Гавловська А., Дяченко Н.</b>	
Жінка як об'єкт злочинного посягання.....	<b>267</b>
<b>Газукін М.</b>	
Перспективи удосконалення інституту співучасті з урахуванням досвіду країн ЄС.....	<b>269</b>
<b>Галаган О., Литвинова К.</b>	
The institute of unknown absence: comparative legal analysis.....	<b>271</b>



<b>Gintaras Jasaitis</b>	<b>274</b>
Prosecutor general's office of the republic of Lithuania.....	
<b>Гуліч Ю., Мальченко О.</b>	
Угода про асоціацію між Україною та ЄС. Недоліки та переваги.....	<b>279</b>
<b>Дурман М., Жмак А.</b>	<b>282</b>
Методи переконання і примусу як інструменти зменшення корупційних ризиків в Україні.....	
<b>Дурман О., Цилюрник Є.</b>	
Перспективи використання соціальних інструментів для підвищення ефективності діяльності підприємств туристичної галузі.....	<b>285</b>
<b>Журавська А.</b>	
Проблема гендерної та національної дискримінації ромів в Україні.....	<b>288</b>
<b>Задорожня О., Задорожня Н., Шперун Х.</b>	
Загальна характеристика основних концепцій конституціоналізму.....	<b>291</b>
<b>Камуз П.</b>	
Євроінтеграційні процеси як важіль для реформування законодавства України.....	<b>294</b>
<b>Kaparulin Y.</b>	
The crime of genocide: normative enshrining in Ukrainian law.....	<b>297</b>
<b>Кісіляк Д.</b>	
До проблем та перспектив реалізації антикорупційної реформи в Україні.....	<b>300</b>
<b>Ковальова С.</b>	
Політична система як теоретико-правовий концепт: українська та зарубіжна інтерпретації.....	<b>304</b>
<b>Лагодинська Є.</b>	
Поняття та зміст виборчого процесу України.....	<b>306</b>
<b>Маковій В.</b>	
Право на справедливий суд: поширене тлумачення предметної юрисдикції (за матеріалами судової практики).....	<b>310</b>
<b>Медведська В.</b>	
Співвідношення насильства в сім'ї та домашнього насильства.....	<b>313</b>
<b>Піскун Н.</b>	
Примирення з потерпілим у механізмі кримінально – правового регулювання.....	<b>316</b>
<b>Ракова Ю.</b>	
Відповідальність за незаконну торгівлю людьми на прикладі пострадянських країн.....	<b>320</b>
<b>Репетюк І.</b>	
Процесуальні особливості встановлення осіб, які мають підвищений злочинний вплив.....	<b>324</b>

<b>Русалович М.</b>	
Проблемні аспекти кваліфікації кримінального правопорушення: незаконне збагачення.....	<b>327</b>
<b>Скребовська С.</b>	
Правовий механізм позбавлення батьківських прав в Україні.....	<b>330</b>
<b>Тищенко Т.</b>	
Працівники правоохоронних органів, як спеціальний суб'єкт кримінального правопорушення.....	<b>332</b>
<b>Федак І.</b>	
Криміналістична характеристика злочинів пов'язаних з комп'ютерною технікою та інформаційними системами.....	<b>335</b>

## **СЕКЦІЯ 1. ФІНАНСИ, ОБЛІК ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО**

**Болотова О.**

здобувач вищої освіти,

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Чмут А.В.

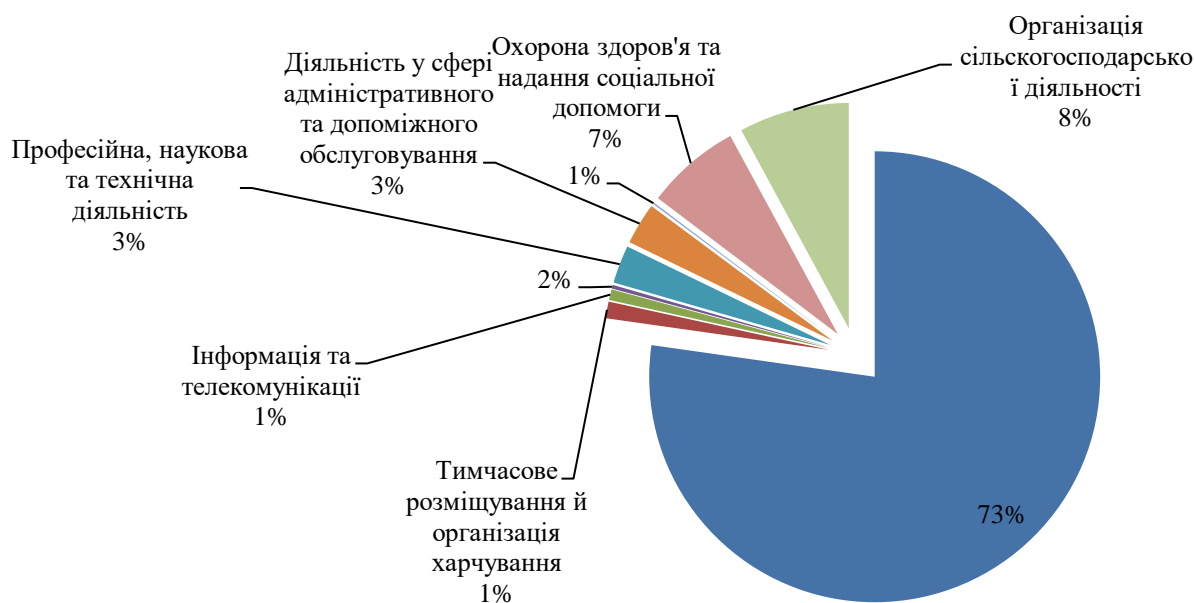
### **АНАЛІЗ РИНКУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

В сучасних реаліях сфера послуг є найважливішим сектором економіки розвинутих країн світу, що захоплює все більш стійкі позиції на світовому ринку. Для більшості країн з ринковою економікою характерними є певні тенденції збільшення обсягів виробництва для надання послуг, нарощування доходів від сервісної сфери діяльності, а також зростання зайнятості в цій сфері, загострення конкурентоспроможності на ринку, збільшення експорту та імпорту послуг. На сьогоднішній день, звертаючи увагу на потреби споживачів роль сфери послуг набирає все більші оберти у світовому господарстві. Зростає також і діапазон запропонованих послуг та зайнятість у цій частині економіки і в нашій країні. Актуальність всебічного дослідження ринку послуг пояснюється його різносторонністю та суспільною значущістю. Необхідність знаходження рушійних тенденцій та закономірностей розвитку сфери послуг із кінцевим наміром щодо покращення її конкурентних переваг в економіці зумовлює актуальність цієї роботи. Потреби сучасного споживача стають більш вимогливими до якості послуг, ніж у минулому. Тож сьогодні роль споживача, його погляди та бажання мають значний вплив на ринок послуг, а також на економіку загалом. Для того, щоб проаналізувати ринок послуг в Україні, в першу чергу потрібно оцінити показник ВВП країни.

ВВП – є макроекономічним показником, що оцінює ринкову вартість всіх кінцевих товарів і послуг, випущених за рік у всіх секторах економіки на

території держави для споживачів, а також для експорту та накопичення у державі, незалежно від національної приналежності застосованих факторів виробництва [1].

Станом на 2020 рік ВВП України становив 4,19 трлн грн, на 4,0% менше, ніж за 2019 рік. Показник ВВП грає важливу роль під час аналізу економіки країни в цілому. Для того, щоб надати оцінку ринку послуг України станом на 2021 рік, потрібно проаналізувати обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери послуг за видами економічної діяльності, який представлений на рис. 1



**Рис. 1 Обсяг реалізованих послуг підприємствами сфери послуг України станом на 2021 рік [ 2 ]**

За даними рис. 1 можна дійти висновку, що на Українському ринку послуг найвагомішу роль відіграють послуги в сфері транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності. Послуги в сільськогосподарській сфері посідають друге місце за об'ємом наданих. На третьому місці за об'ємом надання послуг в Україні є сфера охорони здоров'я та надання соціальної допомоги. Четверте місце за кількістю наданих послуг займають наступні послуги : професійна, наукова та технічна діяльності, а також діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування.

Важливо підкресли, що позитивні рейтинги майбутньому також буде мати сфера інформації та телекомунікаційних послуг. Слід зазначити, що дана галузь характеризується великою ємністю ринку, оскільки має на меті задоволення потреб майже кожного громадянина; існує стійка тенденція до посилення напрямку Інтернет-комунікацій з одночасним скороченням кількості абонентів мобільного зв'язку [3]. Найменшими з реалізованих послуг є організація харчування та операції з нерухомим майном.

Підводячи підсумки можна сказати, що розвиток ринку послуг може надати додатковий поштовх загальному розвитку української економіки в майбутньому. Для цього необхідно надавати більше переваг тим сферам, де ми маємо найбільш сильніші сторони, ціллю якого буде створення підґрунтя для покращення реалізації ринку послуг, задля подальшого посилення конкурентоспроможності Українських послуг на міжнародних ринках.

### **Список використаних джерел**

1. Міжнародна економіка. Г.Е. Гронтковська, О.І. Ряба : Навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2014. 384 с.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Чмут А.В. Розвиток малого і середнього бізнесу в країнах Європейського союзу / А.Чмут, В. Грицина //Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції: Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку (Херсон 25-26 квітня 2019 р). – Херсон: ХНТУ, 2019. – С.512-513.

**Гуменюк В.**  
здобувач 4 курсу факультету бізнесу і права,  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професор Ушкаренко Ю.В.*

### **АНАЛІЗ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «ОФШОРНА ЗОНА»**

На сучасному етапі розвитку світової економіки одним із найбільш ефективних механізмів оптимізації оподаткування є використання офшорних компаній. В даний час схеми діяльності з використанням офшорних зон широко застосовуються в сучасній економіці, а використання офшорного механізму набуло масштабів світового явища [2].

Актуальність вивчення цього питання викликана тим, що офшорний бізнес у світі набув глобальних масштабів, одним він допомагає відкрити нове підприємство, іншим – уникнути великих податкових виплат, а третім – зберегти в таємниці учасників своєї організації. Зважаючи на посилення інтересу до офшорів, зростає і їх значення, також це зумовлено тим, що в сучасному суспільстві, як у політиці, так і середовищі бізнесу, відсутнє однозначне розуміння терміну «офшор» (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Визначення поняття «офшорна зона» з позиції різних авторів**

Автор	Визначення
О. Андрюшкевич [1, 2]	Офшорна зона – обмежена частина національно-державної території, на якій діють особливі пільгові економічні умови для іноземних та національних підприємств (пільги митного, орендного, податкового, візового, трудового режиму тощо), що створює умови для розвитку промисловості та інвестування іноземного капіталу.
Дорофєєва Н.А [3]	Головна риса офшорної зони – це звільнення нерезидентів, які ведуть діяльність на даній території, від податків або надання їм податкових пільг.
А.В. Білицька [3]	Офшорні зони є різновидами зон з певним режимом території та здійснення підприємницької діяльності
Ковальов І.Д. [5]	Під офшорною зоною, або офшорною юрисдикцією, розуміється територія, в якій законодавчо визначено статус офшорних фірм та норми, відповідно до яких здійснюються фінансово-економічні операції офшорного типу.

Захаров А. С. та Чекалін А. С. [2]	Офшорна зона – держава або її частина, в межах якої для компаній-нерезидентів визначається особливий режим реєстрації та діяльності.
І. Сіваченко [3]	Офшорні зони – територія держави, на якій законодавчо передбачено часткове або повне звільнення від податків та спрощений режим діяльності для компаній, зареєстрованих на цій території, але які ведуть господарську діяльність за її межами.
О. Корнєєва [4]	Офшорна зона – частина території держави, де діє безподатковий режим.
З.Варналій, Ю. Волкова [5]	Офшорні зони - територія держави, на якій законодавчо передбачено часткове чи повне звільнення від податків та спрощений режим діяльності для компаній, зареєстрованих на цій території, але які ведуть господарську діяльність.

Джерело: складено автором на основі [1,2,3,4,5].

Для більш докладного аналізу кожного з цих понять ми їх розділили на три категорії: суть, зміст і результат. О. Андрюшкевич вважає, що офшорна зона – обмежена частина національно-державної території, на якій діють особливі пільгові економічні умови для іноземних та національних підприємств (пільги митного, орендного, податкового, візового, трудового режиму тощо), що створює умови для розвитку промисловості та інвестування іноземного капіталу. Беручи до уваги цитування Н. Дорофєєвої, що головна риса офшорної зони – це звільнення нерезидентів, які ведуть діяльність на даній території, від податків або надання їм податкових пільг. Тим часом А. Захаров та А. Чекалін дали визначення цьому поняттю, як офшорна зона – держава або її частина, в межах якої для компаній-нерезидентів визначається особливий режим реєстрації та діяльності, коли І. Сіваченко допустила своє значення щодо офшорної зони, а саме – територія держави, на якій законодавчо передбачено часткове або повне звільнення від податків та спрощений режим діяльності для компаній, зареєстрованих на цій території, але які ведуть господарську діяльність за її межами. Схоже поняття дає також О. Корнєєва, офшорна зона – частина території держави, де діє безподатковий

режим. З. Варналій, Ю. Волкова також схильні до теорії щодо офшорної зони, тобто територія держави, на якій законодавчо передбачено часткове чи повне звільнення від податків та спрощений режим діяльності для компаній, зареєстрованих на цій території, але які ведуть господарську діяльність.

Розглядаючи зміст явища ми бачимо, що усі автори приходять до одного й того ж самого визначення, тобто поняття офшорна зона – це територія на якій більш комфортні умови для введення бізнесу та уникання великих податків на користь компанії. Аналіз визначень з позиції поділу на три складові: зміст явища, суть явища, результат явища показав, що не всі аналізовані нами поняття мають таку структуру. Більшість з них не містить результату. Тому найбільш змістовним, на нашу думку, є визначення авторів І. Сіваченко, З.Варналій, Ю. Волкова та О. Андрюшкевич.

Враховуючи усе вище сказане можна дійти висновку, що офшорні зони – це територія або країна, на якій найвигідніше уникати податків та затрат в грошовому еквіваленті.

### Список використаних джерел

1. Андрюшкевич О.А., Денисова І.М. Зарубіжний досвід формування спеціальних економічних зон: преп. № WP/2008/237. К: ЦЕМІ РАН, 2008. 61 с.
2. Урядовий портал. Русло податкових перетворень [ULR: <http://www.kmu.gov.ua>
3. All Countries and Economies. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TOTL.ZS?view=map&year=2018>
4. Офіційний сайт аналітичного центру Capital Economics. ULR: <http://www.CapitalEconomics.com>.
5. Волкова Ю. О. Розвиток офшорних центрів у системі міжнародного бізнесу. Формування ринкових відносин в Україні. 2010 . № 1. С. 43-48.



**Дєброва О.**

здобувач вищої освіти 4 курсу РВО «бакалавр»  
Херсонський державний університет

*Науковий керівник: д.е.н., професор Ушкаренко  
Ю.В.*

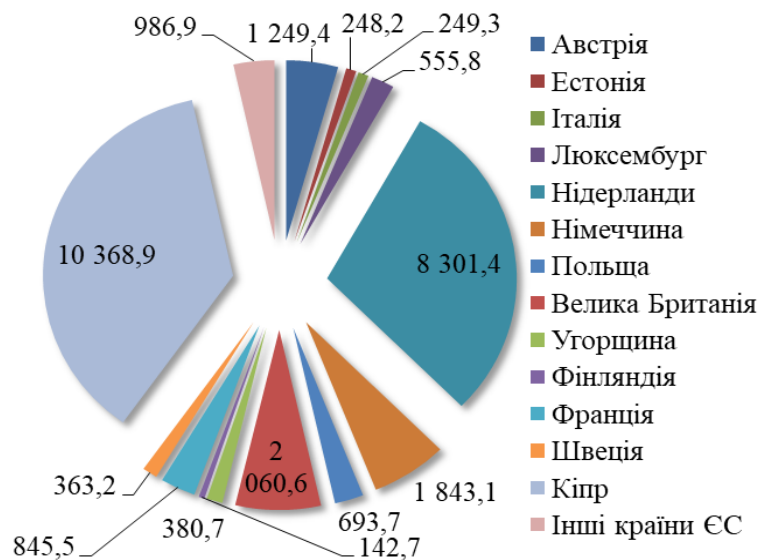
## **АНАЛІЗ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ З КРАЇН ЄС**

Одним із найбільш продуктивних процесів соціально-економічних видозмін зовнішньоекономічних зв'язків держави та її регіонів є активація інвестиційних механізмів, які відіграють важливу роль на механізми відтворення господарства загалом [1, с. 560].

Для української економіки важливу роль відіграють не внутрішні інвестиційні можливості, а зовнішні іноземні інвестиції. На сьогодні вони є тим ресурсом, який найсильніше може вплинути на зріст продуктивності функціонування українських фірм та організацій, а тому, розвитку певних міст та територій, підвищення соціальної безпеки населення [2, с. 23].

Інвестиції відіграють важливу роль у розвитку будь-якої країни, особливо в період економічної кризи. На жаль, економіка нашої країни не може забезпечити належний рівень інвестиційної активності. Інвестиції всередині країни сповільнюються через такі фактори, як: недостатній розвиток внутрішнього фондового ринку, недовіра з боку вітчизняних інвесторів, розшарування доходів населення [3].

На даному етапі економічного розвитку України інвестиції є одним із шляхів вирішення багатьох проблем: підвищення рівня економічного розвитку, підвищення якості економічної діяльності на різних рівнях. Тому важливим є вивчення впливу інвестицій, особливо іноземних, на економіку України. Окремі його складові представлені на рис. 1.



**Рис. 1.** Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) з економіки країн ЄС в економіці України у 2019 р., млн. дол. США

*Джерело: складено автором на основі [4].*

Як бачимо з матеріалу, представленого на рис. 1, найбільший обсяг прямих іноземних інвестицій 10 368,9 млн був залучений з Кіпру, що становить 36,6% від загального обсягу, який склав 28 289,4 млн. Друге місце належить Нідерландам з обсягом у 8 301,4 млн, що становить 29,34% від загальної кількості прямих інвестицій від всіх країн ЄС. Також значну частку надходжень було отримано від Великої Британії, а саме 2 060,6, що складає 7,28% від загального обсягу інвестиції. Крім того від Швеції країна одержала 1 843,1 млн, що становить 6,5% від суми всіх інвестицій з країн ЄС. Слід зазначити, що від Австрії також були досить масштабні вкладення, порівняно з багатьма державами. Показник становить 4,4% від загального обсягу інвестицій з країн ЄС. Залучення інших країн пропонуємо розглянути лише у відсотковому відношенні. Так, показник Естонії становив 0,87%, Італії – 0,88%, Люксембургу – 1,96%, Польщі – 2,45%, Угорщини – 1,34%, Фінляндії – 0,5%, Франції – 2,98%, Швеції – 1,28%, інші країни ЄС – 3,48%.

Таким чином ми можемо підсумувати, що найбільші обсяги прямих іноземних інвестицій за 2019 Україна отримала від таких країн як Нідерланди та Кіпр. Це може свідчити про високий рівень фінансового співробітництва у

сфері прямих інвестицій не тільки з цими країнами, а й про тісний фінансовий зв'язок з усім Європейським Союзом.

### Список використаних джерел

1. Кицюк І. В. Волинь в умовах демократичної трансформації (кінець ХХ – початок ХХІ століття) : кол. моногр.; за заг. ред. В. І. Бортнікова. Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2012. – 656 с.

2. Бойко В. Передумови залучення іноземних інвестицій у Волинській області. *Волинь очима молодих науковців: минуле, сучасне, майбутнє*: матеріали ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. аспірантів і студентів (16–17 квітня 2008 р.) у 2-х т. Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2008. Т. 2. С. 23–25.

3. Значення іноземних інвестицій для економіки України URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/276> (дата звернення 28.10.2021)

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). (дата звернення 29.10.2021)

**Ковальов В.**

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та підприємництва, Херсонський державний університет

**Федорчук О.**

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та підприємництва, Херсонський державний університет

### МОДЕЛЬ SCP «СТРУКТУРА - ВЕДЕННЯ ОПЕРАЦІЙ – ФУНКЦІОНУВАННЯ» У ВИЗНАЧЕННІ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Свою поведінку на ринку суб'єкт господарювання відзначає самостійно. Своє рішення він приймає виходячи з аналізу та оцінки як внутрішніх так і зовнішніх факторів. Існує велика кількість наукових теорій та шкіл які

займаються цією проблемою, а саме: неокласична теорія (теорія максимізації прибутку); біхевіористичні теорії; управлінські теорії; модель «структура - ведення операцій – функціонування» та інші.

Модель «структура-ведення операцій-функціонування» (SCP) з'явилася після дослідження підприємств у розрізі галузей економіки. Цією проблемою займалися Ф. Шерер, Дж. Бейн. Також вагомий внесок зробив М.Портер «модель п'яти сил».

Модель SCP відображає вплив галузі не тільки на поведінку суб'єкта господарювання але и на формування її цілей.

Структура моделі складається з трьох блоків: структура (кількість суб'єктів господарювання, ступінь концентрації та інші), ведення операцій (цінова політика, розробка та впровадження нової продукції, інвестування та інші), функціонування (прибутковість, вартість акцій, збільшення реалізації та інші).

М. Портер обґрунтував обставини конкурентних стратегій чи бізнес-стратегій. На початку була система п'яти рушійних сил конкуренції, а згодом був добавлений фактор державного регулювання.

Сьогодні початкове тлумачення моделі SCP зазнало змін. Це в першу чергу пов'язано з тим, що діяльність одного суб'єкта господарювання може вплинути на саму галузь.

Сучасне тлумачення моделі SCP має такий зміст. На структуру ринку (кількість покупців та продавців, структура витрат та інше), діяльність суб'єкта господарювання (цінова політика та інше), функціонування господарюючого суб'єкта (ефективність розподілу та використання усіх ресурсів) знаходяться під впливом попиту та пропозиції.

Виходячи із зазначеного поведінка суб'єкта господарювання за моделлю SCP залежить від структури галузі, а саме прибутку який може отримати суб'єкт господарювання, вартість акцій та яке економічне зростання яке може бути досягнуто суб'єктом.

## Список використаних джерел

1. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
2. Хорнбі У. Економіка для менеджерів: навч. посібник для вузів / У. Хорнбі, Б. Гемма, С. Уолл / пер. з англ. ; під ред. А. М. Нікітіна. - М. : ЮНИТИ, 1999. - 304 с.

**Крапівнікова А.**  
здобувачка 1 курсу  
другого (магістерського) рівня вищої освіти  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., доцентка кафедри фінансів, обліку та  
підприємництва Петренко В.С.*

## **ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ НА ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД**

Підприємства малого та середнього бізнесу відіграють важливу роль у світовій економіці, особливо в країнах, що розвиваються. За даними Міжнародної організації праці (МОП), у багатьох країнах понад 90% усіх підприємств належать до підприємств малого та середнього бізнесу, які зазвичай мають менше 250 співробітників, і велика частка з них може бути класифікована як мікрофірми з менш ніж десятьма працівниками. У той час як більшість компаній у всьому світі страждають від COVID-19, дані підприємства є особливо вразливими і їм може не вистачати грошей для підтримки бізнесу. Останні дані показують, що 58% активних підприємств малого та середнього бізнесу повідомили про скорочення продажів у порівнянні з тим же місяцем минулого року. Більше половини (51%) повідомили про падіння продажів більше ніж на 50%, і багато з них не вижили.

Влада вжила різноманітних заходів, щоб послабити тиск, створений пандемією. Вони включали відстрочення сплати податків або внесків на соціальне страхування, подовження термінів подання документів, зниження ставки, а також звільнення або скасування податкових платежів, відмову від сплати відсотків або штрафів за прострочення платежів та прискорення повернення коштів (рис.1).

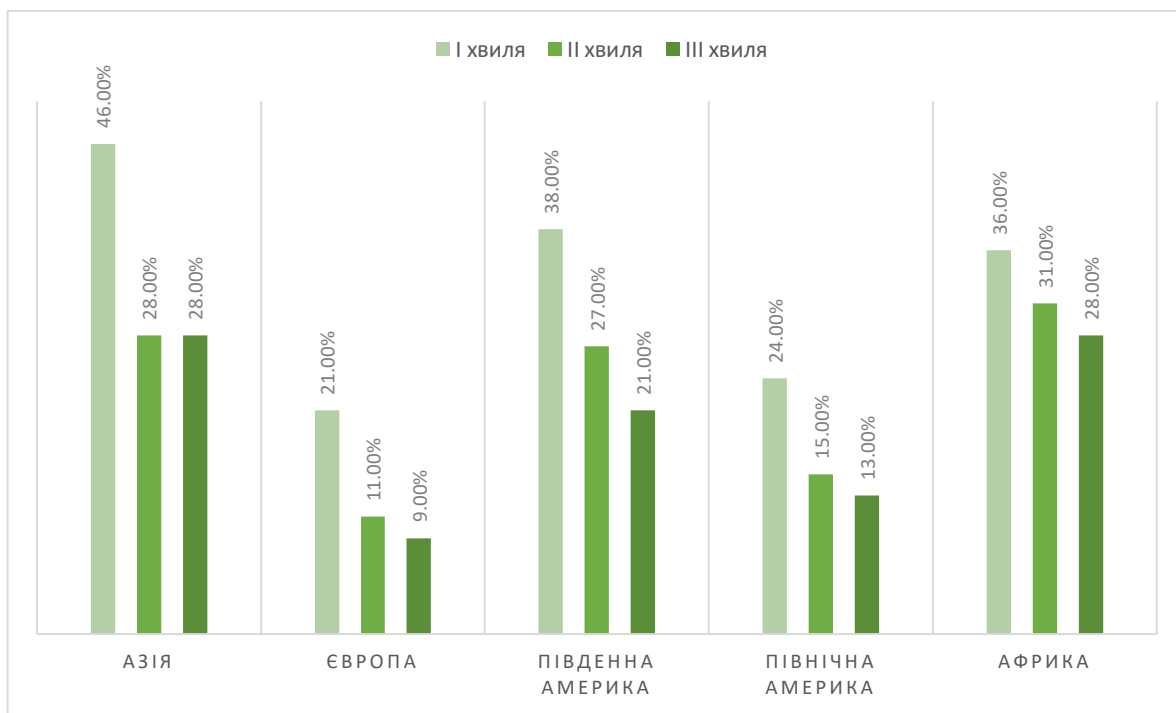


Рис.1 Зниження ставки податків під час I-III хвиль COVID-19 в світі

Хоча більшість заходів політики та оподаткування застосовні до підприємств будь-якого розміру, деякі з них спеціально націлені на підприємства малого та середнього бізнесу і можуть значно полегшити короткострокові проблеми з ліквідністю, а також зменшити навантаження на дотримання вимог. Наприклад, Південна Корея зменшила податок на прибуток підприємств для малих і середніх підприємств у визначених зонах стихійного лиха та зменшила податки на додану вартість (ПДВ) для малого бізнесу, підвищивши поріг реєстрації ПДВ. Угорщина прискорила відшкодування ПДВ для підприємств малого та середнього бізнесу, тому підприємства можуть очікувати відшкодування через 30 днів з моменту

подання замість 75 днів. У Новій Зеландії межу сплати попереднього податку було збільшено до 5000 новозеландських доларів, щоб зменшити тиск грошових потоків на малі фірми. З 5 березня по 22 квітня Італія запровадила 278 заходів, спрямованих на шість макросфер, включаючи податкові пільги та заходи фінансування для підтримки МСП та їх робочої сили.

Незважаючи на ці постійні зусилля, і хоча багато країн відновлюються, деякі з них стикаються з другою хвилею пандемії, і багато компаній продовжують боротися за прибуток і навіть можуть зіткнутися з ризиком неплатоспроможності. Дуже важливо стратегічно планувати як з точки зору податкової політики, так і з точки зору адміністрування податків, щоб допомогти компаніям відновитися, особливо підприємства малого та середнього бізнесу.

Багато урядів вжили рішучих політичних дій, щоб допомогти підприємствам малого та середнього бізнесу у довгостроковій перспективі. Чилі знизило ставку податку на прибуток підприємств з 25% до 12,5% для підприємств малого та середнього бізнесу на 2020, 2021 і 2022 фінансові роки. У Японії тягар податку на основні засоби та податку на планування міста на активи та бізнес-будинки, що амортизуються, було зменшено для даних підприємств до півтора або нуля за один рік податкового періоду 2021 року. Австралія продовжила субсидію на заробітну плату в розмірі 50% для малих підприємств, які мають право, до 31 березня 2021 року та розширила сферу цієї пільги, щоб включити більше середніх підприємств, які мають менше 200 співробітників.

Податкове адміністрування – це сфера, де є можливості для подальшої підтримки малого бізнесу. Наприклад, пандемія створила попит на електронне адміністрування. Прискорюючи доступність електронних послуг для платників податків, органи влади можуть інвестувати в інфраструктуру інформаційних технологій для подальшої автоматизації та розширення цифрових можливостей та можливостей управління ризиками. Крім того, багато країн опублікували поправки або нові положення до існуючих законів

та нормативних актів, спрямованих на підтримку малого та середнього бізнесу (наприклад, Екваторіальна Гвінея та Чилі), які вимагатимуть від урядів ефективного спілкування з підприємствами, щоб максимізувати переваги цих нових правил. Служба доходів Грузії надає допомогу через урядову гарячу лінію, яка була створена під час пандемії для вирішення всіх питань, пов'язаних з надзвичайним станом і новими правилами. Литва пропонує підтримку фізичним особам і підприємствам, які зазнали фінансових труднощів через COVID-19 — принцип «єдиного вікна» застосовувався до запитів, отриманих податковим органом або Радою Державного фонду соціального страхування (SODRA).

Податковий орган також може взяти на себе нові обов'язки для підтримки ширших дій уряду та допомоги у подоланні наслідків пандемії COVID-19. Уряд Ізраїлю надає субсидії для малого та середнього бізнесу для покриття фіксованих витрат, які не можна було заощадити, а Податкова служба Ізраїлю (ІТА) з самого початку брала участь у розробці політики та рішення на основі наявних даних, доступних в системах ІТА. Зокрема, модель ділить малі підприємства на три групи (на основі даних про оборот за 2019 рік) і встановлює «ключ розподілу» для визначення ставок компенсації для різних груп. Це зміцнило систему грантів та забезпечило її безперебійну реалізацію.

Оскільки податкові адміністрації мають доступ до даних про велику кількість платників податків, вони можуть обробляти та аналізувати статистичні дані, які можуть бути корисними при розробці цільових економічних заходів. У Португалії податкова адміністрація надає інформацію про платників податків іншим державним органам, щоб допомогти їм визначити платників податків, які мають право на субсидії. Це також допомагає іншим органам влади оцінити недохідність платників податків, щоб вони могли отримати вигоду від зниження орендної плати, якщо це необхідно. Співпраця в такий спосіб між різними державними органами та обмін внутрішньою інформацією може підтримати такі процеси. Однак варто зазначити, що податкова адміністрація повинна враховувати ризики, пов'язані



із захистом даних та конфіденційності, та консультуватися з відповідними органами захисту даних щодо обміну даними третіх сторін.

У той же час податкові органи також повинні постійно контролювати та аналізувати тривалий вплив кризи. В економіці спостерігається різке зниження податкових надходжень через уповільнення економічного зростання та податкову політику, таку як відстрочення платежів і зниження податкових ставок. У короткостроковій перспективі ця політика може допомогти підприємствам вирішити проблеми з грошовими потоками та вижити, але в середньостроковій та довгостроковій перспективі владі, можливо, доведеться ретельно підвищувати податкові надходження, щоб згладити відновлення та зміцнити стійкість економіки. Фокус може переміститися з надання підтримки на розбудову потенціалу для адаптації економіки до нових вимог після пандемії. Можливо, знадобиться переглянути поточну податкову структуру, змінити податкову політику та розширити цифрову податкову систему.

При належній підтримці підприємства малого та середнього бізнесу могли б значно прискорити економічне відновлення. Уряди можуть скористатися цією можливістю — і підтримати довгострокову фіскальну стійкість — за допомогою відповідних податкових ініціатив. Податкові органи, особливо в країнах, що розвиваються, де неформальний сектор є більшим, відіграють важливу роль в оцінці та моніторингу потреб і проблем підприємств малого та середнього бізнесу та наданні необхідної підтримки.

### **Список використаних джерел**

1. Rusnak, A., Karnaushenko, A. & Petrenko, V. (2018), “Legislative support of innovation activity in Ukraine: problems and ways to overcome them”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 10, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6574> (Accessed 05 Feb 2020). DOI: 10.32702/2307-2105-2018.10.2

2.Карнаушенко А.С., Петренко В.С. Активізація розвитку торговельної галузі України. Таврійський науковий вісник. Серія «Економіка». 2020. Вип. 1. С. 139–147.

3.Vdovenko, L., Skrypnyk, S., Fenenko, P., Havryliuk, V., Kovalov, V. (2020), “Discrete Process of Development and Effective Functioning of the Fiscal System of the Ukraine and EU Countries”, [Online], available at: <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/jarle11&div=162&id=&page=>. DOI: 10.14505/jarle.v11.4(50).42

**Мельникова К.**

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та підприємництва,  
Херсонський державний університет

**Мельников В.**

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти 2 року освітньої програми Фінанси, банківська справа та страхування,  
Херсонський державний університет

## **ОСНОВНІ ЧИННИКИ ВПЛИВУ НА ЯКІСТЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ**

Сталий розвиток економіки будь-якої країни не можливий без урахування рівня та якості життя населення.

Якість життя – це всі фактори життя населення – від фізичного здоров’я, доступність медичної допомоги, сім’ї, рівня та якості освіти, відчуття безпеки, свободи, якості навколишнього середовища до політичної стабільності, свободи пересування, якості відпочинку. Оцінювати якість життя населення можливо через широкий спектр потреб та інтересів [4].

Рівень життя – це ступінь задоволеності населення своїм матеріальним, духовним та соціальним становищем.

При виборі показників, що впливають на якість життя населення необхідно обирати різні сфери: «матеріальні умови життя, можливість праці

та самореалізації, забезпечення комфортних, безпечних і здорових умов життя, доступ до освіти, культурного розвитку тощо. Слід зауважити, що використовувані показники не завжди є прямими вимірниками якості життя (або складових), але залежать від загального стану. Водночас окремі показники мають опосередкований вплив на якість життя. Так, показники забезпеченості персональними комп'ютерами та ноутбуками, з одного боку, можуть розглядатися як складові матеріального благополуччя, а з іншого – як показники включення у трудову діяльність і соціальну активність, підвищення можливостей культурного розвитку та освіти» [4].

Набір таких показників може постійно змінюватися в залежності від політичної стабільності у країні, від наявності чи відсутності епідемій, від рівня злочинності та інших факторів впливу.

У часи пандемії COVID-19 суспільство зазнало значних змін, акценти та пріоритету задоволеності власним життям для багатьох людей змінилося кардинально. У таких умовах пропонуємо виділити основними чинниками, що впливають на якість життя населення наступні:

1. Доступність до робочого місця або можливість працювати дистанційно
2. Доступність медичних послуг
3. Зниження реального рівня доходів населення
4. Розшарування населення держави
5. Можливість відпочинку в середині країни та за її межами

### **Список використаних джерел**

1.Кравченко О. О. Аналіз рівня та якості життя населення України в умовах економічної та політичної нестабільності //Глобальні та національні проблеми економіки. – 2021. – С. 572-578.

2. Баранник Л. Б., Дулік Т. О., Александрюк Т. Ю. Фінансові імперативи якості життя населення в Україні в умовах інклюзивного економічного розвитку. – 2021.

3. Вергелюк Ю. Ю. Гендерно-орієнтоване бюджетування як складова у забезпеченні якості життя населення // Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. – 2021. – №. 7. – С. 11-19

4. Полякова О. Ю., Грипич О. В., Леванда О. М. Аналіз чинників впливу на якість життя населення України. – 2021.

**Мохненко А.**

професор кафедри фінансів, обліку та підприємництва

**Антонов Р.**

аспірант 1 курсу ОНП 051 "Економіка"

Херсонський державний університет

## **ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Ринкова економіка безпосередньо пов'язана із створенням сучасного конкурентного середовища в нашій країні. Ринок не може стабільно функціонувати без розвинутих форм сучасної конкуренції.

Дослідження конкурентоспроможності підприємств в сучасних умовах господарювання, будуть тоді ефективними, коли вони будуть ґрунтуватися на загальних економічних законах. Це обумовлює значну увагу закордонних економістів до такої економічної категорії, як конкуренція.

Теоретичний аналіз літературних джерел показує, що у сучасній і класичній економічній науці природа конкуренції трактується неоднозначно та відсутнє єдине визначення. З одного боку, її визначають як звичайний стан, прояв людського егоїзму, з іншого, вона зв'язується з економічними та соціальними стосунками, які базуються на приватній власності. На Рис 1. наведено визначення конкуренції видатними закордонними вченими та

Законом України "Про захист економічної конкуренції".

В сучасному секторі економіки питання конкурентоспроможності підприємств досліджені недостатньо. Підприємства недостатньо знають своїх конкурентів, як організовано їх бізнес, який товар вони пропонують, які в них слабкі і сильні сторони. Тому, в умовах реформ, коли значно змінюється кількість товаровиробників та гостро активізується боротьба між ними, підприємства повинні вміти вигравати цю боротьбу за рахунок знань щодо своєї конкурентоспроможності.

Адам Сміт	→	<i>Конкуренція</i> – це поведінкова категорія, коли індивідуальні продавці і покупці суперничають на ринку за більш вигідні умови продажу і купівлі. Конкуренцію пов'язана з чесним, без змови суперництвом, що ведеться між учасниками ринкового господарства за найбільш вигідні умови купівлі-продажу товару. При
Йозеф Шумпетер	→	<i>Конкуренція</i> – це суперництво старого з новим. Прибуток і доход підприємця розглядається, як результат динамічних змін в економіці внаслідок інноваційної діяльності. Під інноваціями мається на увазі впровадження нових технологій, нових товарів,
Майкл Портер	→	<i>Конкуренція</i> – динамічний процес, безперервно змінний ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси і нові
Френк Найт	→	<i>Конкуренція</i> – являє собою ситуацію, у якій конкурує велика кількість незалежно діючих виробників і покупців будь-якого конкретного товару, що дає волю кожному мати справу з тими чи іншими індивідуалами і
Фрідріх Гаск	→	<i>Конкуренція</i> – являє собою відкриваючу процедуру або процедуру відкриття. В умовах типової для реального ринку недостачі інформації спочатку однаково можуть оцінюватися кілька можливих ліній
Закон України "Про захист економічної конкуренції"	→	<i>Конкуренція</i> – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між

Рис. 1. Визначення поняття "конкуренція"

Джерело: сформовано авторами на основі [1, 4, 5, 6, 7, 8]

## Список використаних джерел

1. Гаєк Ф. Значення конкуренції / Ф.Гаєк, К.: 1988. 234с.
2. Мохненко А. Економічна сутність конкуренції і конкурентоспроможності / А.Мохненко / Таврійський науковий вісник – 2010. № 68. – С. 165-171.
3. Мохненко А.С. Управління конкурентоспроможністю підприємства на основі застосування системного підходу / А.С. Мохненко, О.М. Федорчук, О.І. Протосвіцька / Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту – Черкаси, 2018. – № 2 (25). – С. 13-25.
4. Найт Ф. Ризик, невизначеності та прибуток / Ф.Найт, К.: Діло, – 2003. 352с.
5. Портер М. Міжнародна конкуренція / М.Портер; перек. с англ. В.Д. Щетініна, К.: Міжнародні відношення, 1993. – 896с.
6. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів / А.Сміт, К.: Знання, 1987. – 349с.
7. Шумпетер І. Теорія економічного розвитку / І.Шумпетер, К.: Прогрес, 1982. – 455с.
8. Закон України "Про захист економічної конкуренції" / Відомості Верховної Ради України, 2001, № 12, ст.64.

**Сорокіна А.**

аспірантка кафедри економіки, менеджменту та адміністрування,  
Херсонський державний університет

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Однією з найбільш розвинутих галузей харчової промисловості України є кондитерська галузь, асортимент, якої охоплює майже всі групи кондитерської продукції. Аналізуючи сучасні перспективи розвитку

кондитерської промисловості України, можна зауважити, що вітчизняне виробництво нині виступає головним джерелом формування пропозиції на ринку та його виробни становлять 95 % від загального обсягу.

На ринку кондитерської продукції України працюють найбільші кондитерські квиробники, а саме: корпорація «Roshen», «АВК», «Конті», «Бісквіт-Шоколад», компанія «Nestle», фабрика «Житомирські Ласоці», «КФ «Лагода», та ін. [1, с. 46]. Згідно світового рейтингу найбільшими кондитерськими компаніями світу визнано «Конті», «Roshen», «АВК».

Відповідно даних Candy Industry, корпорація Roshen посідає 24 місце в рейтинзі, компанія Konti Group займає 43 місце, компанія АВК розмістилася на 67 сходинці рейтингу.

Кондитерські фабрики проводять модернізацію, встановлюють найсучасніші виробничі лінії та підвищують технологічність і наукомісткість підприємств. Якість продукції українських підприємств за стандартами та параметрами нічим не поступається іноземній, що в свою чергу дозволяє повністю витіснити конкурентів.

Поруч із загальною перспективністю кондитерської галузі, слід зазначити, що досить обмеженими є умови розвитку невеликих підприємств. Більшість з них потребують заміни застарілого обладнання та впровадження нових технологій при нестачі власних коштів [2]. Виходячи з вище зазначеного зрозуміло, що виробництво концентрується на великих компаніях. Для дрібних фірм необхідно перш за все залучити інвестиції і за рахунок цього вирішиться фінансова проблема.

Аналізуючи 2014-2016 роки сформовано наступні проблеми, які заповільнюють розвиток підприємств кондитерської галузі:

- обмеження стосовно експорту продукції до Російської федерації зменшили обсяги виробництва та змусили шукати нові ринки збуту;
- військові дії на Сході України – зупинили виробництво Маріупольської кондитерської фабрики;

- запровадження нових технологій та випуск якісних кондитерських товарів виробляють лідери ринку кондитерських виробів, які контролюють якість продукції;
- залежність від експорту товарів – торгівельні обмеження негативно впливають на розвиток кондитерської галузі.

Задля підтримки фінансової стійкості та розвитку виробничо-господарської діяльності компанії, а також уникнення кризових ситуацій фактично необхідно удосконалювати стратегічне управління, що в свою чергу призведе до формування або запровадження конкурентних стратегій. В умовах сучасної ситуації це може стати дієвим способом для мінімізації наслідків кризи та недопущення її у майбутньому.

### **Список використаних джерел**

1. Демяненко К.А Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах / К.А. Демяненко // Молодий вчений. – 2016. – № 9 (36). – С. 45-50.
2. Шашина М.В. Удосконалення ресурсного потенціалу кондитерської галузі / М.В. Шашина // Ефективна економіка. – 2014. – № 5. – С. 34-39.



**Стасенко С.**

здобувач вищої освіти 2 курсу СВО «Магістр»,  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професор кафедри  
фінансів, обліку та підприємництва  
Мохненко А.С.*

## **ОСНОВИ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ З ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ**

Основні концептуальні принципи обліку необоротних активів сформовані в Міжнародному стандарті бухгалтерського обліку №16 "Основні засоби". Стандарт визначає нерухомість, споруди та обладнання, як матеріальні активи, які є на підприємстві для використання в виробництві і зберігаються в формі запасів товарів або використовуються для здачі в оренду і які передбачають використовувати на протязі більше одного звітного періоду. Прикладами матеріальних активів, споруд та обладнання являються: земля, станки, автотранспорт, кораблі, меблі та прилади, офісне обладнання.

Собівартість одиниці нерухомості, споруд складається з купівельної вартості, враховуючи митний податок плюс безповоротні податки на купівлю плюс витрати, які безпосередньо пов'язані з приведенням необоротних активів в робочий стан плюс любі торгові знижки або пільги на продаж, які потім вираховуються при визначенні закупівельної ціни. Прикладами прямих витрат є:

1. Вартість підготовки будівельного майданчика;
2. Транспортне - заготівельні витрати;
3. Витрати на встановлення;
4. Заробітна плата спеціалістів.

На момент придбання первинна вартість необоротних активів обов'язково включається в склад активів підприємства і відображається в бухгалтерському балансі. Понесені фірмою витрати на придбання обладнання

не включаються в собівартість звітнього періоду.

Згідно міжнародній практиці амортизація або знос не нараховується на такий вид необоротних активів, як земля. Передбачається, що строк використання землі не може бути обмежений, тому якщо для обліку подібних по своїм характеристикам видів необоротних активів може використовуватись якийсь синтетичний єдиний облік, де буде відображатися облік землі навіть в тому випадку, якщо вона зайнята під будівлею, але такі види об'єктів також відображаються на окремих бухгалтерських рахунках.

В тих випадках, коли необоротні активи купуються по одній ціні, яка враховує крім вартості власної споруди також і вартість землі у підприємства - покупця відбувається розподіл загальної вартості угоди між обома об'єктами обліку. Крім договірної ціни в первину вартість землі можуть включатися також витрати пов'язані з оформленням угоди купівлі-продажу. Якщо власник землі здійснює на ній які - не будь роботи по покращенню родючості, прокладає комунікації, проводить насадження, то для цих об'єктів облік проводять також на окремих синтетичних рахунках.

Розрахунок амортизації в зарубіжному обліку трактується, як процес систематичного розподілу первинної вартості необоротних активів на витрати по періодам експлуатації але не як вимір їх вартості на дату складання балансу. Фактична ринкова вартість необоротних активів може суттєво відрізнитися від відображеної в балансі облікової або залишкової вартості. Відображена в балансі залишкова вартість необоротних активів характеризує собою ту частину їх вартості, яка повинна бути віднесена на витрати в майбутньому. Сума відображена в балансі по Кредиту рахунка "Накопичена амортизація" показує ту частину первинної вартості необоротних активів, яка вже була раніше віднесена на витрати та включена в собівартість продукції підприємства.

### **Список використаних джерел**

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку №16 "Основні засоби": Рада з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку. 1 січня 2012 року.

2. Мохненко А.С. Управління конкурентоспроможністю підприємства на основі застосування системного підходу / А.С. Мохненко, О.М. Федорчук, О.І. Протосвіцька / Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту – Черкаси, 2018. – № 2 (25). – С. 13-25.

**Холодняк В.**  
здобувачка 1 курсу  
другого (магістерського) рівня вищої освіти  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., доцентка кафедри фінансів, обліку та  
підприємництва Петренко В.С.*

## ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА

Податкова політика визначає, коли і як уряд збирає кошти з приватного сектора, тоді як фінансова політика визначає, як уряд змінює купівельну спроможність у часі та між природними станами, використовуючи ринкові операції. Залежно від державних витрат, кожна податкова політика в динамічному середовищі йде рука об руку з фінансовою політикою. Якщо час стягнення податків викликає занепокоєння для уряду, наприклад, оскільки він впливає на податкові викривлення або розподіл податкового тягаря між агентами, то також фінансова політика. Коли уряд має доступ лише до єдиного цінного паперу, як це часто (неявно) передбачається в макроекономічних моделях та публічних дебатах, зв'язок між податковою та фінансовою політикою є негайним: характеристики безпеки обмежують набір можливих податкових політик, а дана здійсненна податкова політика безпосередньо передбачає відповідну фінансову політику. На практиці, однак, уряди мають доступ до безлічі фінансових інструментів, зокрема боргових цінних паперів і фінансових активів різного терміну погашення. Ці інструменти надають

зв'язок між податковою та фінансовою політикою і створюють основу для безлічі проблем, які відсутні в середовищах з єдиною безпекою. Зокрема, це призводить до питань щодо валових та чистих активів; ефекти оцінки та їх наслідки для співвідношення між дефіцитом і квотами чистих активів; фінансова інженерія для обходу або послаблення тертя фінансового ринку; і в більш загальному вигляді, оптимальний вибір державного портфеля та ін.

### **Список використаних джерел**

- 1.Борисов Є. Ф. Основи економіки: навчальний посібник - М.: Юрайт - 2016. - 316 с.
- 2.Попов С.В. Економічна теорія: Підручник - Воронеж: ВДУ, 2015. - 220 с.

## СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА, МЕНЕДЖМЕНТ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

**Avilova O.**

Second-year master`s student at the Faculty of  
Business and Law,  
Kherson State University

*Scientific supervisor: Doctor of Economics, professor Ushkarenko I.V.*

### CRITERIA FOR EVALUATION OF TIME MANAGEMENT

Industrial mass-production and competition require new methods of work. Effective time management begins with the «materialization» of tasks, thoughts, plans, agreements. The presence of all tasks on «external media» (preferably electronic one) allows to free up the mind for vital work issues and to reduce the time spent searching for information. «Materialization» of time management in a team work helps to avoid «irreplaceability from disorganization», it is easier to transfer tasks horizontally. More precisely, well-established materialization of tasks reduces a number of risks connected with the dismissal of employees [1, p. 49]. A fired employee can take a paper diary with useful contacts with him, but he will not be able to pick up a task review system set up in Outlook, structured according to certain, well-known rules.

The need for quantitative measurement of indicators in general management is almost an axiom. It is also true for personal and team time management. The introduction of objective quantitative indicators only allows systematically manage time. As a rule, the indicators are used in timing to analyze the cost of time. For example, «share of time for priority tasks», «spending time on tasks that you performed yourself, although you could delegate», etc. [2, p. 116]. In personal work, this criterion assesses the consistency of tasks and projects, the so called «synergistic effect» of their interaction. In team time management, this is one of the key criteria that answers the question: «Is the team a single entity, the effectiveness of which exceeds the results of each member of the manager's team?» [2, p. 39].

Time management is often equated with rigid planning. But the plan is not the main goal. Both personal and team work plans should be as simple as possible and flexible, allowing you to easily «catch» emerging opportunities. It can be a disorganized reaction to external stimuli, or it can be a clear logical sequence of tasks, each of which works for clearly defined goals. In teamwork, this criterion assesses the clarity of goals for all team members and the consistency of their movement in a single direction [1].

There is also a criterion such as prioritization, which allows you to assess the degree of «fluidity load», the proportion of time allocated to priority tasks. As a rule, the most effective actions in the early stages of time management implementation are in the direction of prioritization. After all, almost any organization is well aware of the problem of «fluidity», which is always growing in volume. Any task performed in personal or team work can yield results. But it can work for development in a greater or lesser extent and create new opportunities for future results. Ideally, all tasks work for the development, create «investment in the future».

The next criterion, timeliness, assesses both timeliness in terms of meeting deadlines and timeliness of projects that are not «tied» to a deadline, which is possible only with a flexible planning system that responds quickly to emerging opportunities.

The indicator of controllability assesses the degree of confidence in the performance of tasks assigned to the subordinate or agreed with a colleague; in personal work - the level of confidence in the timely performance of necessary tasks [1, p. 78]. The criterion of ease assesses the degree of tension of both personal work and relationships in the team and with subordinates. With a perfectly established personal, team and corporate time management, neither personal work nor interaction with colleagues become «stress» and do not require constant painful efforts [2, p. 137].

Thus, the key contradiction of management in conditions of growing uncertainty is the contradiction between the desire of the manager to control the situation and the need for a higher level of independence in decision-making by

employees, due to the need for rapid response to environmental demands. The mechanism for resolving this contradiction is the introduction of time management in the corporate culture of the organization, which is a set of models, decision-making mechanisms (axioms, stereotypes, criteria, etc.) that is available for each employee of the organization.

### **References**

1. Reiter G.R. In the labyrinths of modern management: Strategic planning, marketing, customer service, personnel management, remuneration. К .: Economics, 2009. 248 p.
2. Strovskiy L.E. Foreign market and enterprise. К .: Finance and Statistics, 2013. 324 p.

**Білоус А.**

здобувач вищої освіти 3 курсу спеціальності «Економіка підприємства» Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана, м.Київ

**Гарафонова О.**

д.е.н, професор кафедри менеджменту Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана, м. Київ

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ КАРАНТИНУ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ COVID-19**

Останні роки вірус COVID-19 змінив не тільки повсякденне життя по всьому світу, але і введення бізнесу. Значні перемини можемо спостерігати й у сфері менеджменту, де найголовніший елемент – комунікація з людьми - трансформувала свою звичну форму у щось небувале. Дистанційна робота замінила живе спілкування, рівень стресу працюючого населення значно зріс, багато підприємств зазнали кризи - з'явилися елементи та проблеми, на які слід звернути увагу менеджеру, що прагне ефективного робочого процесу.

Проаналізуємо, які заходи застосовує вітчизняний менеджмент щодо продуктивного управління персоналом. Менеджмент агрохолдингу "Kernel"

попри всі ризики відмовився від скорочення персоналу, або зниження заробітних плат. До того ж компанія наголошувала на оплаті лікування працівників у разі захворювання на COVID-19 [1]. Компанія "Hog Slat Ukraine" стала активніше використовувати електронний документообіг, наприклад, платформу «Вчасно», а "Fenix Agro" для контролю за працівниками почали застосовувати SRM - це система управління взаємодії з постачальниками, що дає змогу керівництву бачити результати роботи [1]. Команда сервісу "Bodler" для швидкої та ефективної комунікації використовувала такі сервіси як ZOOM, Skype, Asana, та Telegram [2].

Розглянувши досвід українських компаній та іншу отриману інформацію, сформуємо особливості ефективного менеджменту під час умов карантину. Окрім оздоровчих заходів та інформування кадрів щодо правил безпеки під час пандемії, слід зазначити й наступні аспекти.

Перш за все, **допомога своїй команді створити нові або скорегувати раніше існуючі норми.** За результатами опитування компанії KPMG, лише 4% компаній України не перевели своїх працівників на дистанційну роботу під час карантину [3]. Однак така форма роботи все ще може викликати труднощі у деяких працівників: більшість команд звикли до синхронної роботи. Тому підтримка персоналу при зміні «формату» робочого дня є необхідною.

**Дбання про фізичне і психічне здоров'я.** Зміни, що супроводжують карантин, дуже сильно впливають не тільки на фізичне, а ще і на психічне здоров'я працівників. Першочергово треба зосередитись на організації безпечного робочого середовища: придбання медичних матеріалів, контроль за станом здоров'я працівників та дезінфекція робочих місць. Не менш важливим є психічний стан команди. Буде доречним постійно вимірювати рівень стресу та активності за допомогою щоденних тестів. І головне, пандемія – час коли компаніям як ніколи потрібен сильний лідер-менеджер. Тому менеджерам необхідно надати пріоритет турботі про своє здоров'я та пропагувати свої переконання команді.



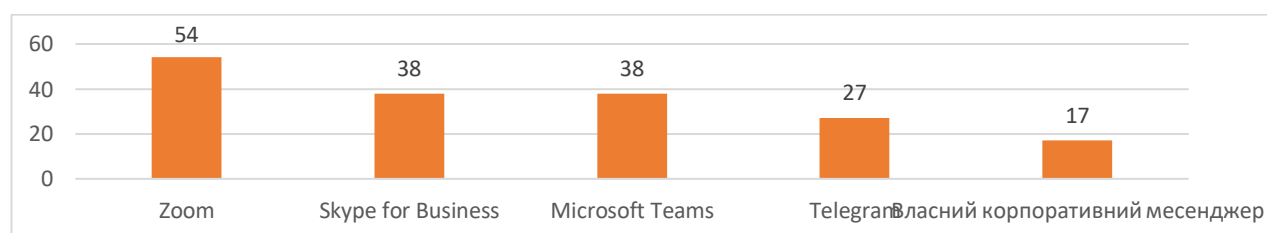
**Проінформованість** – це крок до налагодження довіри у команді, що особливо необхідно в умовах невизначеності. Цей фактор стосується як інформації про COVID-19, так і про ситуацію всередині самого підприємства. Щодо першого аспекту, слід використовувати лише достовірні джерела інформації, такі як постанови МОЗ України. Другий вищенаведений аспект передбачає інформування команди щодо планів керівництва на подальші часи. При прийнятті жорстких рішень, наприклад, звільнення працівників, потрібно аргументувати цей крок. Це зменшить удар по довірі та мотивації людей. Водночас важливо підтримувати моральний дух робітників. **Підтримання постійного зв'язку.** Соціометричні дослідження доводять, що коротший час циклу спілкування є більш ефективним у формуванні та підтримці морального духу та взаємодії [4]. Тому, щоб підтримувати постійний контакт, слід використовувати миттєві повідомлення. Можливий варіант організації наради щодня, в ідеалі - через відео. Варто змодельовати, що означає бути віртуальним гравцем команди та контролювати робочий процес.

Крім того, на графіку 3 можна побачити найпоширеніші інструменти комунікації з працівниками, що працюють у форматі дистанційної роботи.

*Графік 3*

### **Поширеність інструментів комунікації під час карантину в Україні,**

%



*Джерело: [3]*

Останній аспект – **використання COVID-19 як час для самоаналізу.** COVID-19, ймовірно, назавжди змінив уявлення про робочий процес. Цей період можна використати як можливість підсумувати результати роботи команди та навіть власного життя.

Отже, вірус Covid-19 змінив робоче місце з вражаючою швидкістю. Люди - гіперсоціальні істоти, які прагнуть бути потрібними. А психологічна безпека - там, де члени вашої команди відчують себе здібними зробити свій внесок у роботу команди, висловити думки без страху бути якимось чином покараними - має першочергове значення навіть за умов карантину. Коли менеджер створює та підтримує ці умови, ефективна робота гарантована.

### Список використаних джерел

1.Кадри на карантині: як не зупинити роботу агропідприємств в умовах пандемії - 2020. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/kadri-na-karantini-ak-ne-zupiniti-robotu-agropidpriemstv-v-umovah-pandemii>.

2.Бізнес про Бізнес в умовах карантину – 2020. URL: <https://sme.gov.ua/biznes-pro-biznes/>.

3.Як українські компанії адаптуються до "карантинних" реалій – 2020. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3033384-lise-4-kompanij-v-ukraini-ne-pereveli-pracivnikiv-na-distancijnu-robotu.html>.

4.Pentland A. The New Science of Building Great Teams // the Magazine. – 2012. URL: <https://hbr.org/2012/04/the-new-science-of-building-great-teams>.

**Гуріна А.**

здобувачка 4 курсу факультету бізнесу і права,  
Херсонський державний університет

*Науковий керівник: д.е.н., професор Ушкаренко Ю.В.*

## АНАЛІЗ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Інвестиційна діяльність є вирішальним фактором, який впливає на національну економіку та світогосподарські процеси, завдяки своїм масштабам та ступенем впливу. До інвестицій відносяться всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток та/або досягається соціальний та екологічний ефект [1].

Від активізації інвестиційного процесу значною мірою залежать зрушення в організації економіки країни та окремих регіонів, перехід економіки на новий рівень розвитку, якість української продукції та її конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Більшою мірою це впливатиме на подолання регіональних диспропорцій. Тому особливо гостро постає питання, яке пов'язане із створенням сприятливих умов для залучення інвестицій та їх ефективним використанням [2].

За січень-грудень 2020 року з коштів державного бюджету було освоєно 36,5 млн грн капітальних інвестицій, що на 6 млн грн більше, ніж у 2019 році. У 2020 році спостерігали збільшення інвестиційних надходжень, проте частка коштів інвесторів-нерезидентів зменшилась. У 2019 році кошти нерезидентів становили – 4,6 млн грн, а у 2020 році – 1,1 млн грн. Регіон, у який нерезиденти більше всього інвестують, це місто Київ. У 2020 році обсяг капітальних інвестицій склав 827948 тис грн, що на 1,1 млн грн менше ніж у попередній рік.

Погіршення фінансового стану підприємств на території країни, зменшення обсягів кредитування є одними з причин зниження інвестиційної діяльності іноземних інвесторів [3]. У 2019 році частка капітальних інвестицій з власних коштів підприємств становила 408,2 млн грн. Частка інвестицій склала 148 млн грн., що на 48 млн більше ніж у 2020 році (табл. 1)

*Таблиця 1*

**Обсяг капітальних інвестицій за джерелами фінансування**

Адміністративно-територіальні одиниці	2019			2020		
	коштів державного бюджету	власних коштів підприємств	коштів інвесторів-нерезидентів	коштів державного бюджету	власних коштів підприємств	коштів інвесторів-нерезидентів
Україна	30834531	408275665	4663948	36512490	279330400	1729174
Вінницька	1180645	10913712	1329	366171	7088638	-
Волинська	415838	5372671	к	588615	3361283	к/с
Дніпропетровська	1784415	51003281	-	3865878	40975139	к/с
Донецька	1976995	24868946	к	2951848	19311820	к/с

Житомирська	513576	5641081	к	865029	4002916	-
Закарпатська	399504	3232231	2077	177503	2224571	к/с
Запорізька	469438	11860210	12276	1707199	8045665	2986
Івано-Франківська	714417	4325156	-	441855	2774903	к/с
Київська	902865	26448947	52281	178596	13153621	к/с
Кіровоградська	341396	5867431	к	448790	4127863	-
Луганська	400575	1924592	11688	361434	1522358	-
Львівська	2582200	16390020	467602	1526217	8449047	71632
Миколаївська	467158	9024175	к	1722820	4607789	к/с
Одеська	847885	13843606	к	976356	10933617	-
Полтавська	1188570	18639270	-	5396292	13243018	к/с
Рівненська	446361	3371153	к	1281079	2247472	-
Сумська	511361	5172288	-	1142143	3771219	-
Тернопільська	467776	5015685	к	255911	3323265	к/с
Харківська	1384272	11190131	-	850556	8894208	-
Херсонська	269452	4154481	-	286405	2384155	-
Хмельницька	1144353	6368653	к	1942303	5010750	к/с
Черкаська	1033958	7810705	-	1552491	3941269	-
Чернівецька	635089	1201670	15850	153739	1066438	к/с
Чернігівська	478243	6276011	к	532427	4136417	-
м.Київ	10278189	148359559	1969997	6940833	100732959	827948

Джерело: складено за даними [4].

Отже, в умовах нестабільного економічного розвитку в Україні можна сказати, що розвиток держави неможливий від інвестиційного фінансування. Для залучення інвестицій необхідно розроблювати проекти, які будуть залучати нових інвесторів, що в свою чергу сприятиме технологічному розвитку країни. Важливу роль у залученні інвестицій відіграють економічна стабільність, покращення інвестиційного клімату, законодавча стабільність та гарантії на безпечну інвестиційну діяльність в країні.

### Список використаних джерел

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>

2. Світлана Тарабан Капітальні інвестиції як складова державної інвестиційної політики на регіональному рівні. Університетські наукові записки. 2020. № 2. С. 176-185. URL: <file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD/Downloads/131-Article%20Text-223-1-10-20210111.pdf>

3. Вербіцька І.І. Державна політика України в інвестиційній сфері: концептуальні та прагматичні аспекти. 2018. № 16. С. 109-113.

4. Державна Служба Статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**Дубровна М.**  
здобувачка вищої освіти 2 курсу СВО «магістр»  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування Казакова Т.С.*

## **КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ОСНОВНІ ЕЛЕМЕНТИ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА**

Комунікаційний менеджмент — система управління, інтегрованої комунікації сприяє досягненню ефективності в усіх напрямках ринково-орієнтованого розвитку організації в умовах середовища.

Сутність комунікаційного менеджменту полягає у його двоєдиному середовищі. Комунікаційний менеджмент сприймається як самостійна практична діяльність із використання методів, інструментів, механізмів, які забезпечують формування ефективного розвитку капіталу організації. Саме ця діяльність допомагає розробляти стратегію сталого розвитку, формувати організаційну культуру, розробляти канали комунікації тощо.[1]

З іншої точки зору, комунікаційний менеджмент є наукою про управління. Ця наука досліджує взаємодії та взаємозв'язки елементів у часі та просторі, які формують та ефективно використовують усі можливі види капіталу організації, а також пізнає закономірності обміну знаннями та інтелектуальною власністю у процесі розвитку організації.[2]

Концепція комунікаційного менеджменту визначає його сферу дії, предмет, роль, об'єкти, інструменти, завдання, склад та функції учасників, зміст та спрямованість комунікацій, основні засади та методи управління. А

Отже, місія комунікаційного менеджменту визначається як формування та реалізація стратегії збільшення організації за допомогою комунікації.

У систему комунікативного менеджменту входить управління певними видами організаційних комунікацій, а саме : організаційні відносини, економічні, політичні, соціальні, фінансові комунікації.[3]

Слід зазначити, що вивчення класичних управлінських процесів (управління розвитком компанії, персоналом, маркетингом, конфліктами, ризиками тощо) нині перебуває на високому теоретичному рівні. Комунікативний менеджмент займається обміном інформацією як всередині організації, так і між організацією та навколишнім середовищем, а також рухом та розподілом інформаційних потоків. Головна мета — досягнення рівня управління, при якому інформація чітко, і в повному обсязі доходила б до кінцевого об'єкта.[4]

Згідно з даними досліджень, керівник компанії витрачає більший процент свого робочого часу на комунікації, щоб реалізувати ролі у міжособистісних відносинах, інформаційному обміні та процесі прийняття рішень, не кажучи про управлінські функції планування, організації, мотивації та контролю . Саме тому, обмін інформацією координує всі види управлінської діяльності, комунікації стали сполучною ланкою між функціями управління. Адже ефективний обмін інформацією – найважливіша складова частина всіх видів управлінської діяльності.[5]

Отже, під управлінням комунікаціями ми маємо на увазі функції та напрями контролю за комунікаціями в рамках її політики. Стратегічне управління досліджує можливості організації та створює рамки для ефективнішого важеля на організацію, у єдине ціле з урахуванням характеру її функціонування у суспільстві та прийнятих рішень.

### **Список використаних джерел**

1.Шавкун І.Г. Сутність та атрибути комунікації в умовах глобалізації // Гілея: науковий Вісник // Збірник наукових праць. – К.: ВІР УАН, 2011. – Вип. 35. – С. 260–268.

2.Анопченко Т., Болошин Г. и др. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления. – М.: Феникс, 2010 – 384 с.

3.Шестопалов К.Р. Проблеми формування комунікацій в сучасній організації // Управління персоналом. – 2015. – №7. – с.12.

4.Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб./ [О. В. Яшенкова]. - К. : Академія, 2015. - 304 с.

5.Байдулін О. В. Формування іміджу підприємства // Менеджмент і адміністрування: тенденції розвитку. - К. : ДП "Видавничий дім «Персонал», 2017. - С.14-16.

**Дягилева О.**

к.п.н., проректор з навчально-методичної роботи,  
Херсонська державна морська академія

**Журавльова О.**

аспірантка,  
Херсонський національний технічний університет

**Сокур І.**

аспірантка,  
Херсонський національний технічний університет

## **ПРИНЦИПОВІ ОСНОВИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ**

Нині немає єдиного підходу до проблеми вимірювання ефективності менеджменту персоналу. Складність полягає в тому, що процес трудової діяльності персоналу тісно пов'язаний не лише з виробничим процесом і його кінцевими результатами, а також із соціальною діяльністю суспільства, економічним розвитком підприємств та ін. Аналіз наукових концепцій дає

зможу виокремити три методичні підходи до оцінки ефективності менеджменту персоналу.

Оцінка ефективності менеджменту персоналу необхідна, як і оцінка ефективності, результативності та продуктивності стосовно інших сфер управління на підприємстві. Оцінка ефективності менеджменту персоналу - це складне багатоаспектне явище. В загальному розумінні ефективність менеджменту персоналу можна порівнювати з успішністю підприємства. Тобто, ефективність у вигляді кількісних та якісних вимірників показує, що управління працівниками здійснюється у правильному напрямі.

Показники оцінювання ефективності менеджменту персоналу використовують з метою виявлення напрямків найбільшого впливу на активізацію трудової діяльності персоналу при одночасному забезпеченні збалансованого рівня витрат на його утримання. При цьому принцип доцільної збалансованості витрат на персонал за складовими ефективності менеджменту персоналу можна обґрунтувати та сформулювати на основі наступних умовиводів.

Порівняльний аналіз динаміки показників оцінки ефективності менеджменту персоналу, в якому витрати на персонал будуть структуровані із складовими ефективності менеджменту, що вони забезпечують, може дати уявлення про збалансованість складових ефективності менеджменту персоналу. Для цього необхідно порівняти динаміку показників ефективності менеджменту персоналу, розрахованих через фактичні прибутки підприємства та фактичні витрати на персонал за кожною складовою, які можна визначати за допомогою їхньої питомої ваги у загальних витратах на персонал. Якщо у разі збільшення кінцевого показника ефективності міра зміни окремого виду витрат, розрахованого таким чином, не перевищує міри зміни показника, то можна стверджувати, що застосована величина певного виду витрат на персонал знаходиться у межах доцільної збалансованості.



Аналітично принцип визначення доцільної збалансованості витрат на персонал за окремими складовими ефективності менеджменту персоналу можна відобразити так:

$$R_{i+1} - R_i \geq 0 \rightarrow \frac{R_{i+1} - R_i}{R_i} \geq \frac{j_{n,i+1} B_{n,i+1} - j_{n,i} B_{n,i}}{j_{n,i} B_{n,i}} \quad (1)$$

$$\left\{ \begin{array}{l} R_{i+1} - R_i \leq 0 \rightarrow \frac{R_{i+1} - R_i}{R_i} \leq \frac{j_{n,i+1} B_{n,i+1} - j_{n,i} B_{n,i}}{j_{n,i} B_{n,i}} \end{array} \right. ,$$

де  $R_i, R_{i+1}$  – рівень ефекту відповідно у  $i$ -му та  $i+1$ -му періодах;

$B_{n,i}, B_{n,i+1}$  – витрати на персонал за  $n$ -ою складовою ефективності менеджменту персоналу ( $n=1 \div 3$ ) відповідно в  $i$ -му та  $i+1$ -му періодах;

$j_{n,i}, j_{n,i+1}$  – питома вага витрат на забезпечення  $n$ -ої складової ефективності менеджменту персоналу відповідно в  $i$ -му та  $i+1$ -му періодах.

І навпаки, якщо у разі зменшення кінцевого показника ефективності міра зміни окремого виду витрат з урахуванням його питомої ваги у загальних витратах не перевищує міри зміни показника, то можна стверджувати, що застосована величина певного виду витрат знаходиться поза межами доцільної збалансованості.

Економічна сутність запропонованого принципу полягає в тому, що критерієм збалансованої доцільності витрат на персонал за складовими ефективності менеджменту персоналу виступає швидкість зміни кінцевого ефекту відносно швидкості змін певних витрат, які розглядаються у даному випадку як фактори, що призвели до змін ефекту. Так, наприклад, даним принципом передбачена ситуація, коли швидкість зменшення кінцевого ефекту відбувається при відносному зменшенні швидкості певних витрат за той же період. Це означає, що розмір аналізованих витрат не став причиною погіршення кінцевого ефекту.

Можна також додатково виділити наступні принципи оцінювання ефективності менеджменту персоналу:

- універсальність оцінювання (оцінка повинна бути єдиною та зрозумілою для всіх співробітників і однозначно тлумачитися);

- встановлення стандартів та норм оцінювання (для цього необхідно виділити показники, що визначають успіх чи невдачу, яка буде єдиною для всіх співробітників);

- визначення форми оцінки (можна використовувати як якісні оцінки, («відмінно», «добре»), так і кількісні (час, що витрачається на виконання роботи, продуктивність, витрати).

Процес оцінювання ефективності менеджменту персоналу повинен базуватись на принципах дієвості (забезпечувати високий рівень мотивації працівників), практичності (зручність у застосування на практиці як для оцінюючих так і для тих хто оцінюється). Загалом процес оцінювання персоналу повинен сприяти кращому використанню людського потенціалу в системі управління персоналом.

**Євтухова С.**

к.е.н, доцент кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування,  
Херсонський державний університет

**Андрущенко К.**

здобувач вищої освіти 2 курсу  
СВО «магістр»  
Херсонський державний університет

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ СКЛАДОВИМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасному економічному світі актуальним є питання управління інвестиційними ресурсами та фінансовими складовими підприємства в бізнес-системі. Інвестиційний потенціал є основою для складання обсягу інвестицій, який може утворюватися за рахунок залучених джерел фінансування. У той же час, це здатність підприємства реалізувати комплексну систему інвестиційних

заходів для генерування фінансових потоків на підставі тих ресурсів, які є фундаментом створення інвестиційного портфелю.

Розглядаючи наукові підходи [1, 2, 3], можна підсумувати та виокремити три підходи до управління інвестиційним потенціалом підприємства: ресурсний, поєднання матеріальних та нематеріальних засобів управління; цільовий, довго строковість ресурсного капіталу; результативний, зосереджується увага на кінцевому результаті діяльності підприємства.

Стратегічне управління інвестиційним потенціалом є важливою складовою всієї керівної системи підприємства, оскільки дає можливість знайти шляхи отримання додаткового інвестиційного капіталу на довгостроковий період. При цьому, підприємство обов'язково повинно оцінювати власні фінансові ресурси, що підкріплені своєчасними розрахунками та оцінкою власної системи платоспроможності.

Так, за даними ПрАТ «Чумак», наведемо результати економічної діяльності, основними компонентами якої є собівартість реалізованої продукції, дохід від реалізації товарів та прибуток (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Результати діяльності ПрАТ «Чумак»**

Показник	2017 р.	2018 р	2019 р.	2020 р.
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн.	827614	1063794	1141758	1340862
Дохід від реалізації товарів, тис. грн.	1204502	1418520	1612080	1874341
Прибуток, тис.грн.	28696	80050	124444	105136

Аналіз фінансових результатів підприємства формує подальші дії для визначення грошових потоків, що дозволяють оцінити надходження та відтік грошових ресурсів. Динаміка змін грошових потоків нами представлена на рис.1.

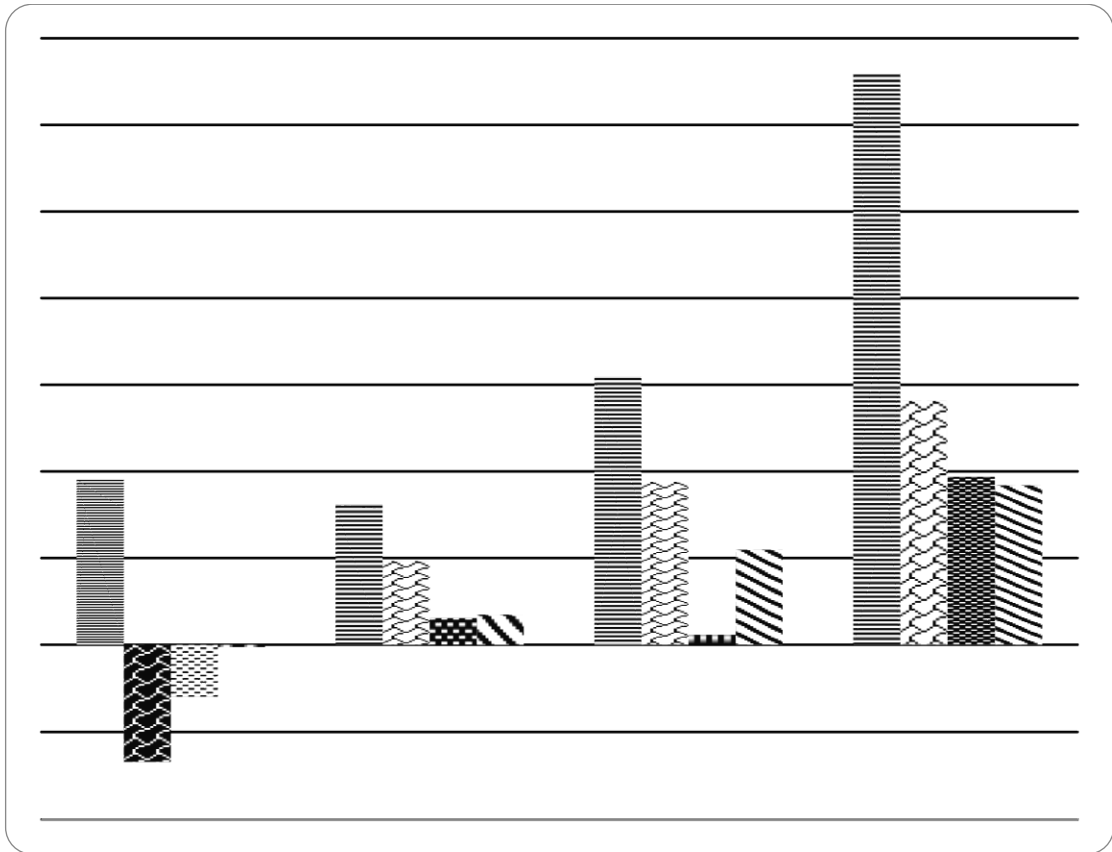


Рис. 1 Рух грошових коштів ПрАТ «Чумак»

Результативне стратегічне управління інвестиційним потенціалом базується на складанні успішних інвестиційних стратегіях, що пов'язанні з поставленими перспективними фінансовими завданнями.

Отже, управління системою аналізу фінансових показників та ефективне використання факторів впливу на елементи сукупного інвестиційного потенціалу, визначають пріоритетні шляхи розвитку підприємства у майбутньому. Ефективне управління фінансовим капіталом дозволить вирішити проблеми його формування та стане важливим фактором для залучення додаткових інвестиційних ресурсів, що у перспективі вплине на покращення інвестиційного потенціалу підприємства.

### Список використаних джерел

1.Гращенко І.С. Інвестиційний потенціал в системі розвитку підприємства/ І. Гращенко // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій, 2014. – № 2. – С. 14–15.

2.Михайловська Н.М. Теоретичні аспекти формування та розвитку інвестиційного потенціалу підприємства / Н. Михайловська // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій, 2014. – № 2. – С. 37–38.

3.Нечитайло І.П. Аналіз сучасних підходів до визначення інвестиційного потенціалу регіону / І. Нечитайло //Фінансові ринки і цінні папери. - 2010. - № 24. – 13-19.

**Євтухова С.**

к.е.н, доцент кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування,  
Херсонський державний  
університет

**Козловець Д.**

здобувач вищої освіти 2 курсу  
СВО «магістр»  
Херсонський державний  
університет

## **СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ УПРАВЛІННЯ БЕХТЕРСЬКОЇ ОБ'ЄДНАНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ**

Впровадження основних принципів самоврядування у практичну діяльність органів місцевого самоврядування спричиняє активний пошук інноваційних інструментів для вирішення проблем громадян певної місцевості. Використання дієвих механізмів управління певною територією є одним з перспективних напрямів стратегічного реалізації планування розвитку територій.

Стратегічне планування є довгостроковим визначенням цілей Бехтерської об'єднаної територіальної громади, де головні функції управління стосуються завдань реалізації політики в громаді. Підготовка розділів

стратегічного плану готувалась у відповідності до методології, що запропонована проектом ЄС «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні» [1]. Відповідно до визначеного документу, стратегічний розвиток Бехтерської об'єднаної територіальної громади розписаний до 2022 року включно [2].

На таблиці 1, визначено пріоритетні напрями сталого розвитку і соціальної інтеграції, що є основними принципами місцевого розвитку даної громади.

*Таблиця 1.*

**Пріоритетні напрями сталого розвитку і соціальної інтеграції  
Бехтерської об'єднаної територіальної громади**

<b>Відповідальне управління навколишнім середовищем та раціональним використанням природних ресурсів</b>	<b>Здорова і справедлива громада</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• покращення розуміння щодо обмежених природних ресурсів та небезпеки навколишньому середовищу</li> <li>• покращення середовища проживання завдяки раціональному використанню ресурсів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• забезпечення потреб всіх громадян завдяки сприянню особистого благополуччя та соціальної інтеграції</li> <li>• забезпечення рівних шансів для всіх</li> </ul>
<b>Стала економіка</b>	<b>Практика належного управління</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• створення динамічної, сталої економіки</li> <li>• компенсувати екологічні втрати тими хто їх створив.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• стабільне вдосконалення ефективного управління із залученням енергійних та творчих громадян</li> </ul>

Представники органів місцевого самоврядування залучають громадян, активістів та представників приватного сектору до формування плану розвитку Бехтерської ОТГ, що дає можливість ідентифікувати та знайти правильні шляхи для усунення проблем громади. Крім того, можливість налагодження діалогу між мешканцями Бехтерської ОТГ та владою дає результат у вигляді рішення проблем «тут и зараз», завдяки прямому спілкуванню. Однією з основних складових процесу планування є участь у ньому всіх представників громади, зацікавлених у розвитку Бехтерської ОТГ. Така стратегія відображає інтереси всіх громадян, які брали участь у розробці

і визначає її як «народну». Створений разом із територіальною громадою стратегічний план, незалежно від якостей керівників або ситуації, спрямовується на покращення життя громади, зміцнення демократії, виховання активних громадян та патріотів громади.

Структура стратегічного плану відображена соціально-економічним аналізом, який складається з: досліджень тенденцій розвитку суб'єктів Бехтерської ОТГ, зовнішнього середовища та можливості громади; опитувань представників бізнесу та мешканців територіальної громади.

Стратегічними пріоритетами управління Бехтерської об'єднаної територіальної громади є три головні сфери, що фокусують зусилля громади на:

1. Розвиток середнього та малого бізнесу, оскільки економічні процеси нашої держави та наявний в громаді потенціал, дають змогу розширити сферу бізнесу та покращити доходи громади.
2. Територіальний розвиток, якого потребують навчальні заклади загальної середньої освіти, дитячі садки, заклади охорони здоров'я та ринкове середовище.
3. Туристичний розвиток, оскільки розташування громади дає змогу збільшити та покращити курортні умови для громадян та туристів.

Отже, на підставі реалізації стратегій управління Бехтерської територіальної громади впроваджені логічні послідовні заходи щодо підвищення рівня якості мешканців, рівня доходів населення, збільшення кількості соціальних об'єктів та реалізації програми з розвитку туристичного бізнесу.

### **Список використаних джерел**

1. Проект Європейського Союзу «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ms/2015/december/issue-12/article-14216.html>

2. Стратегічний план розвитку Бехтерської громади до 2022 року.  
[Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<https://behterska.gromada.org.ua/strategichnij-plan-rozvitku-behterskoi-gromadi-do-2022>

**Євтухова С.**  
к.е.н, доцент кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування,  
Херсонський державний  
університет  
**Ніколаєнко Е.**  
здобувач вищої освіти 2 курсу  
СВО «магістр»  
Херсонський державний  
університет

## **СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ХЕРСОНСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ**

Сучасний формат функціонування територіальних громад України передбачає застосування множинних інструментів, які узагальнені у їх програмах розвитку, що передбачають досягнення економічного зростання, покращення добробуту, підвищення комфортних умов життя мешканців певної території та ефективної комплексної реалізації секторів територіальної громади.

Ефективність впроваджених результатів досягається, насамперед, через призму децентралізації, де головним фактором є фінансовоспроможність громад, яка б давала можливість реалізувати заплановані стратегії розвитку [1]. Це стосується об'єктів економічної та соціальної, освіти, охорони здоров'я, надання базових соціально-адміністративних послуг через центри надання адміністративних послуг, створення таких умов життя, які б відповідали позиціям сталого розвитку певних територій. Саме реалізація всіх



запланованих заходів для всіх територіальних громад відбувається завдяки ефективному застосуванню бюджетних коштів.

Херсонська міська територіальна громада представлена шістнадцятими структурними одиницями, де основними бюджетоутворюючими джерелами є надходження від продажу землі, відчуження об'єктів комунальної власності, грошові ресурси від пайової участі забудовників місцевої інфраструктури. Видатки по міській територіальній громаді нами визначені у таблиці 1 [2].

*Таблиця 1*

**Міський бюджет Херсонської громади  
по видатках, млн.грн. [2]**

Вид видатків	2018		2019		2020	
	план	факт	план	факт	план	факт
Органи місцевого самоврядування	104,3	103,3	126,0	123,8	172,3	162,5
Освіта	1220,9	1209,0	1359,0	1349,8	1546,4	1494,3
Охорона здоров'я	477,9	476,0	363,6	360,9	173,6	170,6
Культура	33,9	33,4	36,3	35,7	34,1	33,5
Фізична культура і спорт	39,4	39,1	45,9	45,6	52,0	51,1
Соціальний захист і соціальне забезпечення	544,8	537,5	634,5	565,1	48,8	45,8
Житлово-комунальне господарство	172,2	169,7	208,4	205,3	189,2	165,9
Будівництво та регіональний розвиток	36,0	29,2	45,5	42,9	33,0	27,3
Транспортна галузь, дорожнє господарство	78,6	76,7	102,9	101,7	145,5	138,9

Зважаючи на великий спектр фінансових видатків, перед Херсонською міською територіальною громадою завжди є потреба у швидкому реагуванні на нові виклики глобального розвитку. Тому керівники громади часто імплементуються у світову глобальну систему розвитку за допомогою участі у міжнародних проектах, основними з яких є: **програма для України з розширення прав і можливостей на місцевому рівні, підзвітності та**

**розвитку «U-LEAD з Європою», «Міцні регіони – Спеціальна програма підтримки України».**

Особлива увага також приділяється реалізації основним позиціям стратегічного розвитку, де базовими є дві складові: розвиток Херсонської міської територіальної громади реалізується у напрямі покращення головних сфер життєдіяльності населення – соціально-економічної, культурно-духовної, екологічної, політичної тощо; до процесу формування та розробки обов’язково залучаються мешканці територіальної громади та її стейкхолдери. Відповідно до цього, ефективна реалізації щодо впровадження основних заходів з покращення територіальної місцевості та її складових компонентів буде забезпечена підтримкою більшості населення громади, що підвищить відповідальність за її якісну реалізацію [3].

Ще одним шляхом реалізації стратегічного розвитку можна назвати дієвість громадського моніторингу, який відображає управлінську відповідальність щодо реалізації впроваджених стратегій перед мешканцями Херсонської міської територіальної громади.

Підсумовуючи, наведемо те, що стратегічний розвиток дозволяє Херсонській міській територіальній громаді краще усвідомити стратегічні цілі, конкурентні переваги, доцільність впроваджених стратегій, практичну реалізацію участі у міжнародних програмах, а також оцінити всі недоліки факторів негативного впливу для пошуку ефективних системній дій.

### **Список використаних джерел**

1.Мамонова В.В. Методологія управління територіальним розвитком: монографія / В. Мамонова // Харків: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр». – 2006. – 196 с.

2.Профіль Херсонської міської територіальної громади - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://miskrada.kherson.ua/stratetiia-rishennia/profil-khersonskoi-miskoi-terytorialnoi-hromady/>

З.Чукіна І.В. Залучення жителів громади до процесів планування місцевого розвитку / І. Чукіна, М. Дяченко // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2020, № 2. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1577>

**Kazakova T.**  
PhD, Associate Professor  
**Do Tung K.**  
student of the Faculty of Business and Law,  
Kherson State University

## **CREATIVE STYLE OF ENTERPRISE PERSONNEL MANAGEMENT IN MODERN CONDITIONS**

The modern world is changing rapidly, there are breakthrough innovations, consumer needs are constantly growing, competition among organizations is growing. Today there are opportunities to move to a new style of organization management - creative style. Creative style is the use of remote work plus the stimulation of creative thinking.

Creative management style creates a special creative atmosphere in the organization; each employee feels its significance for the organization and seeks to create their own breakthrough project. An organization that uses a creative management style should strive for innovation and breakthrough creative solutions. To apply a creative style requires special conditions: creative managers, corporate coworking, organization of remote work, special motivation, soft and comfortable control, project coordination. Creative style provides opportunities for the breakthrough of the organization in terms of competitiveness, including in foreign markets. This is an extremely important circumstance for modern Ukrainian companies today.

The need to generate creative ideas puts the modern manager in a new situation when a new management style is needed.

Hewlett-Packard, which was the first to enter Silicon Valley, revolutionized the emergence of a new style of management. The founders of the company with their actions and words laid the foundation for its successful existence. David Packard formulated three principles that were followed and are followed by all HP executives [3]. The first is to constantly bring significant new values into the consumer's life; the second is to constantly compete in the external environment, not in the internal one; third, to constantly find new areas of technology in which HP can make a significant contribution.

Even before World War II, when William Hewlett and David Packard only outgrew garage production and began inviting employees, they "peeked" at a direct competitor, General Radio, internal regulations and procedures. Among them was a unique compensation policy at the time, in which wages depended on the personal efficiency of employees and the overall profit of the company. This system, implemented by HP, resulted in up to 80% of employees' salaries being a variable, non-guaranteed part.

The management style, called the HP Method, was more focused on the company's employees than on its products. The main resource was the intelligence of employees. The company had a truly democratic atmosphere. As a result, HP has become a desirable place to work and for decades has consistently occupied the top ranks in the rankings of employers.

Today, management technologies at HP are far from this method, but in one form or another, the above principles are used because they are firmly entrenched in the "corporate memory".

Hewlett and Packard treated employees as family members. They kept management from interfering in "the natural desire of employees to do their job well." This company began to use a new organizational structure - adhocratic, which was focused on creating a comfortable environment for employees who think creatively.

Subsequently, various management practices appeared in various Silicon Valley companies, which were designed to stimulate original thinking. Especially successful was Google (now part of the Alphabet holding company), which gave employees the opportunity to create their projects during working hours, the possibility of a free work schedule and, finally, remote work. Then Mark Zuckerberg's Facebook company provided the same opportunities for employees. The head of Facebook in no way influences or controls what exactly the developers do in the time given to them for free programming. The founder of the site learns about the elements invented by them last [20].

A characteristic feature of Zuckerberg is his desire to set people difficult tasks and take a little time to complete them, thus pushing for greater productivity and creativity. At the same time, at first it was meant that the employee must be on the territory of the company, for this purpose a special space was created for parks, isolated premises, cafes, coworking.

Google has a brilliant idea - to provide employees with everything they need in the workplace so that nothing distracts him. Google has gyms, free cafes, hairdressers and dry cleaners. Now the employee could only focus on work. Such concentration sooner or later gives the results, household trifles do not distract the worker from creation of sometimes breakthrough projects. Yes, G-mail was created in one day by a company engineer who was just in a good mood. Thus, the mood of the employee is also an important factor in creative thinking. It will be extremely difficult to create interesting ideas in a bad mood. No wonder the favorite motto of one of the founders of Google Sergey Brin - "A happy employee works more productively."

This is true, and this motto may be the basis of a new style of management. Its task is to make a person happy, and therefore winged, and therefore able to generate breakthrough ideas that can bring companies billions in revenue. All Google employees are given a lot of independence, which is enjoyed by its founders. Sometimes they suddenly come to meetings, where no one was waiting for them,

but sometimes, and completely disappear in an unknown direction, which is known only to the crew of a corporate aircraft that carries them on board.

Thus, in the new conditions within the framework of innovation management a new, fourth style of management has taken shape - creative, it is an alloy of the desire for creative thinking and the most comfortable working conditions. Naturally, it will also improve over time. But the main basic components of creative style we can identify now - the stimulation of original thinking and the desire for the most comfortable working conditions.

Creative style aims to keep employees constantly in search, without limiting them to many conditions.

In such conditions, breakthrough projects can be created, with which it will be possible to significantly change or diversify the range of products, and thus quickly adapt to the requirements of the external environment.

## References

1. Creative Economy Report. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making. – Geneva : UNSTAD/DITC, 2018. – 357 p

2. Creative Industries Programme / Department for Culture, Media and Sport [Electronic resource]. – Access mode: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/523024/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_January\\_2016\\_Updated\\_201605.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf).

3. Characteristics of Creative Leaders. [Electronic resource]. – Access mode <https://www.thnk.org/insights/what-is-creative-leadership/>

4. National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries / Creative Industries Series. – Geneva: WIPO, 2020.

5. Six Leadership Styles for Creative Leaders [Electronic resource]. – Access mode [https://www.davidparrish.com/six\\_leadership](https://www.davidparrish.com/six_leadership)

**Kamburova J.**

first-year master's student at the Faculty of Business and Law,

Kherson State University

*Scientific adviser: Doctor of Economics, Professor Ushkarenko I.V.*

## **FEATURES OF AN EFFECTIVE INNOVATIVE ACTIVITY IN CREDIT COOPERATION**

An enterprise of any form of management cannot be imagined without the introduction of new technologies and appropriate equipment to ensure the competitiveness of products. Innovation is the process of introducing, disseminating and using innovation. Their goal is the direct satisfaction of social needs for products, services, processes of a higher quality level [3, 4].

Features of effective innovative activities determine the direction and pace of development of cooperative enterprises, achieving the necessary end results of innovative activity and continuous economic growth.

To assess the effectiveness of innovative activities of credit cooperative enterprises, it is advisable to use a system of interrelated effects: 1) scientific and technical (cost-effectiveness at the first stage of the product life cycle); 2) marketing (savings by reducing the time to enter the product market); 3) environmental (reducing environmental pollution and improving production safety); 4) regional (changing the number of jobs and improving the supply of the region with resources) [5].

The features of effective innovative activities of cooperative enterprises include:

- the presence of high demand for products in the regional market;
- the ability to attract skilled and cheap labor within the region;

- the use of advanced technology based on the growth of consumer demand for products;
- the formation of close ties and mutual coordination of activities with enterprises manufacturing technological equipment and developing technological processes for the production of products;
- organization of the relationship of functional units engaged in production, technical, financial, economic, investment, and innovative activities during the development of new products;
- the development of marketing activities to study the dynamics of the consumer market of food production both within the region and beyond;
- the creation of special environmentally friendly materials for the production and packaging of food products;
- improving the quality control system and certification of raw materials for production.

The innovation is designed to solve such problems as increasing market share, reducing costs, increasing productivity, increasing capacity. The economic value of innovation is determined by the growth of profitability, the expansion of the scale of production and the possibilities of accumulation for subsequent reinvestment of capital.

### **References**

1. Deyneko L., Kupchak P. Development of strategic potential of the food industry of Ukraine. *Food and processing industry*. 2009. №6. P. 5-9.
2. Levitskaya I.V. Problems of intensification of reproductive processes at food industry enterprises. *Economics of the food industry*. 2010. №3. P. 14-17.
3. Makarenko I.O. Modern mechanisms of stabilization of activity of the food industry enterprises. *Current problems of economy*. 2006. №. 2 (56). 93-100 p.
4. Solovyov A.I. Infocommunication support of management of agrarian production structures: Monograph. Kherson: FOP Green D.S. 2015. 420 p.



5. Yakimchuk T.V. Perspective on the Development of Ukrainian Enterprises and Industrial Activities of Ukraine. *Economy and management of enterprises*. № 4 (106). 2010. P. 162-168.

**Karimov D.**

Second-year master`s student at the Faculty of  
Business and Law,  
Kherson State University  
*Scientific supervisor: Doctor of Economics, professor Soloviov A.I.*

## **SOCIO-ECONOMIC ASPECTS OF OBJECTIVE SYSTEM FORMATION IN ADMINISTRATIVE MANAGEMENT**

Management as a conscious human activity is traditionally defined through the concept of purpose. Norbert Wiener, who proposed a universal model of management, thought that the purpose is the first of the six mandatory factors of the cybernetic control loop (the ability to achieve them is the second factor) [1, p. 64]. It is obvious that goals do not exist in nature separately from human, they are the product of our consciousness, our personality. T. Parsons also supported this idea, noting that «The personality of an individual is assigned mainly to the function of goal achievement. The personal system is the main executor of the processes of action and, consequently, the embodiment of cultural principles and precepts. At the level of reward the main purpose of the action is to meet personal needs or personal satisfaction» [2, p. 318]. Human, therefore, constantly reproduces what moves him and determines his actions everywhere.

The diversity of types and forms of human activities allows us to make a conclusion that goals generated by human are multi-faceted: spontaneous and scientifically proven, simple and complex, material and spiritual, individual and collective. There is no doubt that if an activity is carried out, then there are a number of purposes that gave rise to it and supported it. This applies equally to the purposes of the subject that carries out this activity, and to the object to which it is directed.

In this sense, the sociological approach allows to characterize the purposes of the social organization of the civil service, exploring and interpreting the interaction of participants in this process expressed in the categories of their goals.

In our opinion, the goals of commercial and public organizations are significantly different. Commercial organizations are created by the owners and serve for the fulfillment of their subjective goals. Public organizations represent the goals that existed before the subject comes there and continue to exist after he left. While corporate management is characterized by goal setting, in a public institution exist only their limited interpretation and correlation with each other.

T. Parsons considered bureaucratic organization as a «predominantly political phenomenon, because it is primarily focused on achieving collective purposes» [3]. However, to equate the collective goals and the goals of the state would not be entirely legitimate. Bureaucracy is also a collective phenomenon, so we consider it would be fair to agree with R. Darendorf, who believed that the goals in the name of which the bureaucracy sends its power, are not its goals and are not born in the depths of its hierarchy [3]. At least this is the way it should be ideally.

According to N.L. Zakharov, the relationship between the goals of the individual and society is dictated by the goals of society. How does the society incline the behavior of the individual in the civil service? According to the observations of I.A. Vasylenko, most experts think that the prior task of socio-political and state-legal entities is to support a real connection of the civil service with the life of the people. However, it is not enough to declare this purpose, it is much more important to find mechanisms to achieve it [1, p. 86]. As a mechanism, N.L. Zakharov offers social reflection [1]. But social reflection in this regard can not be addressed directly to the administrative apparatus, its vector is directed towards the state in any case. Ultimately, it all depends on what purposes the state appropriates. After all, if the purposes for the state apparatus are not set, it gives opportunity to the bureaucracy to realize its own corporate interests and use «informal» levers of control [1].

The main purpose of management in the system is to maintain a typical way of working. If we consider the system of administrative management, including as a system of interrelated goals of society, state, bureaucratic corporation, individual, it is logical to assume that all these groups of consumers agreed on a single, typical way of management in the system, and managers are essentially those entities that support this consensus.

Since the theoretically possible ideal balance of goals in practice has deviations, it is possible to see these deviations through observation. This tilt, therefore, should show us which goals of the group subject prevail in the management system, which will give objective grounds to judge what is the slope of management behavior, what is the subject of this behavior, the factor of which subject is determining. The goals themselves can be formulated in different ways, and with the help of sociological research. The definition of target guidelines for management behavior is set in accordance with the rules, norms and values.

### **References**

1. Vasilenko, I.A. Public Administration in Western Countries: USA, Great Britain, France, Germany: Textbook. K.: Logos, 2000. 198 p.
2. Knorring, V.I. Theory, practice and art of management. K.: Norma, 2014. 527 p.
3. Ustyuzhanin, A.P. Socio-psychological aspects of team management. K.: Naukova dumka, 1993. 111 p.

**Колібабчук М.**

Докторант Пряшівського Університета в Пряшіві (Словаччина)

## **МІГРАЦІЙНА КРИЗА В СХІДНІЙ ЄВРОПІ: НАСЛІДКИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Країни-члени ЄС і НАТО протягом останніх 7 років неодноразово зустрічалися з такими викликами, як міграційні кризи. Більшість цих криз

стали наслідком втручання Російської Федерації у справи інших країн (Україна, Сирія), а також дії авторитарних режимів-союзників Кремля (режим Олександра Лукашенка, Республіка Білорусь та режим Башара Асада, Сирія).

Збройна агресія проти України в 2014 р., окупація Криму й частини Донецької та Луганської областей призвело до появи понад 1,5 млн. внутрішньо переміщених осіб, які вимушено залишили свої домівки. Внаслідок агресивних дій гібридних військ Російською Федерації та її диверсійно-терористичної мережі в Україні виник ризик масової міграції громадян України до країн Європейського Союзу, однак стабілізація лінії фронту в 2015 році та підписання так званих других Мінських угод уповільнили процес виїзду українців на територію країн ЄС.

В 2015-2018 рр. внаслідок бойових дій на території Сирії, у яких активну участь брала Російська Федерація (її регулярні та іррегулярні частини), на території Південно-Східної Європи виникла одна з найбільших міграційних криз. Мешканці Сирії, постраждали від бойових дій, через територію Турецької Республіки намагалися потрапити до держав-членів ЄС (зокрема, Греції).

Дана ситуація погіршила стосунки між ЄС і Туреччиною – однією з ключових держав-членів НАТО, адже в євроспільноті намагалися зупинити міграційний потік з Близького Сходу шляхом утримання більшості біженців на території Турецької Республіки в обмін на матеріальну допомогу. Одна, офіційна Анкара довгий час була не згодна з пропозицією ЄС прийняти головний «міграційний удар» на себе, адже він ніс ризики дестабілізації, поширення деструктивних ідей, загрозу виникнення терористичних актів та додаткове навантаження на бюджет країни.

Разом з тим, країни Європейського Союзу, так само вбачаючи в потоці мігрантів загрозу для національної безпеки, прагнули стримувати біженців на територіях країн-нечленів ЄС. Міграційною кризою, викликаною війною в Сирії, скористалася Російська Федерація: з одного боку міграційна криза погіршила стосунки між державами-членами ЄС і НАТО, які опинилися під «міграційним ударом», з іншого – погіршила безпекову ситуацію в ряді держав

Східної Європи, а також збільшила фінансові витрати, необхідні на посилення кордонів та забезпечення первинних потреб біженців, які все таки потрапили з Сирії до країн ЄС і НАТО.

Як заявив головнокомандувач силами НАТО в Європі Філіп Брідлав, Росія і Сирія використовують потік сирійських біженців як зброю для дестабілізації Європи[2].

Наступним викликом для держав, які розташовані на Сході Європи, став потік біженців з Республіки Білорусь. Він став наслідком репресивної політики авторитарного режиму союзника Російської Федерації – невизнаного більшістю країн євроатлантичного співтовариства президента Білорусі Олександра Лукашенка. Головний удар потоку нелегальних мігрантів прийняла на себе Литва. Голови урядів Польщі, Литви та Латвії у спільній заяві відзначили, що потік нелегалів спланований і систематично організований режимом Олександра Лукашенка [1].

Серед біженців можуть бути не лише особи, які об'єктивно зазнають утисків за свою громадянську позицію, але й законспіровані агенти білоруських спецслужб, які, за завданням Лукашенка, мають розгорнути розвідувально-диверсійну мережу для підриву внутрішньої безпеки країн Східної Європи. Такий стан речей цілком і в інтересах Російської Федерації, яка веде гібридну війну не лише проти України, але й проти держав ЄС і НАТО та їх союзників. Російській Федерації вигідна додаткова дестабілізація ситуації в країнах, які мають чи не найбільш жорстку позицію по відношенню до Кремля – Польщі й країнах Балтії.

Україна в свою чергу також ризикує постраждати від наслідків міграційної кризи в Східній Європі: мова не лише про ризики потрапляння білоруських і російських диверсантів до України під виглядом біженців, але й цілком ймовірні наміри країн ЄС перерозподілити на Україну потік біженців в обмін на економічну й політичну підтримку. Тому офіційному Києву варто бути готовим до такого розвитку подій і вже зараз розробити правові

механізми, які мінімізують ризики для нашої національної безпеки, викликані штучно створені РФ та її союзниками міграційної кризи в Східній Європі.

### **Список використаних джерел**

1. <https://www.dw.com/uk/kryza-na-kordoni-z-bilorussiu-pidshtovkhuie-yes-do-novoi-mihratsiinoi-polityky/a-59088751>

2. <https://www.nytimes.com/aponline/2016/03/01/us/politics/ap-us-european-commander-refugee-crisis.html>

3. <https://www.radiosvoboda.org/a/news-bilorus-lytva-bizhenci-lukashenko-rozsliduvannia/31409509.html>

**Копитко Є.**  
здобувачка вищої освіти 2-го курсу  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Чмут А.В.*

### **ПІДХОДИ ДО ТЛУМАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ»**

Сучасна економіка демонструє важливі переваги участі держави у світовому поділі праці, що в свою чергу пов'язано із використанням експортного потенціалу, який, виступає як стабілізуючий фактор у виробництві. Експортний потенціал – категорія, яка характерна для більшості господарюючих суб'єктів різних форм і розмірів [1]. Також експортний потенціал притаманний галузям і регіонам.

З позиції ринкового підходу експортний потенціал визначається з такої точки зору, як в існуванні конкурентних переваг продукції, яка експортується чи має намір бути експортованою. Наявність даного потенціалу дає можливість для суб'єктів мати стабільні ринки збуту та збільшити їх присутність на міжнародних ринках. Сутність дефініції «експортний

потенціал» з урахуванням диверсифікованих підходів до здійснення експортної діяльності має багато трактувань. Для того, щоб розкрити більш повно всі його складові та характеристики розглянемо дифініюванн різних авторів [2]. На основі виявлених понять складемо таблицю визначень (табл. 1).

Узагальнюючи думки авторів, зазначимо, що експортний потенціал – це здатність вітчизняних суб'єктів господарювання максимально забезпечити потреби зовнішнього ринку в певних категоріях продукції.

*Таблиця 1*

**Визначення поняття «Експортний потенціал» з позиції різних авторів**

<b>Автор</b>	<b>Визначення</b>
Бегма В.М.	«Частина загального економічного потенціалу, що здатна відтворювати свої конкурентні переваги на зовнішньому ринку або обсяг благ, які національна економіка може створити і реалізувати за межі держави» [3].
Фомішин С.В.	«Сукупність природних, виробничих, науково-технічних, трудових та фінансових ресурсів країни, що використовуються або можуть бути використані для розвитку її зовнішньоекономічних зв'язків » [4].
Кириченко О.М.	«Соціально-економічна категорія ринкової економіки, яка відбиває можливості галузі (підприємства) зберігати або збільшувати обсяг експорту в довгостроковій перспективі, використовуючи сукупність національних і зовнішніх чинників, що дають можливість ефективно конкурувати на світовому ринку» [5].
Кисельова О.М.	«Розуміється як складова системи зовнішньоторговельних зв'язків, що реалізується через експорт товарів (послуг) (ототожнюються поняття експортного потенціалу і експорту)» [6].
Голіней С.В.	«Можливості країни з експорту продукції; продукція, що має конкурентні переваги і може конкурувати на зовнішньому ринку» [7].
Тюріна Н.М.	«Здатність національної економіки, її секторів, галузей, підприємств та компаній виробляти конкурентоспроможні на світовому ринку товари та послуги шляхом використання як порівняльних національних переваг, так і нові конкурентні переваги» [8].
Коломієць В.В.	«Здатність виробляти і реалізовувати на конкретних закордонних ринках у перспективі конкурентоспроможні товари та послуги при досягнутому рівні розвитку економіки і системі організаційно-економічної підтримки експорту» [9].

Узагальнюючи думки авторів, зазначимо, що експортний потенціал – це здатність вітчизняних суб'єктів господарювання максимально забезпечити потреби зовнішнього ринку в певних категоріях продукції.

Якщо розглядати зміст кожної дефініції з позиції наявності суті явища, змісту і результату [10], тоді при аналізі поняття «експортний потенціал» представлені сім авторів розкрили його по-різному. Деякі розкрили їх повністю, а деякі лише суть та зміст явища. Суть поняття стосується експорту, виробництва та реалізації товарів і послуг. Зміст – конкуренції та перспектив. Результат також неоднозначний, стосується конкуренції на світовому ринку і розвитку зовнішньоекономічних зв'язків.

На нашу думку найбільш повно і змістовно розкрив поняття Кириченко О.М. З його визначення виходить, що суть явища проявляється в тому, що це соціально – економічна категорія. Зміст явища характеризує можливості утримувати або збільшувати обсяги експорту. Результат явища проявляється в можливості конкурувати на міжнародному ринку в довгостроковій перспективі.

#### **Список використаних джерел**

- 1.Климик Г.В., Петрик С.В.. *Економіка та управління АПК*, 2009. № 1
- 2.Мочерний С.В. *Економічна енциклопедія: у трьох томах*. Київ.: Видавничий центр «Академія», 2002. Т. 3. 952с.
- 3.Бегма В.М. *Деякі аспекти визначення експортного потенціалу українського оборонно – промислового комплексу*. «Проблеми науки». 2007. № 7. С. 45 – 51.
- 4.Фомишин С.В. *Международные экономические отношения на рубеже тысячелетий: Учебное пособие*. Херсон: Олди-плюс, 2002. 560 с.
- 5.Кириченко О. М. Експортний потенціал харчової промисловості України. *Наукові праці Українського державного університету харчових технологій*.. 1999. № 5. С. 66-69
6. Кисельова О.М. *Активізація експортного потенціалу України на російському напрямку*: Дис.канд. екон. наук: 08.02.03 Кисельова Олена Михайлівна ; Дніпропетровський національний ун-т. Д., 2001.193 с.



7.Голіней С.В. *Державне регулювання експортного потенціалу України*. «Механізм збалансованого розвитку промислового виробництва». Київ, 2005. С. 130-139.

8.Тюріна Н.М. Сутнісні характеристики експортного потенціалу *Вісник ХНУ*. 2003. №4.

9.Коломієць В.В. Передумови дослідження експортного потенціалу регіону. *Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного університету*. Серія: Економічні науки. Черкаси: ЧДТУ. 2003. Випуск 8. С. 69-77.

10.Чмут А.В. Сутність понять «геополітика» та «глобалізація». Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Соціально-політичні процеси в Україні та світі в контексті глобалізацій них поретворень» (м.Ірпінь 23 квітня 2021 р) / укладачі : Чупрій Л.В., Мухін І.М..-Ірпінь: Університет ДФС України, 2021. С.176-178

1. Поляк-Свергун М. М. Розвиток інституційно-венчурного бізнесу в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. Випуск 18. Частина 2. С. 41-45.

2. Кузьмін О.Є., Литвин І.В. Венчурні організації у машинобудуванні: види та тенденції розвитку. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. №1 (91). С. 126-135.

3. Поручник А.М., Антонюк Л.Л. *Венчурний капітал: зарубіжний досвід та проблеми становлення в Україні*. Монографія. Київ : КНЕУ, 2000. С. 172.

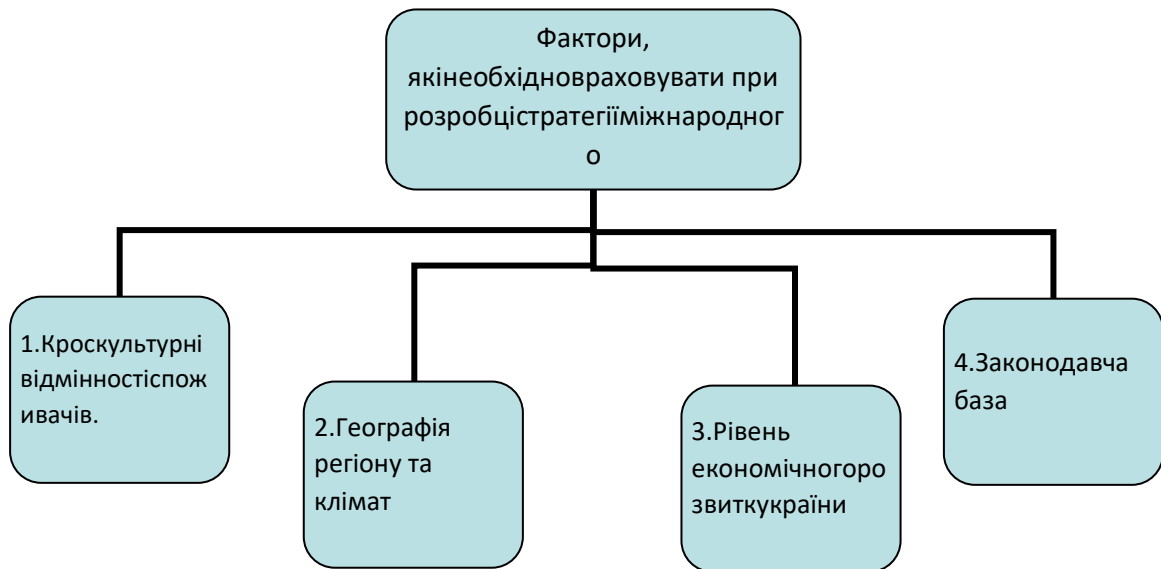
**Криворучко К.**  
здобувачка вищої освіти,  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: к.е.н., ст.викладач Чмут А.В.*

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ БРЕНДАМИ В ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЯХ**

На сучасному етапі розвитку міжнародної економічної інтеграції та міжнародної торгівлі застосування ефективної міжнародної стратегії брендингу є ефективним методом збільшення капіталізації транснаціональних компаній, тобто їх ринкові витрати. Рентабельність та капіталізація тісно пов'язані, оскільки останній показник залежить від суми отриманого прибутку. Тож якщо ми порівняємо портфель найсильніших міжнародних брендів, можна помітити великий внесок бренду у вартість акцій ТНК кожного року.

Можна виділити ряд факторів, які прямо чи опосередковано впливають на вектор оформлення стратегії виходу бренду на міжнародний рівень та наближені до нього особливості подальшого управління. Пропонуємо розглядати такі фактори, умовно розділивши їх на 2 групи - фактори безпосереднього впливу, вони не підлягають управлінню ТНК і фактори, які можуть коригуватися ТНК. До першої групи слід відносити такі фактори(рис.1).

Фактор крос-культурних відмінностей. У кожному національному середовищі існують певні, притаманні цьому регіону, звичаї, традиції, стереотипи і споживчі очікування. Це необхідно враховувати при виборі назви бренду, дизайну упаковки, основних кольорів, способу позиціонування та просування на ринку. Саме тому при виборі назви та основних ідентифікаторів бренду (колірна схема, логотип, слоган) ТНК зазвичай прагнуть знайти оптимальне рішення, яке можна використовувати в усьому світі.



**Рис. 1. Фактори, для розробки стратегій міжнародного бренд-менеджменту (перша група)**

Фактор географії регіону та клімат. При виборі зони реалізації продукції необхідно, безумовно, оцінити кліматичні умови в рамках культури споживання продукції та можливість мінімальних втрат при доставці. Наприклад, не доцільно виводити на ринок африканських країн широкий портфель кондитерських виробів ТМ «Рошен», оскільки транспортування шоколаду, тортів, тістечок вимагає холодильного обладнання та дуже дбайливого обладнання на кожному етапі логістичного циклу.

Рівень економічного розвитку країни. Рівень економічного розвитку різних країн може в значній мірі відрізнятися, що свідчить про нерівномірність отримання прибутків в регіонах з однаковим обсягом продажів. Рівень економічного розвитку країни. Рівень економічного розвитку різних країн може сильно відрізнятися, що свідчить про неоднакові доходи в регіонах з однаковим товарообігом. Тому політика управління брендами ТНК повинна приймати даний фактор до уваги як один із основних при плануванні КРІ регіону та прогнозуванні фінансових очікувань.

Фактор законодавчої бази. Глобалізація бренду завжди тягне за собою велику кількість юридичної роботи. Це пов'язано, перш за все, з особливостями національного законодавства кожного нового, для бренду

ринку. По-друге, у процесі консолідації своєї діяльності та інтеграції брендів на міжнародний ринок ТНК ретельно перевіряються антимонопольними комітетами та ретельно контролюються агентствами із захисту прав споживачів. Здебільшого такі дії чиновників спрямовані на захист місцевих виробників, штучно ускладнюючи розвиток іноземних брендів у своїй країні.

Фактор локальної конкуренції. Цей фактор є одним із перших, які відділ маркетингу враховує при вивченні реальності виходу на ринок обраних брендів. Жорстка конкуренція з боку місцевих виробників, до того ж ускладнена юридичними аспектами виходу на цей ринок, відразу дає зрозуміти, що за розмір цього ринку доцільно «боротися».

До другої групи факторів належать ті, які піддаються впливу ТНК і можуть коригуватися підприємством у процесі адаптації до обраного ринку:

1. Модель управління для ТНК. Приймаючи рішення про інтернаціоналізацію бренду, компанія повинна створити надійну структуру бренд-менеджменту на нових ринках. У цьому випадку ТНК, швидше за все, вибиратимуть між місіями - створення окремих офісів у країнах, де починається розвиток бренду (конкретні філії, окремі дочірні компанії, розподілені партнери) або поділ підрозділів всередині ТНК, які відповідають за певні регіони та керують ними у віддаленому ступені.

2. Сегментація форуму. Розмір аналізу ринку, його основний гравець, приріст бренду, конкретна цільова аудиторія, економічний розвиток регіону та інші фактори, ТНК повинні бути ефективними суб'єктами бренду, збалансувати портфель продуктів у кожному регіоні. Краще, не транслюйте свої рекомендації щодо продуктів на всі ринки світу, оскільки один і той же продукт може належати до різних сегментів у різних країнах.

3. Наявність обраних каналів для просування бренду. Хоча розвиток глобальних інформаційних технологій дозволяє використовувати провідні маркетингові канали для брендингу, його ефективність може сильно відрізнятись від країни до країни. Наприклад, використання інформаційних бюлетенів Viber майже не використовують у Польщі, хоча цей інструмент

активно використовується в Україні як брендами ТНК, так і мережами споживчих товарів.

4. Інновації та цільова група. Ціль диференціації цих понять на як окремий впливаючий фактор полягає в тому, що сам споживач бренду може бути різний у кожній країні. Саме тому треба розуміти ваші цільові групи на кожному ринку та відповідно розробити / адаптувати комунікаційну стратегію.

Будь-яка компанія, яка просуває власний бренд на зарубіжних ринках, стурбована вибором розвитку пасажирського продукту - адаптацією його до місцевого рівня або розширенням своєї глобальної стратегії і розробкою надійного брендингу. Однак ці два процеси можна об'єднати в єдиний набір рішень, оскільки створення гнучкої стратегії управління брендом, яка враховує максимальну кількість усіх можливих аспектів виходу на новий ринок, дозволить ТНК досягти бажаних бізнес-цілей.

### **Список використаних джерел**

1. Береговская Т.А. Концепция международного брендинга в стратегиях транснациональных корпораций. *Вестник ГУУ*. 2015. №11. С.20-25.
2. Нильсон Т. Конкурентный брендинг. СПб.: Питер, 2003. 208 с.
3. Чернышева, А. М. Брендинг: учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. М.: Юрайт, 2014. 504 с
4. Чмут А.В. Развитие аутсорсингу в странах Европы. Матеріали 4 Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Сучасний менеджмент: проблеми і перспективи розвитку» (Херсон, 21 травня 2019 р.) / упоряд. Боліла С.Ю.- Херсон: ДВНЗ «ХДАУ», 2019 -291с.

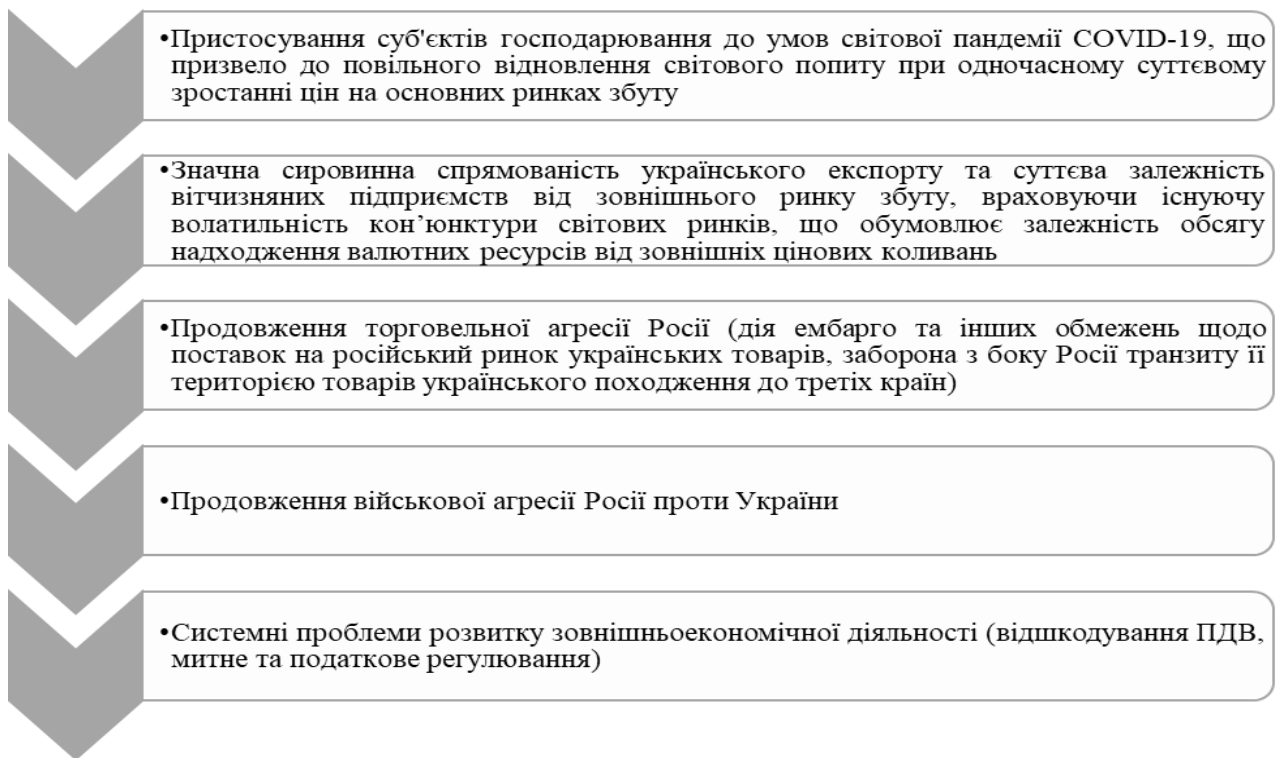
**Крупський С.**  
здобувач 1 курсу магістратури факультету бізнесу і права  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професор Ушкаренко Ю.В.*

## **АНАЛІЗ ЕКСПОРТУ У СИСТЕМІ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ**

У 2021 році світова економіка та торгівля зіткнулися з безпрецедентним у мирний час екзогенним шоком, особливістю якого є те, що держави самі накладають серйозні обмеження на економічну активність та транскордонний потік товарів, послуг та робочої сили. При цьому збитки за основними макропоказниками очікуються більше, ніж під час глобальної фінансово-економічної кризи 2008-2009 років. За оцінкою МВФ, світовий ВВП у 2021 році впаде на 4,9%, що буде найглибшою рецесією за весь повоєнний час.

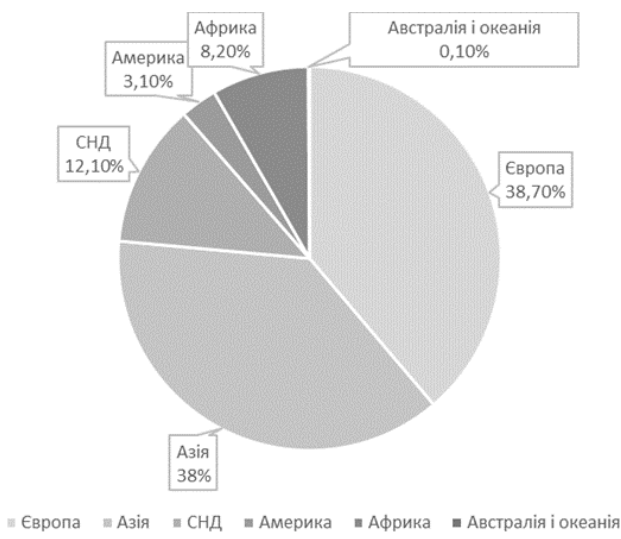
Глобальне посилення протекціоністських тенденцій, що найбільш яскраво виразилося у тривалій торговій війні США і Китаю, виході Великобританії з Європейського союзу, послаблення зростання ряду ключових економік світу і загальне наростання геополітичної напруженості, а також виробництво товарів та послуг в умовах світової пандемії COVID-19 призвели до різкого стиснення світової торгівлі (її темпи приросту знизилися до 0,9% у річному вираженні – найгірший показник із часів кризи 2008 року) та високої волатильності цін на глобальних сировинних ринках. Основні чинники, що вплинули на формування показників зовнішньої торгівлі показані на рис.1.

Проте, не дивлячись на світові проблеми, зовнішня торгівля України показує позитивні результати. Зокрема експорт товарів і послуг у I півріччі 2021 року зріс на 25,5%, а саме на 7 087,2 млн дол. у порівнянні з I півріччям 2020 року [1]. Загалом, це можна вважати позитивною рисою того, що торговельні відносини поступово починають відновлюватися.



**Рис. 1. Фактори формування показників зовнішньої торгівлі України у 2021 році**

Україна продовжує розвивати свої партнерські відносини з іншими країнами та відкриває нові ринки збуту. На рис. 2 представлено динаміку експорту товарів і послуг за географічною структурою.



**Рис. 2. Динаміка експорту товарів і послуг у континентальному розрізі**

За перші 6 місяців найбільше товари та послуги експортувалися до: ЄС – \$ 13 386,9 млн (38,4% від загального експорту товарів та послуг); КНР – \$ 4

307,2 млн (12,4%); Туреччина – \$ 1 866,2 млн (5,4%); США – \$ 1 480,8 млн (4,2%) [1].

Європейський Союз залишається найбільшим торговельним партнером України, з яким зміцнюється співпраця не тільки у торгівлі, а і у багатьох інших сферах економіки. За результатами I півріччя було збільшено постачання української продукції до ЄС на 43,9%. Така позитивна тенденція забезпечена, зокрема, наявністю Угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС, налагодженням прямих контактів між українським і європейським бізнесом, усуненням технічних бар'єрів у торгівлі та вдосконаленням системи контролю за безпечністю харчової продукції [2].

Найбільше було експортовано продукцію АПК та харчової промисловості (24,7%), продукцію металургійної промисловості (22,5%), мінеральні продукти (16,7%), продукцію машинобудування (15,2%), деревину та паперову масу (6,1%), продукцію хімічної промисловості (4,9%) та продукцію легкої промисловості (4,0%) [1]. Беручи до уваги структуру товарів, що були експортовані, слід зазначити, що позитивний приріст показали руди та концентрати залізні, проводи ізольовані, напівфабрикати з вуглецевої сталі та ін.

Таким чином, можна зробити висновок експорт України у 2021 році має позитивну тенденцію. На це вказує позитивне сальдо у \$413,6 млн станом на I півріччя. Стимулювання розвитку аграрної галузі промисловості виробництва та переробки якнайкраще позначається на зовнішній торгівлі. Економіка України почала новий етап свого розвитку після значних втрат через обмеження пандемії COVID-19.

### **Список використаних джерел**

1. Інфографіка щодо загальних підсумків експорту товарів України у I півріччі 2021 року. URL: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/09%D0%95%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82\\_%D0%A2%D0%9F\(06-2021\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/09%D0%95%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82_%D0%A2%D0%9F(06-2021).pdf)



2. Україна на чверть збільшила експорт у I півріччі 2021 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/ukrayina-na-chvert-zbilshila-eksport-u-i-pivrichchi-2021-roku>

**Кузнєцов Е.**  
д.е.н., проф., завідувач кафедри  
менеджменту та інновацій  
Одеського національного університету  
імені І.І. Мечникова

## **ІНТЕГРАЛЬНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ СИНГУЛЯРНОСТІ**

В сучасних умовах розвитку процесів четвертої промислової революції Індустрія 4.0 важливим і пріоритетним фактором інноваційних змін виступає професійна система менеджменту, формат розвитку якої повинен мати певну адаптовану професійну якість. В той же час, розвиток процесів капіталізації інтелектуальних людських ресурсів все більше набуває необхідну якість і формат інтелектуального і управлінського капіталів. Управлінський капітал виступає ведучою ланкою, оскільки саме він створює необхідні і достатні умови для формування і адекватного розвитку інтелектуального капіталу організації. Практично управлінський капітал проявляється через діяльність управлінської команди, яка має ознаки інтегральної якості професійної підготовки через адаптовані форми взаємодії ефективності (професійний потенціал) і результативності (практична реалізація планових цілей). Результативність є особливим елементом цієї взаємодії саме тому, що без досягнення позитивної результативності в діяльності менеджменту сам менеджмент в такій якості не потрібен і його необхідно, як скоріше, замінити, або провести певну професійну підготовку діючих кадрів менеджменту.

Також, необхідно зазначити, що інноваційна динаміка розвитку сучасного суспільства системно пов'язана з розвитком інформаційних технологій і, особливо, з процесами розвитку штучного інтелекту (рис. 1). Технологічна сингулярність ( *переклад слова з лат. мови означає: окремий,*

*разовий*) використовується для визначення пікових форм розвитку штучного інтелекту, а саме третьої і четвертої хвилі розвитку. Управлінський капітал також є піковою формою визначення адекватної якості професійної системи менеджменту. Потенціал управлінського капіталу необхідно використовувати для розробки та впровадження результативних механізмів управлінського супроводу процесів четвертої промислової революції Індустрія 4.0 в контексті системного використання можливостей штучного інтелекту.

<b>Хвилі штучного інтелекту</b>	<b>Характерні риси</b>
Перша хвиля: Штучний інтелект <i>Інтернету</i>	Це в основному рекомендаційні алгоритми: вони вивчають наші особисті уподобання, а потім пропонують контент, підібраний спеціально для нас. Ефективність цих механізмів залежить від даних, до яких у них є доступ. Саме великі інтернет-компанії в даний час мають в своєму розпорядженні найбільші за обсягами цифрові дані в світі. Хороші дані - це дуже багато даних. Ця хвиля ґрунтується на діях інтернет-користувачів, які автоматично позначають дані при перегляді.
Друга хвиля: Штучний інтелект <i>для бізнесу</i>	Основна ідея полягає в тому, що традиційні компанії автоматично позначають величезні обсяги даних протягом десятиліть. Всі ці дії створюють розмічені точки даних: до кожного набору ознак прив'язується певний результат. Бізнес шукає в базах даних приховані кореляції, він спирається на всі коли-небудь прийняті рішення і досягнуті результати і використовує помічені дані для навчання алгоритму, здатного працювати краще найдосвідченіших фахівців. Штучний інтелект для бізнесу здатний не тільки рахувати гроші, він також здатний забезпечити якісними масовими послугами тих, хто раніше не міг собі це дозволити. Це, в першу чергу, медична діагностика високої якості, а також консультації судової системи і загальної юридичної практики.
Третя хвиля: Штучний інтелект <i>сприйняття</i>	Алгоритми тепер можуть об'єднувати пікселі фотографій, аудіозаписів, відеозаписів в значимі кластери і розпізнавати об'єкти, користуючись тими ж механізмами, що й наш мозок. Навколишній нас світ буде оцифровуватися завдяки поширенню датчиків і інтелектуальних пристроїв. Ці пристрої перетворюють реалії фізичного світу в цифрові дані, які потім можуть бути проаналізовані і оптимізовані за допомогою алгоритмів глибокого навчання.
Четверта хвиля: Штучний інтелект <i>автономний</i>	Являє собою інтеграцію і апогей всіх досягнень попередніх етапів. Як тільки машини зможуть бачити і чути навколишній світ, вони будуть готові рухатися і

	продуктивно діяти в ньому. З'являється можливість об'єднати здатність машин та оптимізації на основі масиву даних з їх новими набутими сенсорними можливостями. В результаті злиття воедино цих надлюдських можливостей машини знайдуть дар не тільки розуміти навколишній світ - а й змінювати його.
--	---

Рис.1. Чотири хвили розвитку штучного інтелекту  
(сформовано на основі 1, с. 109-141)

Інтегральна якість управлінського капіталу системно формується під впливом розвитку штучного інтелекту, а точніше можливостями використання найбільшої кількості релевантної інформації для швидкої розробки і прийняття якісних (ефективних і результативних) управлінських рішень в період нових інноваційних циклів розвитку. Інтегральна якість менеджменту починає формуватися в процесі взаємодії науки, аналітики (управлінського консалтингу) і практики управлінської діяльності (рис. 2).

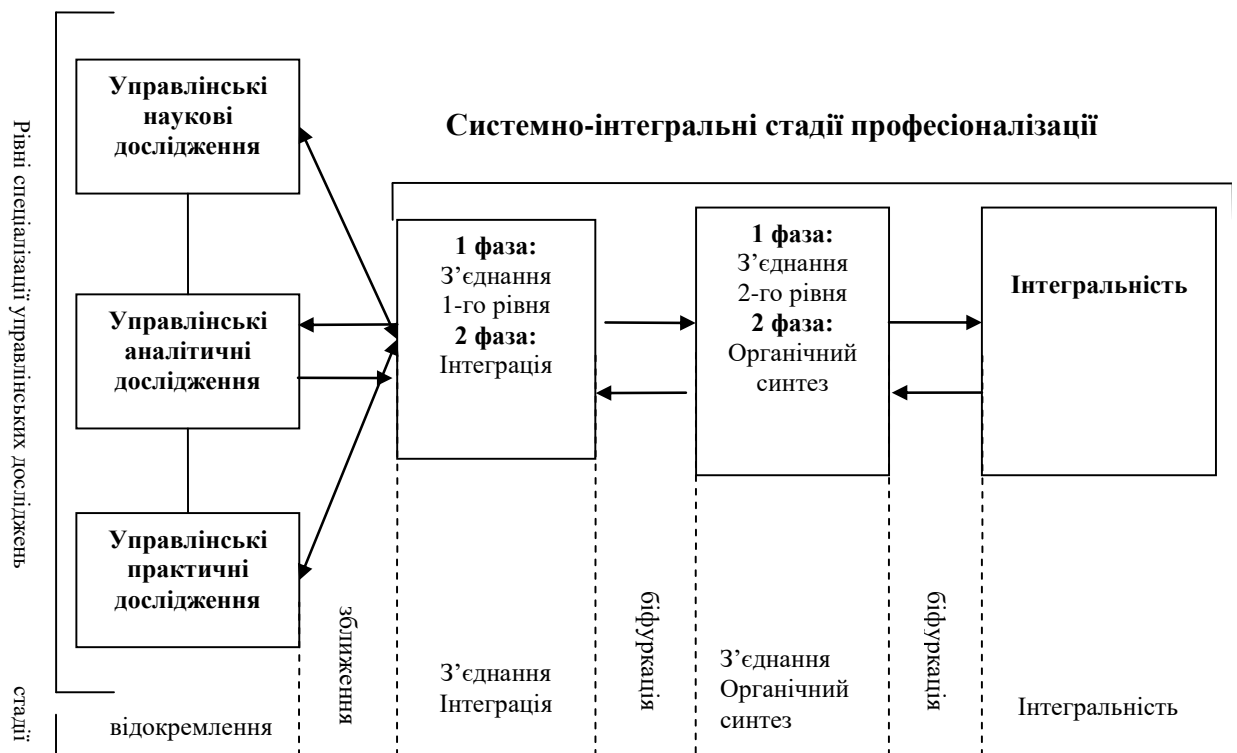


Рис. 2. Процес взаємодії науки, аналітики і практики менеджменту  
(розроблено автором)

Таким чином, формування і розвиток інтегральної якості управлінського капіталу є стратегічним пріоритетом розвитку інноваційної економіки в епоху технологічної сингулярності. Сьогодні, на думку К. Шваба менеджмент не створює якісних можливостей адекватного управлінського супроводу

процесам четвертої промислової революції, а багатьох випадках цей супровід взагалі є відсутнім [2, с. 17-18]. Потрібні зміни системного характеру на позиціях розвитку менеджерської (управлінської) науки, менеджмент-освіти, професійної підготовки діючих кадрів менеджменту, що означає необхідність подальшого розвитку професіоналізації управлінської діяльності як головного пріоритетного напрямку сучасної державної політики.

### **Список використаних джерел**

1. Ли, Кай Фу. Сверхдержавы искусственного интеллекта. Китай, Кремниевая долина и новый мировой порядок. Пер. с англ. Н. Константиновой. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 240 с.

2. Шваб К. Четвертая промышленная революция. Пер с англ. М.: Издательство «Э», 2018. – 208 с.

3. Гупта С. Цифрова стратегія. Посібник для переосмислення бізнесу. Пер. з англ. І. Ковалишеної. – К.: Вид. група КМ БУКС, 2020. – 320 с.

**Лазор О.**

Доктор наук з державного управління, професор кафедри публічного управління та адміністрування Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

**Лапшин С.**

Кандидат історичних наук, доцент кафедри публічного управління та адміністрування Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

**Гуменюк Л.**

Директор комунального закладу дошкільної освіти (ясла-садок) №2 «Віночок» Літинської селищної ради

### **ОЦІНЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ЗА ДОПОМОГО SWOT-АНАЛІЗУ**

Необхідною передумовою соціально-економічного розвитку території є стратегічне планування. Територіальні громади самостійно можуть бути

спроможними. Саме вони планують свій розвиток, здають про добробут громадян. Для досягнення успіху зусилля громади мають бути конкретними, інноваційними та стратегічними.

Важливе місце в стратегічному плануванні належить перспективному розвитку та аналізу зовнішніх умов. Найпоширенішими методами є: експертні; метод соціально-економічного аналізу; метод прямих інженерно-економічних розрахунків; балансовий метод; економічно-математичний метод; метод системного аналізу [1; с.255].

У зовнішньому середовищі існують негативні та позитивні фактори, що мають сильні та слабкі сторони. Поєднання цих факторів складає стратегічний баланс. Його складають за допомогою PEST-або SWOT-аналізу в певному порядку з оцінкою факторів.

SWOT-аналіз - виявлення сильних та слабких сторін. Він має наступні завдання: виявити маркетингові можливості; виявити загрози та розробити заходи обмеження їхнього впливу; виявити сильні сторони; виявити слабкі сторони та намітити шляхи їх подолання; виявити пріоритети і сформувані їх у стратегічні цілі [1; с.256].

Відповідно до матриці SWOT-аналізу можна виділити види стратегій: перспективна стратегія, яка використовує сильні сторони; стратегія, яка знешкоджує загрози та спрямована на сильні сторони; стратегія, яка зводить до мінімуму слабкі сторони.

Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища проводиться в тісній взаємодії. SWOT-аналіз формується певними етапами: Перший етап – це процес формування показників, де визначаються сильні та слабкі сторони. Другий етап – визначення показників діяльності. Третій етап – присвоєння показникам рангів, враховуючи їх важливість. За допомогою експертних оцінок визначаються позиції і ранги [52, С.198].

Інформаційне забезпечення є важливим напрямком SWOT-аналізу. Це, зокрема, надходження даних. SWOT-аналіз має свої особливості: суб'єктивність вибору сильних та слабких сторін; ризики та ймовірність

віднесення факторів до певної групи; середовище вимагає уваги до себе.

Стратегічне управління включає велику кількість інформації, що вимагає значних зусиль для збирання, обробки та аналізу.

Комбінуючи сильні та слабкі сторони, враховуючи можливі загрози, матриця SWOT-аналізу дозволяє сформуванню стратегію розвитку.

SWOT-аналіз дає змогу виявити ті сильні і слабкі сторони, які потребують найбільшої уваги і зусиль з боку громади. В умовах децентралізації кожна громада має знайти та активно просувати свої унікальні можливості, так звані «Точки Розвитку».

Метод SWOT-аналізу використано і в процесі розробки стратегії «Вінниця 3.0» [3].

Основоположним принципом стратегії «Вінниця 3.0» визначено Вінницьку міську громаду європейською та комфортною, яка може приймати нові інноваційні та ефективні рішення та є конкурентоспроможною.

Реалізація стратегії «Вінниця 3.0» передбачає перетворення Вінницької міської об'єднаної територіальної громади за результатами:

- вона є інтегрованою, є лідером у застосуванні інноваційних підходів;
- вона є успішною, що дбає про здоров'я своїх громадян та чисте довкілля, тому є динамічною та позитивною;
- вона має перспективи у розвитку агросектору та бізнесу [3].

Стратегічне планування розвитку територій тісно пов'язане з процесом прийняття рішень. Значна увага приділяється вибору місій та цілей. Мета спрямовується на вирішення першочергових цілей. Пріоритет надається цілям, які спрямовані на вирішення декількох проблем. Наприклад, на створення нових робочих місць, підвищенню освітнього рівня населення, розвиток інформаційного середовища.

Оцінка цілей стратегічного планування проводиться методом SMART, що ґрунтується на п'яти критеріях. Цілі мають бути: Specific (конкретною); Measurable (вимірюваною) – визначення чітких параметрів; Agreed – (узгоджувальною) – координація та згода основних виконавців; Realistic –

(реалістичною) – проєкти мають бути реальними; Timed – (визначеною у часі) – чітка дата початку та закінчення [4; с.165].

Не менш важливим етапом у стратегічному плануванні є формування альтернатив. Вони враховують різноспрямованість оцінок всіх факторів та спрямовані на кінцевий результат. Адаптивність реалізовується через ситуаційний підхід до стратегічного планування і включає стратегічний план і стратегію.

Таким чином, SWOT-аналіз - це один з найпоширеніших методів для оцінки середовища. Комбінуючи сильні та слабкі сторони, матриця SWOT-аналізу дозволяє формувати стратегічний план розвитку територій, сприяє ефективнішому функціонуванню публічного управління, дає змогу розробляти та ухвалювати рішення на основі стратегічних цілей. Це найдосконаліший інструмент у вирішенні проблем зайнятості, технологій і розвитку місцевих територій.

### **Список використаних джерел**

1.Коліушко І., Тимощук В. Реформа публічної адміністрації на місцевому та регіональному рівнях як один з напрямів адміністративної реформи. Проблеми трансформації територіальної організації влади: зб. матеріалів та док. /М.Пухтинський. К., 2015. С. 254-261.

2.Колишко Р. А. Децентралізація публічної влади: історія та сучасні тенденції розвитку. Вісник КНУ. Серія «Міжн. відн.». 2015. Вип. 27.

3.Стратегія «Вінниця 3.0». Електронний ресурс: офіційний сайт Вінницької міської ради: <https://www.vmr.gov.ua>

4.Кіндрацька Г.І. Основи стратегічного менеджменту: Навч. посібник. Вид. 2-ге. Львів: КІНПАТРИ ЛТД, 2003. 264с.

**Лук'янова Д.**  
здобувачка вищої освіти 2 курсу СВО «магістр»

## **УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СИСТЕМИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

Вирішальною умовою успішної конкуренції в будь-якій ринковій ситуації є здатність і можливість роздрібного підприємства малого бізнесу здійснювати оптимальну бізнес - стратегію. В системі інструментів і технологій реалізації такої стратегії найбільш важливим напрямком є створення ефективного внутрішнього середовища магазину [1,2]. Це пов'язано з тим, що внутрішнє середовище підприємство роздрібної торгівлі формує самостійно. Стратегія розміщення роздрібних торгових точок є одним з головних факторів, що визначають поведінку покупців. Часто споживачі готові заплатити за товар або послугу велику ціну, якщо при цьому вони економлять час, який необхідно для того, щоб дістатися до магазину. Саме завдяки цьому фактору супермаркети ніколи повністю не витіснять невеликі магазинчики поряд із будинком. Реклама і стимулювання збуту визначають вибір покупця того чи іншого магазину. Очевидно, що споживач скористається послугами того магазину, де проводяться розпродажі, безкоштовне тестування або, наприклад, дегустації. Так, в ході розпродажів у покупця з'являється можливість не тільки заощадити гроші, але і скористатися торговельною послугою, практично, не оплачуючи її. Такий самий стимул діє на покупця під час проведення дегустацій, тобто випробування товару з мінімальними витратами. Важливо вміти впливати і на настрій покупця. У момент покупки настрої і сприйняття споживачем часу, яке необхідно провести в магазині, може змінитися під впливом оточення, музики, реклами. Це саме можна сказати і до подальшої оцінки часу, проведеного в торговій точці. Багато хто з покупців проводить в магазині тривалий час, порівнюючи товари. Це доказ того, що у споживачів є ще один ресурс, який вони



витрачають на покупку товарів і послуг. Це пізнавальний ресурс, або обробка інформації.

Інтерактивний маркетинг буде мати на меті взаємодію продавців і споживача в ході обміну інформацією. Можна виділити дві групи функцій контактного торгового персоналу. Перша група функцій заснована на передачі інформації споживачу:

- інформування про асортимент товарів;
- повідомлення про розташування відділів і товарів в них;
- опис специфічних властивостей товару, що продається;
- опис конкурентних переваг, зусилля по підвищенню лояльності споживача до даної точки продажів.

Друга група функцій спрямована на збір інформації про потенційних покупців:

- виявлення поточної незадоволеної потреби;
- визначення портрета споживача (стиль життя, який використовується метод вирішення проблеми, рівень доходу, і т.д.);
- характеристика майбутнього попиту (виявлення відкладеної незадоволеної потреби);
- збір даних про дії конкурентів.

Вплив торгового персоналу на споживача визначається і специфікою товарів магазину [3]. У магазинах самообслуговування функції торгового персоналу щодо взаємодії зі споживачами зведені до автоматичних функцій. У той же час персонал в роздрібній торгівлі є важливою складовою прийняття рішення про купівлю. Тому формування системи холістичного маркетингу, що включає принципи внутрішнього маркетингу і маркетингу взаємовідносин є важливою складовою системи мерчандайзингу на підприємстві роздрібною торгівлі. Холістичний маркетинг має на меті залучення до здійснення маркетингових функцій всіх працівників (керуючих, службу маркетингу, торговий персонал, інші відділи). Ефективний комплекс маркетингу

персоналу повинен являти собою інтеграцію трьох моделей: стимулюючої, інвестиційної та ідентифікаційної (рис.1).

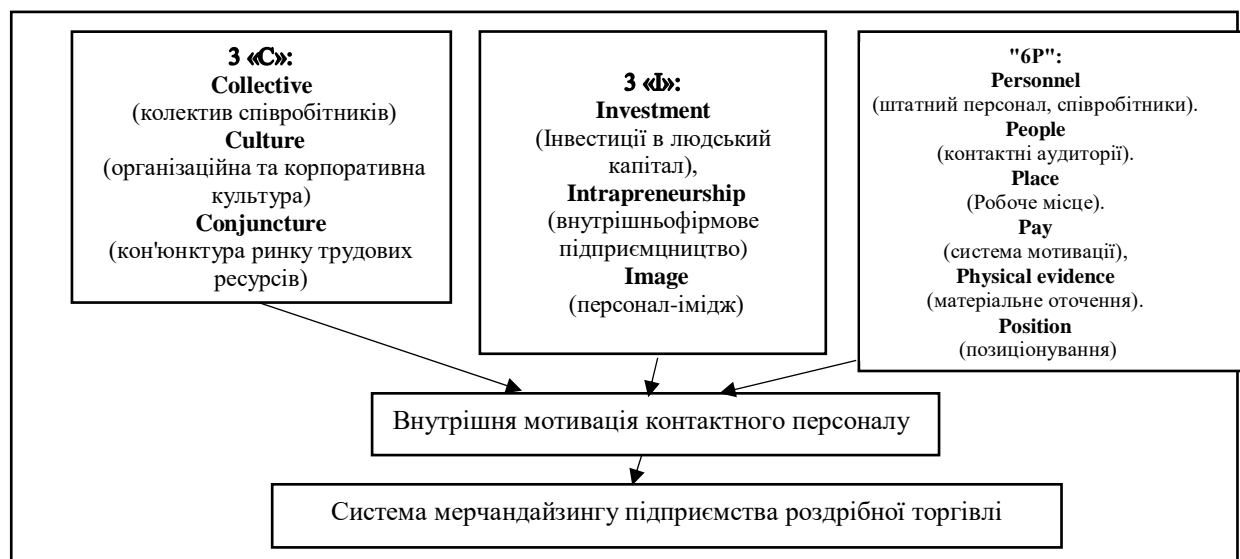


Рис.1. Інтегровані клієнтоорієнтовані моделі маркетингу персоналу в системі мерчандайзингу на підприємстві роздрібної торгівлі

Якщо розглядати маркетингову діяльність підприємства як системоутворюючу парадигму, то мерчандайзинг, маркетинг персоналу і маркетинг взаємовідносин мають бути єдиним комплексом управлінських рішень.

### Список використаних джерел

1. Данкеєва О.М. Інструменти мерчандайзингу як каталізатор прийняття рішень споживачів щодо купівлі товару. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2014. № 4. С. 123–129.

2. Petljak K. (2016) The Role of Store Layout and Visual Merchandising in Food Retailing. European Journal of Economics and Business Studies. P. 14.

3. Капінус Л. В. Види мерчандайзингу: сутність та класифікаційні ознаки / Л. В. Капінус, К. Ю. Семененко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. - 2014. - Вип. 6(2). - С. 175-177. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu\\_en\\_2014\\_6%282%29\\_\\_47](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_6%282%29__47).

**Макаренко С.**

д.е.н., доцент, доцент кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування,  
Херсонський державний університет

**Аннаєв Б.**

здобувач вищої освіти факультету бізнесу і права,  
Херсонський державний університет

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

У сучасних умовах розвитку економіки досягнути успіху у короткостроковій перспективі зможе лише те підприємство, яке здійснює не лише виробництво конкурентоспроможної продукції, а й забезпечує перманентне впровадження інноваційних технологій як у сферу виробництва, так і у процес прийняття управлінських рішень. Разом з тим, незважаючи на актуальність вищевказаного, в Україні досі не створено сприятливого інвестиційного середовища для закупівлі та впровадження інновацій у господарську діяльність підприємств всіх форм власності.

Серед основних проблем, що перешкоджають активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, особливо у переробній галузі, слід відзначити:

– відсутність єдиної нормативно-правової бази стосовно стимулювання залучення інновацій у господарську діяльність. Так, у міжнародній практиці є приклади стимулювання бізнесу у частині зростання обсягу витрат для впровадження інновацій у виробничий процес шляхом їх подвійного відображення у собівартості виготовленої продукції та зменшення фінансового результату, який підлягає оподаткуванню. На жаль, у чинному вітчизняному законодавстві майже відсутні податкові пільги для впровадження інновацій у господарську діяльність, а використання тих, що передбачені (наприклад, при закупівлі інноваційного обладнання, що не виробляється на території України) є майже неможливим у зв'язку з

бюрократизацією процесів прийняття рішення (у тому числі й щодо створення індустріальних парків);

– відсутність взаємозв'язку між науковими дослідженнями та результатами господарської діяльності вітчизняних підприємств через неможливість апробації здобутків вітчизняної наукової спільноти на морально та фізично застарілій матеріально-технічній базі. Вирішення зазначеного проблемного питання є особливо актуальним для вітчизняних промислових підприємств, виробнича діяльність яких характеризуються високою ресурсо- та енергоємністю, наявністю морального та фізичного зносу виробничих фондів. Зазначене призводить не лише до низького рівня рентабельності виробничої діяльності, а й до загального погіршення інвестиційної привабливості промислових підприємств;

– відсутність кваліфікованих кадрів, здатних забезпечити не лише максимізацію ефективності господарської діяльності, а й генерувати інноваційні ідеї щодо оптимізації використання виробничих ресурсів, підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства у цілому. Також в Україні залишається недооціненим людський фактор, який не враховується ні при визначенні ринкової вартості бізнесу, ні при оцінюванні інвестиційної привабливості та формуванні обґрунтованої інноваційної стратегії розвитку;

– наявність серед персоналу підприємства феномена щодо опору впровадженню інновацій, що пов'язано із хвилюваннями людини стосовно втрати робочого місця, гідної заробітної плати тощо. Як наслідок, замість забезпечення неухильного та оперативного впровадження інновацій вище керівництво підприємства втрачає дорогоцінний час на адаптацію працівників до попередніх нововведень.

Міжнародна практика ведення бізнесу свідчить про те, що в умовах наявної обмеженості джерел фінансування для розвитку, для того, щоб зберегти наявні позиції на відповідних сегментах ринку необхідно першочергово забезпечити оптимізацію витрат на виробництво продукції за

рахунок перманентного впровадження інновацій у кожен сферу господарської діяльності.

### **Список використаних джерел**

1. Макаренко С. М. Теоретико-методологічні та прикладні засади формування інноваційної стратегії розвитку промислового підприємства. Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2020. 234 с.

2. Innovative Approaches to Enterprise Competitiveness Assessment. / N. Tyukhtenko et al. *Marketing and Management of Innovations*. 2021. Issue 1. P. 278-289.

**Osadchiy O.**

Ph.D., Associate Professor of Economics,  
management and administration  
Kherson State University

### **INNOVATIVE FUNDAMENTALS OF AGRICULTURAL PRODUCTION DEVELOPMENT IN THE GLOBALIZATION CONDITIONS**

The innovation process in agro-industrial production is a continuous process of certain technical, technological and organizational-economic ideas and scientific options' transformation for solving a practical problem in order to transition industries and enterprises of the agricultural sector to a qualitatively new level of production process. The ability to support innovation is influenced by a large number of factors: features of natural and economic conditions, the state of organizational and production mechanism, the level of farms readiness to innovate, means to stimulate science and their implementation in practice and regional differences [2, 3].

Today, most domestic agricultural enterprises are unable to produce high quality and competitive products. This is the result of such negative phenomena as:

outdated machine and tractor fleet, disparity in prices for industrial and agricultural products, the constant rise in prices for fuels and lubricants, imperfect credit and financial system, and legislation, etc. [2].

Innovative activity is carried out in order to implement the achievements of scientific and technological progress in production and social sphere, which includes production and distribution of fundamentally new types of equipment and technologies, progressive intersectoral structural transformations, implementation of long-term scientific and technical programs with long payback period to implement qualitative changes in the situation of production facilities, development and implementation of new, resource-saving technologies designed to improve the social and environmental condition. At the present stage of economic development, international scientific and technological cooperation contributes to the accelerated development of productive forces, scientific and technological progress, increasing the intensity of relations between the economies of countries [1].

In the context of globalization, the innovative model of development can not bring full economic effect only through technological renewal of the resource base and structural adjustment of the economy. It involves shifting the emphasis from traditional scientific and technical solutions to the use of fundamentally new advanced technologies that have a decisive impact on the processes of socio-economic development of developed countries.

That is why the widespread use of innovations is the most effective and efficient way to solve acute socio-economic problems of agriculture, which are associated with finding mechanisms that are called to improve economic performance of agricultural activities and provide the population with high quality agricultural products. Innovative development of the agricultural sector of Ukraine's economy means its qualitative reform, based on the growth of production indicators while improving the socio-economic mechanism of agriculture, as well as related industries. This process should be ensured by the constant use of more advanced technologies for the production and processing of agricultural products, new

varieties of crops and animal breeds, progressive models of socio-economic development, modern models of information technology.

### **References**

1. Reznik N.P. Innovative activity as a factor of increasing production efficiency / N.P. Reznik // Economics: problems of theory and practice. – 2004. – №.198. – P. 979 – 985.

2. Khariv P.S. Innovative activity of enterprise and economic evaluation of innovative processes / P.S. Hariv. – Ternopil: Publishing House «Ekonomichna dumka», 2003. – 326 p.

3. Ushkarenko I.V. Agricultural cooperation in the evolutionary dimension: a monograph. Kherson: Aylant.2009.404 p.

**Осипенко Н.**

аспірантка кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування  
Херсонського державного університету

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО МАРКЕТИНГУ ІТ- КОМПАНІЙ**

За останні декілька років світ маркетингу був повністю реконструйований і повністю налаштований на цифрові технології та інтернет. У багатьох організаціях, а особливо в ІТ-сфері, першими клієнтами є свої працівники. Організація внутрішнього маркетингу як особливої функціональної зони всередині фірми сприяє реалізації ключового принципу маркетингу «орієнтації на клієнта». Велика частина ІТ-індустрії унікальна тим, що працівники компанії складають частину виробленої послуги і послуги, що надається. Тому численні маркетингові зусилля повинні орієнтуватися не тільки назовні, на ринок, на клієнтів, але і всередину, на співробітників. Персонал повинен з захопленням ставитися до своєї фірми і до тих послуг, які

вона виробляє і продає. Зовнішній маркетинг надає фірмі клієнтів, але для того, щоб їх утримати, необхідний ще і внутрішній маркетинг.

Внутрішній маркетинг персоналу – діяльність організації, направлена на різні цільові групи діючих працівників, з метою виявлення їх потреб, запитів і ступеня задоволеності умовами праці, перспективами професійно-кваліфікаційного і посадового росту. Результат такої роботи націлений на вирішення завдань ефективного використання наявного людського капіталу[1]. Простими словами, мета внутрішнього маркетингу - зробити все, щоб співробітники були щасливі і готові піти за компанією на будь-які подвиги. Йдеться не про велику заробітну плату та перерву на обід за розкладом, все набагато тонше та цікавіше. Від того як компанія залучає клієнтів і працює з ними, так треба робити і зі співробітниками. Від їх якості і швидкості роботи залежить майбутнє фірми.

Функції внутрішнього маркетингу в першу чергу пов'язують з таким поняттям як корпоративна культура. Саме її створення, розвиток або зміна є кінцевою метою даного напрямку комунікацій. Давно помічено, що ефективність роботи співробітника, не тільки в ІТ-сфері, залежить не від його навичок, а й від атмосфери, в умовах якої він працює день за днем. Тобто, корпоративна культура може як сприяти розкриттю потенціалу людини, так і навпаки, всіляко цьому перешкоджати. Ключові елементи корпоративної культури представлені на рис. 1.

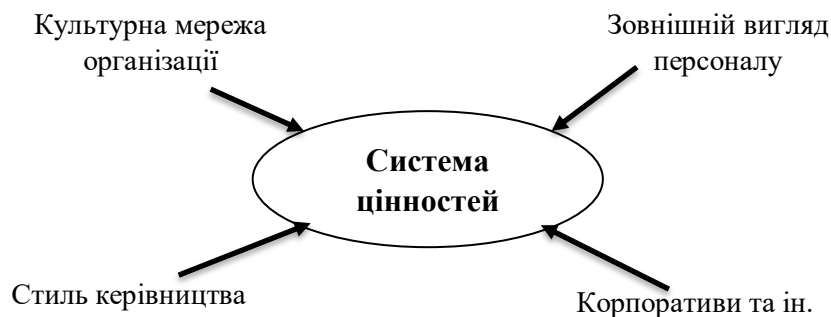


Рис. 1. Ключові елементи корпоративної культури організації.

Джерело: розроблено на основі [2].



Але корпоративна культура була б просто красивою формою, якби за нею не стояло рішення суто прагматичних завдань бізнесу. Вона є обрамленням для вдосконалення діяльності та скорочення витрат організації, пов'язаних з кадровою політикою. Тому реальні функції внутрішнього маркетингу спрямовані на вирішення наступного комплексу завдань:

- залучення висококваліфікованих, а також найбільш адаптованих співробітників у ІТ-сфері;
- мотивація персоналу на досягнення високих результатів у відповідності з цілями та стратегією ІТ-компанії;
- оптимізація процесу взаємодії між структурами організації, зниження конфліктних ситуацій;
- нематеріальна мотивація для утримання співробітників від переходу в інші ІТ-компанії, в т.ч. до конкурентів;
- створення умов для самореалізації персоналу, використання їх потенціалу для задач розвитку бізнесу через наставництво, ініціативи знизу, раціоналізаторські та інноваційні пропозиції.

Таким чином, система внутрішнього маркетингу являє собою систему цілеспрямованих управлінських дій з розвитку клієнтоорієнтованості компанії на внутрішньому ринку, щодо підвищення лояльності працівників до ІТ-компанії через елементи підсистем реалізації і позиціонування внутрішнього маркетингу, а також по організації співпраці всіх її підрозділів для досягнення поставлених цілей і здійснення стратегії компанії. Ефективна система внутрішнього маркетингу, провідним елементом якої є корпоративна культура, дозволяє максимально задовольняти потреби співробітників організації і значно збільшити їх рівень кваліфікації, що в свою чергу підвищить задоволеність зовнішніх споживачів, а в сучасній ринковій ситуації це є одним з найбільш значущих конкурентних переваг.

### **Список використаних джерел**

1. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: підручник / Н. В. Куденко.  
– К.: КНЕУ, 2012. – 523 с.

2. Латфулін Г.Р. Теорія організації та організаційна поведінка URL:  
[https://stud.com.ua/39741/menedzhment/korporativna\\_kultura\\_povedinku\\_org\\_anizatsiyi](https://stud.com.ua/39741/menedzhment/korporativna_kultura_povedinku_org_anizatsiyi)

**Петренко В.**

д.е.н., доцентка кафедри фінансів, обліку та підприємництва,  
Херсонський державний університет

**Карнаушенко А.**

к.е.н., доцентка кафедри економіки та фінансів  
Херсонський державний аграрно-економічний університет

## **СУЧАСНИЙ СТАН КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СВІТІ**

Двадцять років тому лише деякі менеджери за межами Японії знали не багато про те, як виробляти товари та послуги високої якості, якої вимагають сьогодні клієнти, і, здавалося, деяких менеджерів це не цікавило. Десять років тому майже кожен якимось чином прагнув до якості, але специфічні практики якості (наприклад, статистичний контроль процесу і трансляція голосу клієнта по всій організації) були недостатньо поширеними. Сьогодні ці методи досить добре зрозумілі та досить широко впроваджуються в умовах найбільшого застосування. Є навіть розмови про те, що повне управління якістю вбирається в основну практику менеджменту і в цьому сенсі втрачає свою популярність. Вважається, що майбутнє належить компаніям, які задовольняють клієнтів не лише традиційною якістю, а й інноваціями, які обіцяють продукти, які мають нову або покращену цінність для клієнтів. Однак, як добре знають менеджери та науковці, розуміння і навіть впровадження доцільних практик не обов'язково призведе до очікуваних переваг. Засоби масової інформації описували різноманітні масштабні дослідження практики корпоративної культури, зазвичай з висновком, що великий відсоток фірм впровадили принаймні деякі практики корпоративної культури, а крихітний відсоток фірм

висловив задоволення результатами цих зусиль. Взагалом найбільший відсоток фірм які використовують корпоративну культуру знаходяться в Японії найменший в країнах постсоціалістичних в тому числі і України (рис.1.) Це пояснюється тим тому що такий стан речей спирається на конструкцію організаційної культури. Woods J.A. коротко говорить про це: «Підприємства все частіше виявляють, що управління якістю більше стосується культурних змін, ніж будь-яких конкретних практик»[1].

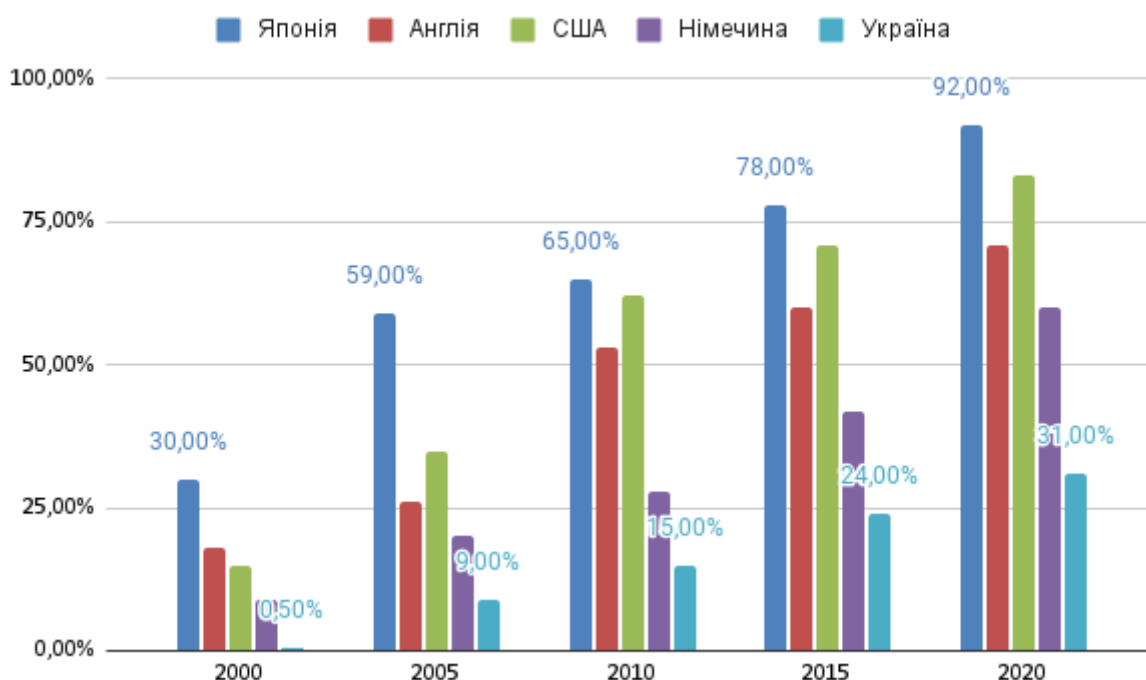


Рис.1. Впровадження корпоративної культури на підприємствах країн, 2000-2020 р.р.

Справді, усвідомлення важливості організаційної культури, як це відображено в літературі, вражає. Наприклад, у обговоренні постійного вдосконалення включають управління корпоративною культурою в короткий список факторів успіху, це список, який також включає лідерство, планування та навчання.

Корпоративна культура (спеціальний термін, що використовується в всіх базах даних) він виявляється більш поширеним в наукових статтях, ніж такі

ключові слова, як лідерство, навчання, задоволення клієнтів та організаційні зміни. Концепція організаційної культури демонструє подібне значення в літературі з інновацій, що розширюється. Наприклад, 25% книг про інновації мають розділи, що стосуються культури та управління культурою. Тим не менш, одна справа сказати, що організаційна культура часто використовується як пояснення успіху та невдач у якості чи інноваціях, і зовсім інше сказати, що це пояснення є слухним. Пояснення, які посилаються на споріднену концепцію, організаційний клімат, також мають свої недоліки. Хоча незважаючи на них, концепції організаційної культури можуть запропонувати керівникам та дослідникам багато чого.

Лідери, які розуміють поняття організації та управління культурою, мають хороші можливості для здійснення основних організаційних змін, які часто необхідні для якості та інновацій, оскільки література про культуру та клімат вказує на багато важелів для змін. Дослідники, які знають про зв'язки культури з якістю та з прибутком, ми вважаємо, з більшою ймовірністю шукатимуть у продуктивних напрямках пояснення успіхів та невдач програм якості чи інновацій.

### **Список використаних джерел**

1. Woods J.A. The six values of a quality culture. *National Productivity Review*. 1997. №16 (2). p.49-55.
2. Гриценко Н.В. Особливості формування корпоративної культури організації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 59. С. 284—290.
3. Пушкар З.М. Корпоративна культура в контексті діяльності організації / З.М. Пушкар, Д.В. Панчук // *Молодий вчений* – 2017. – № 10 (50). – С. 1025–1028.

**Печенєва В.**  
здобувачка вищої освіти 4 курсу СВО "бакалавр"  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професор кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування Шашкова Н.І.*

## **РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

В кожному підприємстві маєтєся загальна стратегія, яка відповідає як головним цілям організації, так і лінії дій по окремих напрямках. До останніх як раз і відноситься маркетингова стратегія компанії. Конкуренція на українському ринку в останній час стає усе сильнішою. Кількість фірм, працюючих в одноманітних сферах діяльності неухильно зростає. Асортимент товарів все більше, а покупці все перебірливіші.

Але не дивлячись на це, багато вітчизняних компаній до сих пір не потурбувались про маркетингову діяльність. Адже завдяки саме цьому можна виділитись серед конкурентів, збільшити продажі та отримати гарний прибуток. Тому при плануванні діяльності фірми маркетинговій стратегії потрібно приділити особливу увагу.

Завдяки маркетинговій стратегії організація вирішає наступні задачі:

- збільшує свою частку на ринку;
- підвищує обсяг продажу;
- завоює лідуючі позиції.

Рівень використання цифрових пристроїв невпинно зростає. За результатами опитування, проведеного у 2018 році [1], було встановлено, що в середньому доросла людина користується цифровими пристроями (комп'ютером, телефоном та іншими пристроями з доступом до Інтернету) близько 5,9 години на добу.

Така залежність може виглядати навіть страшною, але компаніям вона дає реальну можливість проактивно донести інформацію про свій бренд до клієнтів, які багато часу проводять у мережі.

Тут доцільніше говорити про стратегію цифрового маркетингу. "Ваша стратегія цифрового маркетингу - це серія дій, спрямованих на досягнення корпоративних цілей з використанням ретельно відібраних каналів інтернет-маркетингу", - говорить Елісса Хадсон, старший менеджер з маркетингу в компанії HubSpot по регіону Австралії та Нової Зеландії [2] .

Якщо йдеться про контент-маркетинг, важко не згадати найпопулярніший планувальник постів у соціальних мережах – Buffer. Компанію, яка створила цей сервіс, часто наводять як приклад «правильного» використання контент-маркетингу.

На початку керівники компанії поклалися, в першу чергу, на гостьові публікації. Створений ними контент розміщувався на багатьох різних сайтах, тому що вони хотіли зробити його впізнаваним. Один із співзасновників Buffer стверджує, що ця стратегія дозволила їм залучити перші 100 тисяч клієнтів.

Проте вони були незадоволені тим, що нехтували власним сайтом. Але в наступні роки компанія здобула авторитет в індустрії завдяки публікаціям високоякісного контенту у своїх блогах. Ще кілька років тому стратегічний маркетинг представлявся, перш за все, як визначення загального напрямку діяльності фірми, орієнтованого в майбутнє і такого, що реагує на зміну зовнішніх умов. Останнім часом основний наголос робиться на формування орієнтованої на ринок ефективної організаційної та управлінської системи та розподіл у управлінських ресурсів фірми. Інакше висловлюючись, маркетингова стратегія сприймається як об'єднана система організації всієї роботи фірми. забезпеченні життєдіяльності організації в умовах ринкових відносин.

Разом з тим, незважаючи на визнання важливої ролі маркетингової стратегії у досягненні успіху підприємства на ринку, на практиці розробки її положень приділяється недостатньо уваги. Дуже часто це можна пояснити відсутністю системності у прийнятті довгострокових маркетингових рішень, а також недостатньою кваліфікацією управлінського персоналу. Повною мірою

ці проблеми стосуються організацій, які здійснюють роздрібну торгівлю та мікро-підприємств, що надають різні послуги населенню.

Отже без розробленої та функціонуючої маркетингової стратегії підприємство, що займається виробництвом будь-яких товарів або надає послуги, не зможе витримувати конкуренцію, діяти ефективно та відповідно до вимог ринку.

### Список використаних джерел

- 1.Електронний ресурс.  
<https://www.kleinerperkins.com/perspectives/internet-trends-report-2018/>
- 2.Електронний ресурс. <https://blog.hubspot.com/marketing/digital-strategy-guide>

**Ponomareva D.**  
student, Kherson State University  
*Scientific supervisor: Ph.D., Associate Professor Kazakova T.S*

### PROBLEMS OF ADVERTISING MANAGEMENT IN UKRAINE

Economic efficiency of enterprises (organizations, firms, companies) in modern market conditions is the main economic problem. For business entities, conveying information about goods and services to potential consumers is one of the factors influencing the economic efficiency of the enterprise. The purpose of advertising is especially growing in conditions characterized by high competition, constant change in the range of goods and services, as well as an increase in the share of scientific and technically complex goods and services.

The advertising market is a set of current and potential consumers of advertising with similar needs for a particular product or service who want and can buy them. In other words, it is a system of economic relations between producers and consumers of advertising and within groups of producers and consumers. The main form of relations of the first type is purchase and sale, and the second - competition.

The advertising market is very large and is divided into a large number of types, which, in turn, can be divided into several main segments: television advertising, radio advertising, Internet, advertising in cinemas, advertising in the press and OOH Media (advertising "Out-of-Home" ", It means of advertising outside the home (advertising signs, billboards, etc.) [2].

At the end of 2018, the most common is advertising on television, but advertising on the Internet is becoming more and more developed, although OOH Media advertising also occupies a significant place in the advertising market. However, according to recent figures, the share of radio advertising in the market has fallen sharply, due to the fact that every year fewer and fewer people listen to the radio.

Key elements of the Internet market of Ukraine over the past 10 years are constantly improving approaches to measuring market size. The current approach uses the international classification according to iab, and also takes into account data from third parties to assess previously invisible and immeasurable categories of advertising Google and Facebook.

One of the trends in the advertising market in recent years is the intensification of advertising on social networks, as social networks, in contrast to the media environment, are becoming more attractive to advertisers and have a strong database of their users, which provides the ability to cover large audience.

Factors affecting the effectiveness of advertising

1. Internal:

- Evaluation of each component of the advertising campaign (strategy, advertising products, placement);

- Determining the proportion of each element of the advertising campaign;

2. Economic situation:

- determining the effectiveness of advertising in excess / decrease in demand over supply;

3. Competition in the market of advertising services:



-assessment of reducing the effectiveness of the advertising campaign due to the advertising influence of competitors (one target audience);

4. Residual effects of past actions:

- the impact of the residual result on the effectiveness of the advertising campaign.

The prerequisites for a longer-term and strategic approach to planning advertising campaigns and their integration into marketing strategy are the following facts [1].

1. Business in Ukraine has become more civilized, markets have been structured and competition is constantly growing.

2. A significant place in the success of the company begins to occupy:

- intellectual potential and ability to market innovations;

- corporate development strategy;

- brand, its reputation and long-term development.

3. The above aspects in a strategically developing company become vital along with such financial indicators as:

- profit;

- free cash flow;

- gross profit.

4. An advertising campaign aimed at solving only communication tasks without taking into account the marketing strategy and "essence and nature" (positioning) of the brand, leads to:

- exhaustion of the potential for growth of communication indicators of the brand to the target audience;

- lack of clear and / or blurring of the existing brand positioning in the minds of consumers;

- stagnation and lack of delusion and its attractiveness to consumers.

5. The advertising campaign is organized taking into account advertising ethics.

As a result of the analysis of the advertising market of Ukraine, we can conclude that advertising is an industry that needs constant improvement.

In today's world, it has become an integral part of any economic activity, as the market is very quickly saturated with goods and services. Advertising flexibility allows you to reach larger segments of consumers with different needs. However, there are problems that prevent advertising from developing at the same rate as abroad. The biggest problem is insufficient funding of the advertising market, as well as very high prices for the distribution of advertising.

### **References**

1. Marketing environment and marketing management in Ukraine: national and regional dominants Received January 3, 2019.
2. Strategic Marketing Management ISBN: 978-1-78635-746-5, eISBN: 978-1-78635-745-8 Publication date: 19 December 2019.

**Прохоренко Я.**

здобувач вищої освіти 2 курсу СВО «бакалавр»

Херсонський державний університет

*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування Чмут А.В.*

## **АНАЛІЗ КІЛЬКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Підприємства є важливою складовою ринкової економічної системи. З урахуванням зарубіжного та вітчизняного досвіду можна стверджувати, що саме підприємства є базою розвитку економіки та рушійними силами прискорення науково-технічного прогресу, наповнення ринків високоякісними товарами, та збільшення кількості робочих місць [1]. Таким чином, саме завдяки підприємництву вирішується ряд актуальних соціально-економічних задач. Відповідно моніторинг кількості підприємств відіграє важливе значення для формування оперативної державної та регіональної політики з питань розвитку підприємництва [2].

Динаміка кількості підприємств Херсонської області по роках представлена на рис. 1.

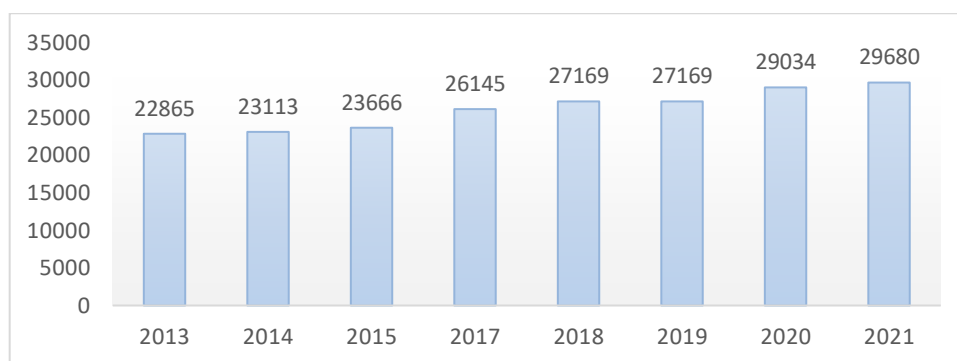


Рис. 1. Динаміка кількості підприємств Херсонської області по роках на 1.01 кожного року [3]

Як видно з представлених даних, кількість підприємств Херсонської області демонструє тенденцію до росту. Більш детальний аналіз представлено в табл.1.

Таблиця 1

Динамічний аналіз кількості підприємств Херсонської області [3]

	На 1.01 року			Динаміка 2021/2020 р.р.		
	2019	2020	2021	Абсолютний приріст, од	Темп росту, %	Темп приросту, %
Усього по Херсонській області	27169	29034	29680	646	102,2	2,2
В т.ч.:						
м.Херсон	14541	15877	16258	381	102,4	2,4
м.Нова Каховка	1638	1641	1698	57	103,5	3,5
Генічеський район	1138	1180	1201	21	101,8	1,8
Білозерський район	968	1015	1035	20	102	2

Відповідно до представленої аналізу на 1.01.2021 року кількість підприємств в Херсонській області налічувала 29680 одиниць. Таким чином в порівнянні з аналогічною датою попереднього року спостерігаємо збільшення на 646 підприємств. Темп росту склав 102,2 %. Аналізуючи динаміку кількості підприємств області в структурі окремих районів і міст, відмітимо, що на м.

Херсон припадає 54,8% усіх підприємств, на м. Нова Каховка – 5,7%, на Генічеський район – 4%, та на Білозерський район – 3,5%.

У 2019 році кількість підприємств в місті Херсоні складала 14541 одиниць. Аналіз динаміки за 2021-2020 р.р показав, що у 2021 році кількість підприємств в місті Херсоні становила 16258 одиниць, що на 381 більше ніж у минулому періоді. Темп приросту за 2021 рік склав 102,4%, тобто кількість підприємств в місті Херсоні збільшилась на 2,4%.

Відповідно до представленого аналізу, можна визначити, що у 2019 році кількість підприємств в місті Нова Каховка складала 1638 одиниць, динаміка за 2021-2020 р.р. показала, що у 2021 році кількість підприємств зросла на 57. Темп приросту склав 103,5% (+3,5% до попереднього періоду).

Стосовно Генічеського району можна визначити, що у 2021 році кількість підприємств становила 1201 та зросла в порівнянні з минулим періодом на 21. Темп приросту за 2021 рік склав 101,8%, тобто кількість підприємств в Генічеському районі зросла на 1,8%.

В Білозерському районі у 2019 році кількість підприємств у 2021 році складала 1035 одиниць, що на 20 одиниць більше ніж у попередньому періоді. Темп приросту за 2021 рік склав 102%, або + 2%.

Таким чином, з урахуванням проведеного аналізу динаміка кількості підприємств області є позитивною, це спостерігається по більшості районів та окремим містам. Підприємницька активність є позитивним фактором пожвавлення економіки області.

### **Список використаних джерел**

1.Кашуба О.М. Підприємництво в Україні: проблеми і перспективи розвитку URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/6\\_2015/24.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/6_2015/24.pdf)

2.Папп В.В. Сучасний стан і тенденції розвитку малого підприємництва в Україні БІЗНЕСІНФОРМ. 2013. № 6. С. 160-164.

3. Статистичний щорічник Херсонської області за 2020 рік / За ред. Н.Г.Мельничук. Херсон: Головне управління статистики в Херсонській області, 2021. 403 с.

4. Чмут А. А. Сутність гармонізації як економічної категорії. *Modern Economics*. 2017. Вип. 1. С. 61-64. URL : <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/1-2017/UKR/chmut.pdf>.

**Пшонько Л.**

здобувачка 4 курсу факультету бізнесу і права  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: к.е.н, ст.викл. Чмут А.В.

### СУТНІСТЬ ДЕФІНІЦІЇ «БЕЗРОБІТТЯ»

На сьогоднішній день безробіття є доволі актуальною макроекономічною проблемою. Мінімальний відсоток безробіття є в кожній країні, просто в деяких країнах цей відсоток більший, а в деяких менший. З року в рік країни зростають і розвиваються, створюються нові підприємства, у зв'язку з чим з'являється більше робочих місць, проте залишається частина робочої сили, яка не задіяна у виробництві товарів та послуг. Отже, здобуток найвищого рівня зайнятості – це провідна ціль макроекономічної політики

Автор	Визначення
Грیشнова О.А.	Безробіттям називається соціально-економічна ситуація у суспільстві, за якої частина активних працездатних громадян не може знайти роботу, яку вони здатні виконувати, що обумовлено переважанням пропозиції над попитом.
Бабенко. А.Г.	Безробіття — незайнятість певної частини економічно активного населення (трудових ресурсів) унаслідок об'єктивних причин (процесів), притаманних ринковій економіці
Кожанова Є.П.	Безробіття – соціально-економічне явище, при якому частина робочої сили економічно активного населення не зайнята у суспільному виробництві.
Закон України «Про зайнятість населення»	Безробіття – це соціально-економічне явище, за якого частина осіб не має змоги реалізувати своє право на працю та отримання заробітної плати (винагороди) як джерела існування.
Волкова О.В.	Безробіття — це соціально-економічне явище, при якому частина економічно активного населення не зайнята у сфері економіки.
Мочерний С.В.	Безробіття — соціально-економічне явище, за якого частина працездатного населення не може знайти роботу.
Тютюнникова С.В., Романіка Т.К.	Безробіття – це складне соціально-економічне явище, при якому частина економічно активного населення не має роботи й заробітку.

країни. Таким чином, ми розглянемо підходи до розуміння дефініції «безробіття» різними дослідниками (рис. 1).

Рис. 1 Значення дефініції «безробіття»

Джерело: складено автором на основі [2,3,4,5,6,7,8]

Значний внесок в осмислення проблеми безробіття внесли наукові праці таких вчених, як Колот А.М, Грішнова О.А., Бабенко. А.Г., Кожанова Є.П., Волкова О.В., Мочерний С.В.

Грішнова О.А. визначає суть терміна «безробіття» як «ситуація у суспільстві, за якої частина активних працездатних громадян не може знайти роботу» [2], коли Кожанова Є.П. стверджує, що це «явище, при якому частина робочої сили економічно активного населення не зайняті у суспільному виробництві» [4], а Бабенко А.Г. вважає це незайнятстю певної частини економічно активного населення. Волкова А.В. припускає, що «безробіття - це явище, за якого частина працездатного населення не може знайти роботу» [6]. Тютюнникова С.В. та Романіка Т.К. дають схоже визначення цього терміну - явище, при якому частина економічно активного населення не має роботи й заробітку. Мочерний С.В. характеризує це поняття, як «явище, за якого частина працездатного населення не може знайти роботу» [7]. Слід зазначити, що в Законі України «Про зайнятість населення» значиться, що «безробіття є соціально-економічним явищем, за якого частина осіб не має змоги реалізувати своє право на працю та отримання заробітної плати як джерела існування» [5].

Тобто з урахуванням приведених вище визначень, ми дійшли висновку що визначення Грішнкової О.А. найбільш відповідає вимогам до дефініцій. Розглянувши всі підходи, нами зроблений висновок, що зазначені визначення трактують сутність терміну майже однаково. На основні цих визначень ми можемо дати свою дефініцію поняття, а саме: «безробіття» – це соціально-економічна ситуація в країні, за якої частина працездатного населення не має роботи і заробітку.

### **Список використаних джерел**

1. Усович, П. Ю. The unemployment problem in the world. *Економика и маркетинг в промисленности: материалы студ. науч.-техн. конф, «Креатив и инновации' 2020»*, 14–23 апреля 2020 г. Минск : БНТУ, 2020. С. 352-353.
2. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудова відносин: підручник. К.: Знання, 2004. 535 с. Глава 11, С. 292-313.
3. Економіка праці і соціально-трудова відносини : навчально-наочний посібник для студентів вищих навчальних закладів / за наук. ред. д.е.н. А.Г. Бабенка. Дніпропетровськ: Дніпропетровська державна фінансова академія, 2011. 268 с.
4. Кожанова Є.П., Титар О.О., Білоконенко В.І., Жилін О.І. Економіка праці й соціально-трудова відносини. Конспект лекцій для студентів економічних спеціальностей усіх форм навчання. Харків: Вид. ХНЕУ, 2004.
5. Про зайнятість населення: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>
6. Волкова О.В. Ринок праці: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 624 с.
7. Мочерный С. Экономическая теория. Москва : Книга-сервис, 2003. 416 с
8. Тютюнникова С. В. Безробіття в умовах глобалізації. Соціальна економіка. 2016. № 2. С. 61-68. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/se\\_2016\\_2\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2016_2_11).
9. Чмут А.В. Ринок праці України в контексті глобалізаційних процесів. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Модернізація економіки: виклики і можливості економічного зростання» (м. Київ, 15 лютого 2017 р.). К., 2017. С.8-9.

**Рудь Б.**

здобувач вищої освіти 3 курсу спеціальності «Економіка підприємства», Київський Національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

**Хвастунов Н.**

здобувач вищої освіти 3 курсу спеціальності «Економіка підприємства», Київський Національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

**Гарафонова О.**

## **КОУЧ-МЕНЕДЖМЕНТ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ВДОСКОНАЛЕННЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ**

На сьогоднішній день сформувалося безліч напрямів і шкіл, які використовують різні методи застосування коуч-менеджменту. Різноманітність понять «коуч-менеджмент» свідчить про те, що це багатогранний інструмент, який складно описати лише одним визначенням. За словами Р. Ділтса, «коуч-менеджмент» полягає в тому, щоб запропонувати «засіб пересування», що дає змогу людині або групі людей перейти з поточного стану в якийсь бажаний стан найефективнішим і найкоротшим шляхом. У цій подорожі потрібно визначити та вивільнити основні ресурси, а також виявити та нейтралізувати можливі перешкоди». ICF (International Coach Federation) дає наступне визначення: «Професійний коуч-менеджмент – це безперервні професійні стосунки, які допомагають людям створювати видатні результати у своєму особистому житті, кар'єрі, бізнесі або організації. За допомогою коуч-менеджменту клієнти поглиблюють свої знання, покращують свій коефіцієнт корисної дії (ККД) та підвищують якість свого життя».[1]

Загалом коуч-менеджмент можна порівняти з мистецтвом, в якому дуже багато підходів. З одного боку, коучинг — стиль менеджменту, а з іншого — інструмент менеджменту.

На нашу думку, коуч-менеджмент, як інструмент управління – це насамперед ефективний розвиток і навчання співробітників з боку вищого керівництва, задля досягання певної спільної мети на підприємстві. Для того щоб досягти певної ефективності використовують певні техніки, методи постановки цілей і питань до працівників, щоб в рамках спільного обговорення



досягти певного консенсусу.[2] Насамперед коуч-менеджмент використовують для вирішення таких питань:

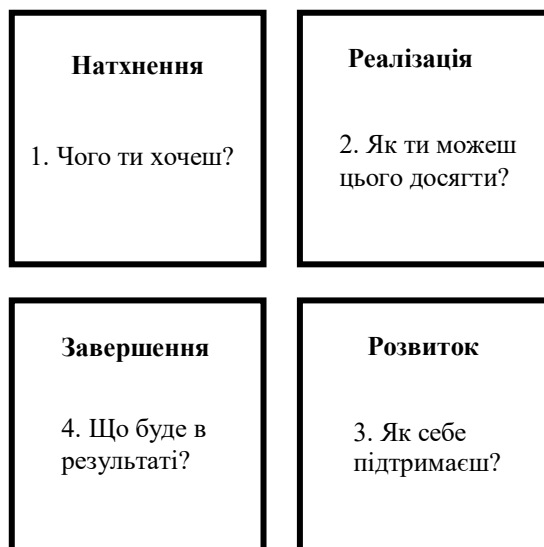
- Підвищення ефективності роботи персоналу у колективі.
- Мотивація персоналу для підвищення ефективності роботи.
- Підвищення рівня відносин між вищою ланкою і працівниками для вирішення складних та стратегічних питань.
- Підготовка робітників до підвищення кваліфікації і кар'єрного зросту.
- Укорінення навичок тайм-менеджменту, задля підвищення ефективності на всіх ланках підприємства.

Поза основних питань коуч-менеджмент також може оцінювати потенційних працівників на нові посади, допомагати у розробці місії та вектору розвитку фірми, знаходити та аналізувати слабкі місця в комунікації працівників і керівних посад, поліпшувати виробничу атмосферу в компанії, знаходити швидке та влучне рішення, щодо конфліктів на підприємстві і запобігати їх виникненню у майбутньому.[2]

Коуч-менеджмент, як інструмент науки управління можна розглядати тільки в прикладному аспекті. Так як сутність цього процесу полягає в умінні ставити влучні та «чарівні» питання. У загальному даний процес має на увазі розмову між людиною з керівної посади та працівником. Де обидва повинні чітко окреслити рамки своїх посадових обов'язків, де має місце довіра до здібностей працівника, де керівник повинен вміти спитати і навчити працівника, як найефективніше вирішити виробничу задачу, де обидва шляхом діалогу повинні знаходити ефективні рішення, щодо вирішування проблемних ситуацій або конкретних стратегічних завдань, де кожен повинен на максимум розкривати свій потенціал, вміти аналізувати свої помилки, приймати критику і вміти захищати свою думку.[3]

Для цього використовують різні техніки, наприклад одна з них «Чотири питання планування»:

#### Чотири питання планування



Сучасні реалії ведення бізнесу демонструють нам, що демократичні інструменти менеджменту все більше і більше витісняють авторитарні. Багато лідируючих всесвітніх компаній вже давно відійшли від поняття авторитарного менеджменту і використовують коуч-менеджмент, як один із основних інструментів для розвитку внутрішніх відносин на підприємстві. Даний інструмент вже давно було застосовано однією з найвпливовіших компаній світу «Google», наприклад дана фірма для вирішення питань керується такими принципами: керівник повинен бути гарним наставником, принцип довіри до своєї команди, вміння слухати, сприяння кар'єрного зросту для своєї працівників. І загалом компанії вдалося досягти певних результатів, а саме їхні не ефективні менеджери покращили свою ефективність на 75%. Тобто менеджер, котрий загалом мав певний авторитарний стиль управління, впровадив принципи демократичного менеджменту, застосував інструменти коуч-менеджменту зміг досягти достатньо великих результатів.

Також наглядним прикладом дієвості коуч-менеджменту може послугувати випадок з історії компанії Coca Cola яка в 2018 році впровадила проект «Лідери вчать лідерів» в рамках якого працівники різних відділів мали змогу ділитися досвідом зі своїми колегами. Дана система навчання займає у

працівників 20% їхнього часу в який входять індивідуальні коуч-сесії, лекції для керівники відділів на тему коучингового стилю управління від сертифікованого коуча. В результаті дана система стала ефективним інструментом компанії для управління змінами.

З розвитку підприємства повинна розвиватися система менеджменту у ньому. Сучасний вектор розвитку компаній спрямований на перехід від авторитарного устрою до більш демократичного. Інструмент коуч-менеджменту є вагомим доповненням до сучасного арсеналу управлінців персоналом, він показав значний результат і має фундаментальне місце у розвитку сучасної науки менеджменту.

### **Список використаних джерел**

1. Міжнародна федерація коучів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://coachingfederation.org/professional-coaches>.

2. Основи коучингу : навчальний посібник / О. О. Нежинська, В. М. Тищенко. – Київ ; Харків : ТОВ «ДІСА ПЛЮС», 2017. – 220 с.

3. Кратік В. С. Коуч-менеджмент або коучинг як стиль управління / В. С. Кратік, Т. І. Бурлаєнко. // Науковий вісник УМО. Серія. Економіка та управління. – 2019. – №6.

**Савін С.**

д.е.н., професор

Херсонський національний технічний університет

**Семенченко К.**

аспірантка

Херсонський національний технічний університет

**Анікін Г.**

аспірант

Херсонський національний технічний університет

### **АНАЛІЗ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

При побудові системи показників економічних результатів саме диференційований підхід забезпечить застосування принципу «проблема –

показник (критерій)», що дозволить точніше врахувати усю багатоплановість й багатоаспектність характеру управлінської діяльності.

Мультиаспектність економічної діяльності враховується саме в комплексності здійснюваного аналізу, що передбачає використання системи взаємозв'язаних кількісних і якісних (неформалізованих) критеріїв, фінансових та нефінансових показників, параметрів економічної діяльності, які відображають основні види ефективності економічної діяльності. Отже, використання комплексного підходу до побудови системи показників забезпечить в кінцевому підсумку можливість конструювання інтегрального показника ефективності економічної діяльності, який відобразатиме реальний досягнутий рівень ефективності управління.

В науковій літературі описано механізм одержання комплексної оцінки економічних результатів діяльності підприємства, який повинен передбачати певну послідовність дій. У відповідності із зазначеною методикою для отримання комплексної оцінки економічних результатів діяльності підприємства застосовують метод послідовної багаторівневої декомпозиції, який передбачає розбиття складних критеріїв на набір простіших. При застосуванні цього методу підсумкова оцінка економічної ефективності буде одержана шляхом об'єднання оцінок за одиничними показниками ефективності (господарської, маркетингової, інноваційної). Кожен з цих одиничних показників, у свою чергу, може розглядатися як складний і, відповідно, бути підданий деталізації.

При формуванні ієрархічної системи показників слід будувати ієрархію так, щоб на кожному рівні кожний показник входив тільки в один узагальнюючий критерій (тобто в показник більш високого рівня ієрархії). Порушення цього правила призведе до залежності показників вищого рівня, що мають загальне джерело, і помилковим результатам при об'єднанні оцінок за цими показниками (наприклад, шляхом зваженого підсумовування). При побудові ієрархії декомпозиція кожного узагальненого показника повинна проводитися послідовно, без пропуску рівнів.

Різноманіття використовуваних в аналізі економічних результатів діяльності підприємства показників може бути впорядковано за наступними ознаками: за ступенем формалізації, за видами економічної діяльності, за відношенням до об'єкту дослідження. За ступенем формалізації показники економічних результатів діяльності підприємства поділяються на кількісні показники й якісні (неформалізовані, логічні) критерії. Визначальне значення в аналізі економічної ефективності діяльності підприємства мають кількісні показники, які, в свою чергу, класифікуються на абсолютні й відносні.

Абсолютні показники можна поділити на результативні й ресурсні. Результативні відображають отримані виробничі й фінансові результати від діяльності підприємства (виручка від продажу товарів робіт і послуг, прибуток від продажу, чистий прибуток). Вони можуть бути виражені в натуральних або вартісних одиницях виміру. Ресурсні показники характеризують величину наявних на підприємстві ресурсів і капіталу.

Найважливіше значення в аналізі економічних результатів діяльності організації мають відносні показники, які можна згрупувати в динамічні, структурні та фінансові. Динамічні характеризують зміну показників (явищ, процесів) у часі, структурні – відображають склад і структуру активів, капіталу, зобов'язань підприємства. Фінансові коефіцієнти використовують при аналізі фінансового стану підприємства. Одним з найбільш доступних і широко вживаних способів формування показників економічної ефективності є побудова коефіцієнтів ефективності, при застосуванні яких реалізується принцип співставлення – фактично витрати порівнюють з результатом, тобто оцінюється ефективність перетворення витрат в результати.

На сьогоднішній день «наукові дослідження проблематики результативності економічних процесів розвиваються за двома основними методичними напрямками:

– вирішення суперечності між ресурсами та результатами, а саме подолання проблеми чіткого (математично обґрунтованого) співставлення

отриманих результатів у їх кількісному та якісному виразі з витраченими економічними ресурсами, за період їх досягнення;

– подолання невизначеності у тріаді «ціль – спосіб – результат», а також необхідність обґрунтованого відбору у поєднанні «ефект – результат», з огляду на неможливість стовідсоткового прогнозування досягнення бажаних цілей з використанням очікуваних способів; крім того постає ще одна логічна проблема співставлення цілей та результатів, що їх відображають у зрозумілій для економічного суб'єкта метриці [1].

Таким чином, економічний результат може бути і прибутком, і сумою прибутку та витрат на його отримання, залежно від наукового підходу. При чому необхідною умовою тут виступає ототожнення прибутку з економічним ефектом. Крім цього, економічним результатом є ще виготовлена продукція, приріст власного капіталу та приріст ринкової вартості підприємства [1]».

#### **Список використаних джерел**

1. Бочкарева Е. І. Методичні підходи до оцінювання економічних результатів на підприємствах малого бізнесу / Е. І. Бочкарева // Моделювання регіональної економіки. - 2013. - № 1. - С. 156-164. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Modre\\_2013\\_1\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Modre_2013_1_19)

**Савіна Г.**

д.е.н., професор,

Херсонський національний технічний університет

**Душейко Ю.**

аспірант,

Херсонський національний технічний університет

**Антош Н.**

Херсонський національний технічний університет

#### **ІРРАЦІОНАЛЬНА ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ**

У грудні 2002 року американський економіст Вернон Сміт спільно з ізраїльським ученим Деніелом Канеманом отримали Нобелівську премію з

економіки «за проведення лабораторних експериментів, які використовуються для емпіричного економічного аналізу, особливо в вивченні альтернативних ринкових механізмів». «До сих пір економічна теорія, зазначає Ю.П. Воронов, – замикалася в рамках раціональної поведінки «економічної людини», який все знає, все безпристрасно зважує і робить усвідомлений і зрозумілий всім вибір. Обидві нобелівських премії XXI століття присуджуються за відхід від цих базових положень. Слідуючи ідеям нобелівських лауреатів 2002 р., ми зобов'язані відмовитися від самої теоретичної схеми «економічної людини», взяти до уваги безліч дій, які не пояснюються ні раціональним вибором, ні неповнотою інформації» [44].

Цікаво розглянути ідеї Деніела Канемана з позиції сприйняття людиною інформації. Для Д. Канемана найбільший інтерес представляла поведінка людей в специфічних умовах, в умовах, які не завжди регулярно повторюються в реальному житті. Вернона Сміта, навпаки, цікавили якісь стандартні ситуації, в яких індивіди постійно взаємодіють один з одним. І не дивно те, що спільне поведінку ірраціональних індивідів виявляється досить раціонально. У всякому разі, воно піддається раціональному прогнозуванню.

Д. Канеман удостоєний премії за роботи з дослідження механізмів прийняття рішень індивідуумом в ситуаціях, пов'язаних з невизначеністю, тобто з недостатністю інформації. Д. Канеман, відомий як розробник альтернативної моделі «теорія перспектив», яка може бути використана для пояснення поведінкових реакцій, які відхиляються від традиційної теорії. Традиційна теорія стверджує, що люди приймають рішення на раціональних підставах. Але в дійсності, за твердженням Д. Канемана, люди нераціональні при оцінці ймовірностей можливих альтернатив, тому що приймають рішення на підставі обмеженого обсягу інформації, яка ще й не завжди достовірна.

Нераціональний покупець, який витрачає несумірні суми на проїзд в інший кінець міста, щоб зробити незначну покупку з незначною знижкою. При цьому він зовсім не бере до уваги невідповідність сум виграшу і знижки.

Д. Канеман робить висновок про те, що люди емоційно і дуже болісно сприймають будь-які втрати. Ця запрограмована ірраціональність ґрунтується на порівняннях з певним status quo для очікувань. У більшості випадків індивідууми більш пристрасно намагаються елімінувати втрати по відношенню до status quo, ніж бажають досягти якихось результатів понад даного запрограмованого рівня. Рішення приймаються, тому що відповідають певним устояним думкам і уподобанням (стереотипам).

Широко відомий один з експериментів Канемана, який ілюструє вплив на наші судження актуальності або доступності інформації. В ході експерименту випробуваним ставили запитання: «Літера *k* в слові частіше стоїть на першому або третьому місці?» Більшість респондентів відповідає «на першому», хоча насправді в англійській мові літера *k* в три рази частіше зустрічається в словах саме на третьому місці. Однак безліч слів, які починаються на *k*, є актуальними. Вони просто швидше згадуються і це заохочує людину приймати евристичні рішення («доступність евристики»). І це знову ілюструє систематичне нехтування раціональністю.

Психологам добре відома ця закономірність: більш ймовірними ми вважаємо ті події, які легше витягуються з пам'яті. Зазвичай це недавні (актуальні) або яскраві, емоційно забарвлені, події. Краще запам'ятовується те, що сталося з нами самими або в ближньому колі знайомих. Тому людина, особисто знає когось, хто постраждав від пограбування, зазвичай вище оцінює ймовірність стати жертвою злочину, навіть якщо йому точно відома відповідна статистика.

Всі перераховані експерименти змушують нас сумніватися в тому, що люди приймають економічні рішення на підставі будь-яких раціональних суджень. Звичайно ж, психологам і раніше було відомо, що на рішення індивідуума впливає не стільки очікування власної вигоди, скільки його емоції, стереотипи і забобони. Економістам довелося в цьому переконуватися і, на підставі цих нових даних, проводити ревізію тих неявних спрощень і припущень, які присутні в будь-яких економічних моделях [95].



Підсумовуючи вищезазначене, можна констатувати наступне: у разі, якщо сприйняття інформації буде відбуватись у рівномірно емоційно-забарвленому середовищі, то і узгодженість думок та уподобань учасників такого середовища буде найвищою.

### **Список використаних джерел**

- 1.Воронов Ю.В. Нобелевская премия за рынок с человеческим лицом // Экономика и организация промышленного производства, 2003, № 1
- 2.Иррациональная экономика, [http://www.franklin-grant.ru/ru/news/06\\_05.shtml](http://www.franklin-grant.ru/ru/news/06_05.shtml)

**Семенюк А.**  
здобувач вищої освіти 4 курсу СВО «Бакалавр»  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професор кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування Шашкова Н.І.*

## **ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ТЕСТУВАННЯ НОВИХ ТОВАРІВ**

Головним фактором, який впливає на сучасні методи продажу є доступність майже до будь-якої інформації завдяки інтернету, а покупці більше не мають потреби у довгих та надмірно інформативних консультаціях від контактного персоналу. Вони дізнаються про товар або послугу методом власного дослідження. Через це необхідно впроваджувати інноваційні та креативні методи стимулювання продажу, враховуючи той факт, що покупці товару або послуг вже знають, який товар допоможе їм задовольнити їх потреби [1,2].

На сьогодні застарілими вважаються декілька найпоширеніших методів стимулювання збуту, а саме: метод продажу за сценарієм та метод продажу «унікального» товару. За методом продажу товарів за сценарієм, продавець повинен вести розмову з покупцем за сценарієм, спочатку потрібно

дізнатися потреби споживача, які проблеми він хоче вирішити за допомогою вашого товару. Наступним кроком – аналізування потреб споживача та рекомендації щодо придбання товару. Наостанок розповідається про деталі продукту та умови його купівлі та експлуатації. Цей метод можна вважати застарілим з причини високого ступеня обізнаності споживача про товари і послуги на ринку.

Метод продажу «унікального» товару - це метод за яким продавець товару повинен донести до покупця, що саме цей товар вирішить усі необхідні потреби споживача, акцентуючи увагу на його вигідних сторонах. Цей метод вважається застарілим через перенасиченість ринку, адже кожен продавець має свій «унікальний товар, аналогів якому немає».

Отже, доцільно впроваджувати нові методи ефективних продажів. Щоб розробити та впровадити нові стратегії продажу необхідно володіти інформацією щодо споживачів продукції, що саме їм подобається та які у них побажання щодо вдосконалення властивостей товару.

Для цього було проведено опитування 50 респондентів (індивідуальних клієнтів, приватних підприємств), які є клієнтами виробничого підприємства ПП «Welltech Innovations».

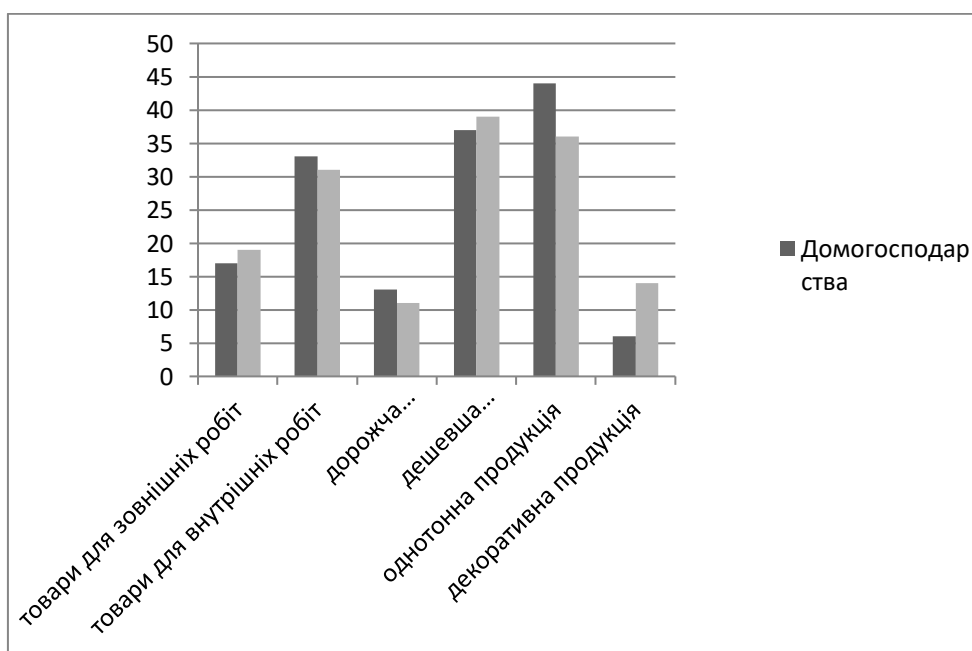


Рис 1. Розподіл споживацьких переваг клієнтів виробничого підприємства ПП «Welltech Innovations»

Джерело: власні дослідження

Отримані данні свідчать про наступні переваги:

- За призначенням: переважно продукція для внутрішніх робіт, а саме: панель стінова і стельова.
- За ціною: перевага дешевшій продукції на короткий строк експлуатації;
- Колір: однотонний дизайн продукту, а саме білого та шоколадного кольору.

На основі цих даних можна визначати цільові напрями продукції, акцентувати на них увагу в маркетинговій стратегії та покращувати саме ці властивості продукту.

Окрім інформації про споживачів необхідно мати інформацію стосовно обсягів фактичного продажу продукції.

Таблиця 1

Фінансові показники продажу продукції ПП«Welltech Innovations»

Роки	Витрати на маркетинг, грн	Прибуток з маркетингової стратегії, грн
2018	12300	65000
2019	118000	63000
2020	110000	71000

Джерело: за даними фінансової звітності

Під час дослідження підприємства ПП «Welltech Innovations» було проведено аналізування сучасного стану маркетингової стратегії компанії та виявлено, що методи стимулювання продажу є застарілими та потребують інноваційного рішення. Запропоновано нову інноваційну стратегію продажу продукції на ринку будівельних матеріалів, зібрано та проаналізовано інформацію щодо ефективності нових заходів та споживацьких переваг.

## Список використаних джерел

1. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. від традиційного до цифрового: посібник для кожного спеціаліста з маркетингу. – К.: КМ Букс, 2019. – 224 с.

2. Панькова К.В. Маркетинг як нова сучасна концепція управління, напрями його інформаційного забезпечення. Competitiveness: economics, marketing, management: Collective monograph. С.Е.І.М., Valencia, Venezuela, 2016. С.30-38.

**Serdyuk O.**

Receiver of Master of Science in Management  
Kherson State University

**Tyukhtenko N.**

Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Professor at Economics, Management and Administration Department  
Kherson State University

## THE NECESSITY OF ‘CULTURAL DIVERSITY’ CONCEPT ADAPTATION IN MARITIME SECTOR THROUGH THE PRISM OF DIGITALIZATION

The current stage in the development of economic relations is characterized by globalization and internationalization of business processes, including through information technology, the expansion of the information space for the promotion of goods and services, accelerated saturation of demand and a reduction in the life cycle of most products, transnationalization of capital and changes in the structure of the basic factors of production activity [1, с. 45]. All of the factors named above activate business representatives to search for new, promising ways and tools to increase competitiveness and achieve competitive advantages in business handling. Economic relations in maritime sphere is not an exception.

Choosing the means and / or processes of business transformation through the introduction of modern technologies and tools that help to promote shipping

companies, improve their position in the international market, interact with customers and automate many processes, namely to combine technology and human resources, choose logistics strategy, which aims to optimize the level of stocks, minimize the time of movement of goods, ensuring a high level of logistics service, the minimum level of total costs in the logistics chain is the priority of business processes optimization [2, c. ]. One of such processes in twenty first century has been marked with such a definition as ‘digitalization’.

Meanwhile, human factor plays the most crucial part in all aspects of business processes and results into the success or the loss of the whole business.

It is understandable, that the largest maritime companies prefer employing seafarers from different countries from the economic point of view. Therefore, working in a mixed crew, sometimes turns into the problem of cross cultural and multilingual misunderstandings as nobody is culture free. Moreover, the issue of clear understanding each others intentions may begin from the time seafarer stays ashore and is reached by the office managers for some inquiries.

Nation, culture, and society have a significant impact on each of our lives as follows: it structures our values, engineers our view of the world, and patterns our responses to experience. Human beings cannot avoid being exposed to some forms of cultural influence. Every culture provides the individual with sense of identity, specific regulation of behavior, and some sense of personal place in the scheme of things [3, c. 192].

From our perspective, it is highly important to pay particular attention to the cultural diversity among the shipping company employers and employees for getting a successful outcome in the end. Therefore, we want to emphasize on the need of integrating digital means of communication among the seafarers to improve the quality of their everyday communication, cooperation, and comprehension – the rule of three C (3xC) – the project we are currently working upon.

This web source, which is being developed, will allow seafarers to integrate their interests and see the life from the perspective of their colleagues. Moreover, it will help them grow professionally, sharing the necessary skills and valuable

experience, organizing briefings and linking to each other through the means of the chat, which can be highly effective approach to realizing the full potential and performing all the tasks safely while onboard or while coordinating actions from the office.

### **References**

1.Туккель И. Л. Цифровая трансформация как важная часть инновационного развития / И. Л. Туккель, С. Н. Яшин, А. А. Иванов. // Инновации. – 2019. – С. 45–50.

2.Сердюк О.Д. Аналіз процесу імплементації елементів диджиталізації в інфраструктуру морської галузі України / О.Д. Сердюк, Н.А. Тюхтенко // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. — 2021. — № 2 (48).

3.Serdyuk O. Impact of Globalization on the Cultural Identities of Seafarers / Oleksandr Serdyuk. // Морське право та менеджмент: еволюція та сучасні виклики Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції НУ “ОМА”. – Одеса: НУ “ОМА”. – 2018. – С. 191–194.

**Сереженкова О.**

здобувачка вищої освіти 2-го курсу  
Херсонський державний університет

**Чмут А.**

к.е.н, ст. викладач кафедри економіки, менеджменту та адміністрування  
Херсонський державний університет

## **СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ**

### **«ІНФОРМАЦІЙНА ЕКОНОМІКА»**

На даний момент вплив інформації на економічні процеси є досить вагомим. Нині, з розвитком світової економічної системи та науково-технічного прогресу, відбувається інформаційна революція. Завдяки впровадженню останніх досягнень інформації та техніки у виробництво значно збільшується продуктивність, а також якість та кількість виробленої продукції.

Роль інформації в нинішніх глобалізаційних умовах неможливо переоцінити. Від інновацій, знань та інформації залежать усі процеси у сучасному світі. Саме тому важливим є розуміння поняття «інформаційна економіка».

На сучасному етапі розвитку постіндустріальної економіки все частіше в науковій літературі зустрічається поняття «інформаційна економіка». Існує багато підходів до його визначення (табл.1)

*Таблиця 1*

### **Визначення поняття «інформаційна економіка» позиції різних авторів**

Автор	Визначення
М. Порат [1]	Кластер галузей, що виробляють сучасні бази даних та засоби, що забезпечують їх функціонування і застосування
Ф. Махлуп [2]	Це такий тип економіки, де продуктивність і конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів залежать головним чином від їх здатності генерувати, обробляти й ефективно застосовувати інформацію, засновану на знаннях
А. Алексанян [3]	Особливий тип економіки, який орієнтований на створення і використання інформації із застосуванням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, що дає змогу поступового переходу до діджиталізації всіх економічних процесів
В. Приймак [4]	Це вищий етап розвитку постіндустріальної економіки, який формується в період п'ятого технологічного укладу, зміни в якій відбуваються за рахунок інновацій, які не обов'язково пов'язані з удосконаленням інформаційних технологій, а в мережевій економіці інформаційна взаємодія відбувається переважно на основі електронних мереж з використанням Інтернет-технологій
С. Шкарлет [5]	Є новою галуззю економіки та управління національним господарством, яка вивчає економічні закони та закономірності у сфері виробництва, генерування науково-технічної інформації та наукових знань
М. Кастельс [6]	Є економікою нового типу, яка характеризується двома ключовими ознаками: інформаційністю та глобальністю.

Погоджуючись з думкою А. Старостіної [7] щодо складових дефініції, вважаємо, що кожне визначення має містити три складові: суть явища, зміст явища і результат явища. Відповідно до даного підходу, представлені визначення ми розділили на три складові та провели їх змістовний аналіз.

Розглядаючи суть явища, можна сказати, що Ф. Махлуп, М. Кастельс та А. Алексанян вважають, що це певний тип економіки. В. Приймак стверджує, що це етап розвитку постіндустріальної економіки, а М. Порат зазначає, що це кластер галузей. С. Шкарлет звертає увагу на те, що інформаційна економіка - це економіка нового типу.

Аналізуючи зміст даних понять, можна зазначити, що Ф. Махлуп, А. Алексанян, С. Шкарлет та В. Приймак тлумачать зміст поняття як генерування, використання і удосконалення інформації, М. Порат говорить про створення сучасних баз даних та їх застосування, а М. Кастельс про інформаційність та глобальність.

Результат явища присутній у визначеннях, що належать А. Алексаняну і Ф. Махлупу. За визначенням Ф. Махлупа це продуктивність та конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів, за А. Алексаняном це перехід до діджиталізації всіх економічних процесів.

На підставі проведеного аналізу, сформулюємо власний підхід до визначення даного поняття .

Інформаційна економіка – це тип економіки постіндустріального суспільства, орієнтований на використання інформаційних технологій, створення сучасних баз даних та ефективно їх оброблення і застосування переважно на основі електронних мереж з використанням інформаційних технологій з метою поступового переходу до діджиталізації економічних процесів і, як наслідок, забезпечення продуктивності та конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

### **Список використаних джерел**

1. Porat M. U. The Information Economy. Nine volumes. Office of Telecommunication, US Department of Commerce. Washington, 1977. 251p.
2. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США .М. : Прогресс, 1966. 462 с.



3. Алексанян А. Г. Інформаційна економіка: вплив на можливості людського розвитку. Соціально-трудові відносини: теорія та практика: зб. наук. пр. Київ : КНЕУ, 2018. № 1. С. 397–403.

4. Приймак В. Становлення інформаційної економіки в Україні та світі. *Вісник Львівського університету*. Серія економічна. 2014. Вип. 51. С. 9 – 15.

5. Шкарлет С.М. Інформаційна економіка як основа соціально-економічної регенерації України. *Економіка України*. 2014. № 11(636). С. 51-60.

6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Москва: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с

7. Старостіна А., Кравченко В. Сутність та практичне застосування методик конструювання категоріального апарату економічної науки (на прикладі понять “глобалізація” та “підприємницький ризик”). *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Сер. Економіка*. 2011. Вип. 148

8. Чмут А.В. Сутність понять «геополітика» та «глобалізація». Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Соціально-політичні процеси в Україні та світі в контексті глобалізацій них поретворень» (м.Ірпінь 23 квітня 2021 р) / укладачі : Чупрій Л.В., Мухін І.М..-Ірпінь: Університет ДФС України, 2021. С.176-178

**Syrotin V.**  
postgraduate student  
Chernihiv Polytechnic National University

## **THE MAIN PROBLEMS OF PUBLIC RELATIONS REGULATION UNDER DIGITAL ECONOMY CONDITIONS**

The existing norms of state regulation do not fully provide a systematic approach to the development of the digital economy. The application of unsystematic legal requirements developed for the traditional economy to individual

mechanisms of the digital economy leads to fragmented regulation and does not allow realizing the advantages of the digital economy. The negative state of legal regulation of relations arising in connection with the development of the digital economy was also affected by the lack of a uniform conceptual apparatus.

The transfer of economic relations to a digital environment does not allow fully applying the norms of classical legal constructions to new relations. At the same time, the relations arising in the process of economically active activity in the digital environment are specific in terms of their object, subject composition, conditions of emergence, change and termination. These relations affect the interests of various subjects of law, which requires improving the issues of their interaction, as well as the limits of discretion of public authorities.

The lack of developed approaches to the regulation of relations arising in connection with the development of the digital economy does not allow making systemic government decisions. It should be recognized that identification mechanisms, including the use of electronic signatures in Ukraine, legal regimes of certain types of secrets, state information resources, do not fully correspond to the modern level of public relations in the digital sphere.

The need to modernize the personal data regime is obvious. Legal restrictions for the effective development of digital technologies exist in all areas of legislation. Some of them are typical for all branches of legislation, others are specific for a particular industry, which does not diminish the urgency of solving the legal problems arising in this connection.

Improving regulation in the field of collection, transfer, storage, processing and access to information should be carried out in the following areas:

- regulation of activities for the collection, transfer, storage, processing and access to data generated using information technology;
- legal regulation of mechanisms for the formation and timely updating (harmonization) of standards for collection, storage, processing, exchange of data;

- determination of the conditions for processing and access to data generated without human intervention, subject to the rights of information owners, creators and manufacturers of systems and databases;
- clarification of the procedure for disclosing information and access to it, including in the form of open data;
- determination of approaches to adjusting legislation in order to ensure non-discriminatory access of Russian organizations to data that are accumulated in state information systems.

**Склезь Ф.**

здобувач вищої освіти 4 курсу СВО «Бакалавр»

Херсонський державний університет

*Науковий керівник: д.е.н., професор кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування Шашкова Н.І.*

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ МЕНЕДЖЕРІВ З ПРОДАЖУ**

Проблема мотивації персоналу набула важливого значення, тому що запровадження належної мотиваційної основи здатне спонукати робітників підприємств до ефективної діяльності. Кількість методів мотивації праці на підприємствах, у тому числі і торговельних, є великою, а спектр дії дуже широкий. На поведінку працівників впливає багато чинників, проте головним важелем мотивації є структура їх доходів.

Гунченко М.В. зазначає, що «для мотивації персоналу необхідний диференційований підхід, тобто кожен керівник повинен самостійно створювати свою систему мотивації, орієнтуючись в ситуації» [1, с. 82].

Вітчизняні науковці Узун М.В. [2], Шура Н.О. та Швед В.В. [3] вважають, що найбільш поширеним методом мотивації є покарання і заохочення, що отримав назву метод «батога і пряника».

Для впровадження на торговельному підприємстві ефективної системи мотивації праці менеджерів з продажу пропонуємо провести анкетування працівників з метою виявлення головних чинників, які сприятимуть

підвищенню продуктивності праці. В опитувальному аркуші перед кожним менеджером потрібно поставити конкретне, зрозуміле та чітко сформульоване питання тесту.

Для удосконалення системи мотивації анкетування проводили серед менеджерів з продажу ТОВ «Автопланета плюс». Для зручності аналізу результатів опитування усі відповіді систематизовано у таблиці 1.

Таблиця 1

Основні результати проведеного опитування

Запитання	Найчастіша відповідь на питання
Питання 1: «Чи на підприємстві є документація, в якій зазначено обов'язки менеджера з продажу?»	На підприємстві немає точної документації, в якій зазначені всі обов'язки менеджера
Питання 2: «Чи знайомі Ви з переліком своїх професійних обов'язків?».	Так, але вони чітко не зазначені
Питання 3: «Які у Вас умови праці?»	На високому рівні
Питання 4: «Яка тривалість робочого дня?»	9 годин
Питання 5: «Яка тривалість робочого тижня?»	6 днів
Питання 6: «Яким чином можна покращити умови праці? Ваші побажання щодо умов праці»	Внесення плаваючого вихідного дня раз у два тижні
Питання 7: «Як Ви можете оцінити свої взаємовідносини з керівництвом?»	Досить напружені
Питання 8: «Як Ви оцінюєте лояльність керівництва? Надайте оцінку за 10-бальною шкалою: найкращий показник – 10 балів, найгірший показник – 1 бал»	4 бали
Питання 9: «Як Ви оцінюєте командний дух у Вашому колективі? Надайте оцінку за 10-бальною шкалою: найкращий показник – 10 балів, найгірший показник – 1 бал»	6 балів
Питання 10: «Який розмір Вашої заробітної плати?»	Вище середнього
Питання 11: «На Вашу думку, який розмір заробітної плати відповідає Вашому професійному рівню?»	Розмір заробітної плати відповідає моєму професійному рівню

Питання 12: «Чи маєте бажання продовжувати свій особистий розвиток? Якщо так, вкажіть напрямки»	Так, розвиток у сфері продажу та керуванні колективом
Питання 13: «Яким чином Ви плануєте підвищувати свій професійний рівень?»	Вивченням нової інформації та практичним досвідом
Питання 14: «Ваші пропозиції керівництву щодо вдосконалення процесів роботи»	На мою думку треба додати вихідних днів

*Джерело: власні дослідження*

На даний час на ТОВ «Автопланета плюс» заробітна плата менеджерів з продажу складається лише з відсотків з продажу. Проте у теперішній час, в умовах нестабільності та економічної кризи, основним мотивуючим фактором для працівників є бажання мати гарантовану заробітну плату. Встановлено, що характерною особливістю сучасного етапу соціально-економічного розвитку країни є переважання у працівників бажання мати стабільну роботу з гарантованим заробітком на противагу інтенсивній, проте нестабільній роботі з високою оплатою.

Для удосконалення системи мотивації праці менеджерів з продажу на ТОВ «Автопланета плюс» та для засвідчення пріоритетності для підприємства таких принципів стимулювання, як гарантованість та стабільність рівня оплати праці працівників, пропонуємо ввести для менеджерів з продажу гарантований розмір оплати праці. Це сприятиме збереженню кадрів підприємства, підвищенню їх захищеності, а також зростанню рівня продуктивності праці персоналу, що призведе до підвищення ефективності роботи підприємства.

### **Список використаних джерел**

1.Гунченко М. В. Особливості формування та реалізації кадрової політики підприємства у сфері мотивації праці. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки.* 2014. Вип. 8 (1). С. 80-82.

2. Узун М. В. Стратегії стимулювання праці персоналу підприємства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності* : Збірник наукових праць. 2015. Вип. 2. Т. 3. С. 112-117.

3. Шура Н. О., Швед В. В. Розробка дієвої теорії мотивації працівників на вітчизняних підприємствах із застосуванням концепції саморозвитку. *Агросвіт*. 2015. № 8. С. 64-69.

**Soloviov A.**

Doctor of Economics, Professor,  
Dean of the Faculty of Business and Law,  
Kherson State University

## **INNOVATIVE AGRICULTURAL PRODUCTION MANAGEMENT BASED ON INFORMATION RESOURCES**

In the context of the global economic crisis, aggravated by the consequences of the COVID-19 pandemic, the introduction of innovative agricultural production management methods in terms of the design of organizational structures, business processes and operating systems is of particular relevance. From the point of view of operating systems design, we propose to adjust the innovative approach for the design of organizational structures based on it.

For effective design of operating systems on the basis of the analysis of scientific literature, the old ones are highlighted and new requirements for the design of operating systems are proposed. An algorithm for the design of organizational structures based on the operational approach is proposed.

All stages of the algorithm are based on well-developed and proven methods and methods that have proven themselves in practical application and reviewed in the scientific literature, which allows us to consider the proposed algorithm quantitatively justified.

«The analysis showed that the traditional management structures inherent in the agricultural sector turned out to be inadequate to the actually existing structures»

[1, 4]. Actual structures arise as a result of the development of informal relations and self-organization processes in management.

As a result, unforeseen, sometimes unexpected, informal relationships and rather stable ties arise, caused by the need to make decisions at this very level and in this place.

The proposed algorithm for the design of organizational structures based on the operational approach allows you to create relevant and effective organizational structures, due to a clear and flexible comparison of operations and jobs, chains of operations and departments.

Building an organizational structure from the bottom up, and not vice versa, as is customary in traditional approaches, allows you to eliminate contradictions between real organizational structures and actually performed processes and operations.

The problem of inconsistency between formal and informal relationships is eliminated even at the stage of designing a new operating system and organizational structure.

The use of an operational approach based on information resources significantly increases the efficiency of an organization's activities, both by building optimal operating systems and by building up-to-date organizational structures.

### **References**

1. Tarienko I.O., Kozachenko O.A., Magpies I.V. Methodology for choosing the optimal model of agricultural production. Scientific Information Bulletin of Completed Scientific Developments «Agrarian Science-Production». 2012. No 2. P. 15-18.
2. Rippa S.P. Decision making in the economy based on computer knowledge bases. L: Stonecutter, 1997. 347 p.
3. Hall A.D. A methodology for system engineering. Princeton, 1962. 348 p.

4. Yolande E. Chan, Sid L. Huff, Donald W. Barclay, Duncan G. Copeland, (1997) Business Strategic Orientation, Information Systems Strategic Orientation, and Strategic Alignment. *Information Systems Research* 8(2):125-150.

**Soloviov N.**

Second-year master's student of the Faculty of Business and Law,  
Kherson State University  
*Scientific supervisor: Ph.D., Associate Professor Kazakova T.S.*

## **ANALYSIS OF APPLICATION POSSIBILITIES OF PROJECT MANAGEMENT METHODS FOR STRATEGIC PLANNING OF ENTERPRISES**

Strategic management is a semi-structured problem of Ukrainian enterprises. Top managers, who realize that strategic planning is necessary, face the difficult task of creating a system of integrated internal planning. The existing experience of domestic enterprises' strategic planning shows that there is a conceptual problem of understanding the complexity of the planning object. Even a small business is not easily considerable in every detail. Anyone can rarely explain the logic and meaning of the enterprise existence in the real coordinate system (the enterprise before planning is a conditionally isolated system), then it is necessary to determine the parameters of the new coordinate system (enterprise after implementation of plans, plus competitive environment). For this reason, conditions for which companies develop a strategy are often blurred.

The main feature of the enterprise strategy development is that managers operate not quantitative but qualitative objects, with concepts such as: «vision», «mission of the enterprise», «critical success factors», «corporate strategies», «market segments», «existing business model», «strategic product». This is quite unusual for «technology professionals» who are used to dealing with quantitative objects. But only in this way it is possible to reveal, as far as possible, the existing



«quality» of the enterprise, to overcome its «conceptual complexity», and then to create a concept of enterprise strategy.

When developing an enterprise strategy based on the principles of project management, the main goal is to create a package of strategy projects – clear strategic actions to transform the activities of the enterprise, expressed in terms of «control», «retain», «separate», «expand», «create» new business, «develop a product». In the absence of a clear concept, the problem of developing an enterprise strategy remains semi-structured and cannot have the right solution. When developing a comprehensive project strategy of the enterprise it is better to use the basic principle of the project management method: «... all data come in the form of projects ...» [1, p. 76]. The application of project management methods in the strategic planning of the enterprise is especially relevant in economics, when each idea must be implemented in accordance with the objectives of the enterprise strategy, in a timely manner, with limited funding and maximum quality of the result in these constraints.

A project is a time-limited purposeful change of a separate system with established requirements for the quality of results, possible cost and resources and a specific organization. The phrase «separate system», included in the definition, indicates not only the integrity of the project and its isolation from the external environment of the project, but also emphasizes the integrity of the project, and hence – its uniqueness and novelty. Also, we can say that the project is a set of interrelated activities designed to achieve a certain goal within a given period of time and within the allocated budget [2]. «Temporary» means that any project has a beginning and inevitably comes to an end when the set goals are achieved, or there is an understanding that these goals cannot be achieved. «Unique» means that the products or services created are significantly different from other similar products and services. In this sense, the development of enterprise strategy is an example of a measures set that is the nature of the project.

Also, the project is a system, i.e. a whole consisting of interdependent elements, and the system is dynamic, and therefore requires special approaches to

its management. The fact that projects are aimed at achieving the goal has a huge inner meaning of managing them. First of all, it suggests that an important feature of project management is the precise definition and formulation of goals, starting from the highest level, and then gradually descending to the most detailed goals and objectives. Strategic planning and project management have much in common in the methodology, which has an «inventory» nature, aimed at a detailed description of activities and work for a long time to come. The main feature of strategic planning of the enterprise is that managers work on quantitative and qualitative objects. It follows that the formation of enterprise strategy can and should be carried out as one large project and through projects.

### **References**

1. Basovsky S.E. Theory of economic development. Factors, patterns, forecasting and strategic management. K.: «Scientific thought». 2015. 132 p.
2. A Guide to the Project Management Body of Knowledge. USA: Project Management Institute, 2016. 176 p.

**Sebastian Stępień,**

Poznań University of Economics and Business

## **THE ROLE OF SMALL-SCALE FARMS IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS FROM THE PERSPECTIVE OF AGRICULTURAL PRODUCER. EVIDENCE FROM POLAND, ROMANIA AND LITHUANIA.**

In the literature, one can find many positions indicating the importance of small-scale family farms. Such works have been published for years, both at the level of political institutions, such as the European Parliament (2014), the European Commission (2013), or the Council of the European Union (2013), as well as the scientific sphere (Hill, 1993; Christiaensen and Swinnen, 1994; Allen and Lueck,

1998; Darnhofer, 2010; Davidova et al., 2013; Matthews, 2013; Gioia, 2017; Stępień and Maican, 2020). They largely present quantitative analyses and modelling using publicly available statistical data (Eurostat, the Farm Accountancy Data Network FADN) or survey data. The aim of this study is to find out and compare the attitudes and subjective opinions of the owners regarding the implementation of sustainable practices by this type of farms. The perception of sustainable development, attitudes towards this concept and the evaluation of the EU agricultural policy in this respect by small farms owners constitute the unique character of the research. Thanks to the use of the in-depth interview method, not only quantitative data were obtained, but above all a set of information of a sociological nature. To the best of our knowledge, qualitative studies covering sustainable development are rare, which makes a significant contribution to the subject. This approach made it possible to get to know the farmers' way of thinking, their motivations, attitudes and to understand the determinants of the analysed entities' actions. Additionally, the nature of the assessed phenomenon enables the use of the in-depth interview to register many elements that could be omitted using other methods (the traditional questionnaire survey). Thus, the work forms a complementary part of research on the sustainability of small scale family farms, which is its main added value. The use of data from three different EU member states – Poland, Romania and Lithuania – provides a basis for comparative analysis, which is a unique feature of the research.

### **Dataset**

The analysis covered three countries belonging to the European Union – Poland, Romania and Lithuania. The authors focused on small-scale family farms, as this type of entity is typical for the CEE region. It is the effect of a similar path of economic transition of the countries belonging to the so-called Soviet bloc and the transformation from a socialist economy system to a market economy (Bloom et al., 2009; Støen, 2016; Muntean et al., 2020). A dual structure of agribusiness has emerged, with large-scale enterprises and small-scale family farms participating side by side. The latter, due to their multifunctional character, are crucial for the functioning of rural areas, hence the important question about the attitudes of

agricultural producers towards sustainable development. For the purposes of this study, the following criteria for selecting farms were adopted: an agricultural area up to 20 ha, global production up to 25 thousand euros per year and at least 75 per cent of family members' labour inputs involved in agricultural activity. In the first stage, the analysis was based on surveys conducted in Poland in 2018 and in 2019 in two other countries. The samples numbered 710 farms in Poland, 1000 in Lithuania and 900 in Romania. In the second stage, using these data, we ordered farms according to the synthetic sustainability measure. From each country, we selected the 20 most sustainable farms (the so-called Top-20). Among these entities, direct in-depth interviews were conducted. The interviews took place in 2020.

## **Methods**

The study was conducted in two stages. In the first stage, using the TOPSIS-CRITIC method, a synthetic measure of sustainable development of farms in Poland, Romania and Lithuania was determined. We applied a wide list of economic, social and environmental variables. The second stage of the research was qualitative and included in-depth interviews with a group of the most sustainable farms, the so-called Top-20, from Poland, Romania and Lithuania. The main objective of this analysis was to find out and compare the attitudes and opinions of the owners regarding the implementation of sustainable principles by this type of farms. The research focused on the individual perspective and on the individual's interpretation of reality, according to the so-called interpretivist paradigm. Consequently, most of the questions were open-ended, providing the opportunity for broader, free and unconstrained expressions. The questions were related to the perception of the role and function of smallholder family farms in the context of sustainable rural development. This scheme of the survey allowed the authors to juxtapose the opinions of the respondents with the views and results of analyses commonly found in the literature. The next parts of the interview concerned three dimensions of sustainability: economic, social, and environmental. For some of these questions, labels were created and the survey results were coded according to them, which

facilitated the comparative analysis of results between countries. The SPSS Statistics program was used for this purpose.

### **General conclusions**

Through the example of small farms from Poland, Romania and Lithuania, it has been shown that the view found in the literature that small farms perform important environmental and social functions in rural areas is correct and applies to countries with a fragmented agricultural structure, such as Poland, Romania and Lithuania. This phenomenon results from the very essence of these farms, based on the cultivation of traditions and experiences passed down from generation to generation, and from the family character of these farms. It must be stressed here that the beneficial effect of these farms on the social balance of rural areas should be seen primarily in ensuring the vitality of rural areas. It is also worth emphasizing that farmers are aware of their socio-environmental functions. This underlines the need for financial support for these farms, which is in accordance with the European model of agriculture that exposes the dual function of agriculture in Europe – besides food production, it contributes to the broadly understood development of rural areas and provides public goods. The necessity of financial support for small farms is also emphasized by the fact that the basis of the European model of agriculture is family farms, a large part of which have a small scale of production. The demonstrated numerous environmental and social functions fulfilled by small farms not only justify the necessity to provide financial conditions for the survival, but also allow to limit the problem of rural depopulation and the excessive concentration of land in Europe.

**Tkalenko N.**  
director of Education and Scientific Institute of Management, Food  
Technology and Trade  
Chernihiv Polytechnic National University  
**Diatlov H.**  
postgraduate student  
Chernihiv Polytechnic National University

## **PUBLIC MANAGEMENT OF INNOVATIVE PROCESSES**

The concept of "innovation" applies to innovations in different industries and spheres of activity, including not only production, but also distribution, exchange, consumption of the produced product. The assimilation of new knowledge, familiarization with the experience of previous generations led to inventions and discoveries, the spread of more advanced methods for the development of natural resources, the mechanization and automation of labor, the replacement of manual labor with machine labor, the introduction of resource-saving technologies. Thus, innovations formed the basis of both scientific and technological progress, and the pursuit of a course for the prudent use of resources, obtaining the maximum possible result under these conditions.

Gradually, an economic philosophy has developed in the world, based on the principle of applying scientific innovations, their introduction into concrete practice as a tool for improving conditions and improving the quality of life, increasing labor productivity and resource efficiency.

In the Ukrainian economy, there is an increasing need for the transition to an innovative way of development. It is becoming more and more obvious that without relying on innovation, it will not be possible to win over the country's economic and technological backwardness, and to increase its competitiveness in world markets. This requires the creation of conditions for the advanced, innovative development of Ukraine.

Despite the achievements of the Ukrainian economy in terms of increasing its stability, ensuring high growth rates, the lag of domestic production remains behind the world level of technical and technological progress. The export orientation of the domestic economy towards natural raw materials is due not only to their rich reserves and high world prices.

The transition to market relations, the intensification of competition between commodity producers stimulates the interest of enterprises and companies in innovations in technology and technology, organization of production. But these

hopes have not come true yet. One of the significant reasons for the observed situation lies in insufficient attention to the search for effective ways to solve the problem of increasing innovation activity on the part of government agencies of the economy.

Real institutions and instruments of state regulation of innovation processes are poorly used. Also, the focus of the budgetary allocation of financial resources, federal and regional target programs, the credit, banking and tax system, state preferences for the development of technical and technological progress, production and management innovations is insufficient.

In addition, the scientific and methodological support of state management of innovative processes remains low in conditions reflecting the specifics of the functioning of the national economy.

**Тюхтенко Н.**  
д.е.н., професор,  
професор кафедри економіки, менеджменту  
та адміністрування,  
Херсонський державний університет

## **ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ В КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

Останні десятиріччя світова економіка постала перед рядом викликів, які суттєво вплинули на людський розвиток як всієї системи, так і окремої країни, регіону, бізнесу тощо. Постала гостра проблема виживання людини в сучасній системі соціально-економічних відносин, які унеможливають використання лише традиційних методів господарювання, що відпрацьовані довгим шляхом розвитку різних типів економічних систем і цивілізації в цілому. Особливої актуальності набувають ці питання і в Україні в умовах епідемічної ситуації, пов'язаної з COVID-19, військової агресії Російської Федерації проти України і окупації частини її території, демографічною

кризою, проблемами у сфері освіти, науки, медицини, культури, соціального захисту громадян тощо.

Людський розвиток країни вимірюється за допомогою Індексу Людського розвитку (скорочено ІЛР). Загальноприйнято, що для визначення ІЛР враховуються три показники (за методикою ООН):

- показник ВВП на душу населення – І1,
- середній показник тривалості життя – І2,
- показник рівня освіти населення віком старше 25 років – І3.

Перераховані вище показники по країні зіставляються з аналогічними показниками у світі і розраховуються за формулою:

$$ILP = \frac{I1 + I2 + I3}{3}$$

Як зазначено у Стратегії людського розвитку, затвердженої Указом Президента України, «за показником індексу людського розвитку, який відображає узагальнені характеристики людського потенціалу з урахуванням здоров'я, доступу до знань, тривалості і рівня життя населення, Україна посіла 74-ту позицію серед 189 держав і територій, які представлено в Доповіді про стан людського розвитку за 2019 рік, що опублікована на офіційному вебсайті Програми розвитку ООН. З одного боку, це означає належність України до держав із високим рівнем людського розвитку (індекс людського розвитку - 0,779), з іншого боку - Україна з 1991 року демонструє незначний прогрес у зазначеній сфері порівняно з іншими державами цієї групи» [1].

В контексті знаходження шляхів підвищення ІЛР цікавим є аналіз Нобелівської премії з економіки, оголошеної Нобелівським комітетом 11 жовтня 2021 року. Американські вчені Девід Кард, Джошуа Д. Ангріст і Гвідо В. Імбенс стали Лауреатами Нобелівської премії з економіки 2021 року. Вони здійснили глибокий аналіз економіки праці у зв'язку з мінімальною заробітною платою, імміграцією та освітою [2]. Як бачимо, складові ІЛР безпосередньо пов'язані з дефініціями нобелівських лауреатів – і це дає підстави ще раз переконатися у пріоритетності людського розвитку, а саме –



пошуку шляхів підвищення якості життя через призму формування інтелектуального капіталу людини, включену в систему соціально-економічних відносин, пов'язаних с інноваційними процесами формування бізнес-екосистем, цифровізацією переважної більшості процесів у суспільстві і бізнесі, необхідністю формування інтелектуального капіталу під впливом сучасних внутрішніх і зовнішніх чинників, які, в тому числі, пов'язані з освітою протягом життя тощо.

### **Список використаних джерел**

1. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 травня 2021 року "Про Стратегію людського розвитку" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/225/2021#n2>

2. Нобелівську премію з економіки дали за аналіз впливу мінімальної зарплати на ринок праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://finclub.net/ua/news/oholosheni-laureaty-nobelivskoi-premii-z-ekonomiky.html>

**Ushkarenko I.**

Doctor of Economics, Professor,  
Head of the Department of Economics,  
Management and Administration

**Chmut A.**

Candidate of Economics, Senior Lecturer in Economics,  
Management and Administration,

**Soloviov N.**

Second-year master's student of the Faculty of Business and Law,  
Kherson State University

## **INFLUENCE OF CREATIVE HUMAN CAPITAL ON THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGIONS**

The regions of Ukraine have different basic potential for socio-economic development, therefore, solving the problem of economic growth on the basis of

innovative development requires a change in management guidelines, taking into account the specific conditions for the development of territories. In modern conditions, the general civilization trend is the processes of industrialization, urbanization, the formation of an economy of knowledge and innovation, based on the concentration of human capital, finance, transport and information and communication infrastructure [1, p. 15; 4, p. 28]. Practice shows that in solving the problems posed the most successful are those regions in which there is a significant concentration of creative human capital, while those regions where labor and servicing human resources predominate are less successful. Therefore, there is the problem of assessing the quantitative impact of creative human capital on the level of socio-economic development of regions.

The course towards the modernization of the regional economy involves the rationalization of the spatial organization of the national economy and the effective transformation of their management systems, taking into account the prevailing trends in the deployment of human resources. The formation of conditions for the reproduction of creative human capital as the governing principle of the system-forming nuclei of regional economies will increase the efficiency of using the economic potential of the regions as a whole, which necessitates the formation of creative-oriented management of the region's economy. Large urban agglomerations concentrate a significant part of the labor and financial resources of the state, which act as a kind of core for the concentration of production, the development of scientific and technological progress and innovation, based on the increased impact of creative human capital on the results of economic development of these territories. A decrease in the number of skilled labor resources reduces the possibility of industrial growth on an innovative basis in medium and small urban agglomerations, which, ultimately, can lead to a reduction in modern production. Partial replacement of labor resources in these entities is carried out due to the influx of population from rural areas, which does not allow to replenish the creative human capital lost as a result of the movement. Thus, the deployment of human resources strengthens the level of socio-economic asymmetry of regional development [2; 5, p. 23].

Creative human capital plays a leading role in the development of the regional economy, since it carries the subjective potential of updating the entire economic process, and provides the formation of fundamentally new combinations with the participation of factors of the production function. Economic growth depends on the ability to attract creative human capital to the regional economy and to obtain benefits from this process for achieving economic results in the form of new ideas, new technological business.

The factors of the deployment of human resources that impede the development of the regional economy include: insufficient investment in the formation and development of creative human capital; underestimated capitalization of accumulated knowledge due to the weak development of the market for innovative products at the mesoscale and an excessively high level of risk that determine a low public assessment of education, new knowledge, qualifications and competencies; the lack of an effective set of tools for regional economic policy in relation to creative human capital, allowing to determine measures aimed at leveling them [2, p. 78; 3, 4].

Based on the above, it is necessary to develop a mechanism for the development of creative human capital in the region, the functioning of which will be carried out through the implementation of basic and specific areas of economic policy, formed on the basis of the interaction of governing bodies and commercial and non-profit organizations in the region, which will ensure sustainable reproduction of creative human capital, as the main driving force for the implementation of technological, intellectual and managerial innovations innovation provided through which it occurs the creation of new jobs, attracting investment, improving social services, inter-regional and international cooperation, as well as attracting highly qualified staff, all of which contributes to the growth of the regional economy.

### **References**

1. Abalkin L.I. The problem of choosing a strategy for the XXI century. Problems of theory and practice of management. 2008. №. 2. P. 13-18.

2. Klipkova O.I. Creativity and innovation as the main components of a new vector in enterprise management. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. 2015. Issue. 2 (4). Part 2. P. 76-80.

3. Ushkarenko I.V., Chmut A.V., Sinyakova K.M. Creative economy: the essence of the concept and significance for Ukraine in the context of European integration. Economy and society. 2018. №18. URL: <http://economyandsociety.in.ua/>

4. Ushkarenko I.V., Chmut A.V., Sinyakova K.N. Creative clusters as a form of cooperation in the creative industries of the European Union. Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: «Economic Sciences». № 36. 2019. P. 26-31.

5. Ushkarenko I.V., Chmut A.V., Integration and cooperation in creative fields. Development of enterprises in the conditions of unstable external environment: management, realization and prospects: monograph / edited by Sharko M.V. Kherson: FOP Vyshemirsky V.S., 2019. P. 19-26.

**Ushkarenko I.**

Doctor of Economics, Professor,  
Head of the Department of Economics, Management and Administration  
Kherson State University

## **EFFECTIVE DEVELOPMENT OF CREDIT COOPERATION**

The historical experience of the credit cooperation development shows that it is the most important component of market relations. Cooperation arises when broad strata of the population begin to be drawn into the sphere of market relations and there is a need to unite their efforts in order to increase the economic activity's efficiency. The formation of credit cooperatives depends on the readiness of the state to provide a favorable legal environment for their development and to support credit cooperatives during their formation, providing financial assistance within reasonable limits and ensuring a sparing tax regime, while preventing the state from interfering

in the activities of the credit cooperative and maintaining its economic independence [ 3, p. 315].

In 1971 credit societies from different countries of the world have united in the World Council of Credit Unions (WOCCU). Their activities are based on supporting the development of the credit cooperation movement on a global scale and in relation to other countries. In Ukraine, WOCCU, with the support of the United States Agency for International Development (USAID), is successfully implementing the Agricultural Producers Crediting Project [2].

In Ukraine, credit cooperation acts as an integral part of a market-type credit and financial system, but with its own characteristics. According to the NBU, as of November 1, 2021, 286 credit companies were registered, the participants of which are more than 380 thousand people, their assets amount is UAH 2.4 billion, almost 2.2 billion of which is the loan portfolio. Their assets, albeit at a slow pace, continue to grow. Thus, according to the results of the second quarter of this year, the loan portfolio of companies increased by 4%, and the volume of new lending increased by 11% [1].

The value of the credit cooperation system at this stage is significantly increasing and is one of the most important conditions for the successful development of agro-industrial production. This is directly related to the presence of small agricultural producers, small and medium-sized businesses, showing an increasing demand for credit resources, financial services, which commercial banks do not always want to perform, since they consider this mission unprofitable for themselves. Unlike other financial institutions, credit unions operate within the same region, district or city and direct their activities to support their members. They focus mainly on rural areas and small towns. The unions provide a lot of loans to agricultural producers, among which the leading place is taken by farmers and individual farmers, small and medium-sized enterprises operating in rural areas, and quite often have limited access to financing [1].

When forming the system of credit cooperation, the state takes into account its basic principles, since in its final form it should be a wide set of credit

cooperatives of various levels, functionally united in one organizational and legal field. Practice shows that the success of the development of credit cooperatives depends on the presence of certain institutions that ensure their stability and safety (organization of an audit system, a guarantee and support fund, a center for excellence and personnel training, etc.).

The most important area of the credit cooperation development is the formation of a network of cooperative investment banks focused on servicing small and medium-sized enterprises in rural areas. Cooperative banks combine elements of banking and mutual funds. They are organized by small and medium-sized enterprises with a predominant share of the agricultural producers' capital. It should be noted that the founders of the bank have advantages in obtaining loans. Credit cooperatives are an integral part of the banking system for rural areas, lending not only agricultural production, but the entire rural infrastructure [3, p. 313].

An important distinctive feature of credit cooperatives is a democratic form of government, solidarity of participants in the accumulation and use of capital, free labor in government bodies, spending received loans strictly for production purposes, geographic limited action. The main purpose of the activities of such cooperatives is not to make a profit, but to meet the needs of their members, to provide them with a loan with minimal costs. There are many examples of successful credit societies in Ukraine. For example, the credit union «Yedinstvo», the credit society «Samopomich», the credit society «Credit-Soiuz», «Narodnoe doverie», «Zapadnaya creditnaya grupa», etc.

We believe that cooperative credit institutions can become a significant component of the banking structure, especially in rural areas, where access to finance, especially long-term lending, is very problematic.

## References

1. European future of Ukrainian credit unions URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2021/11/5/679457/>

2. **The credit union movement, which unites tens of thousands of Ukrainians.** URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3336330-ukrainski-kreditni-spilki-v-ocikuvanni-zakonodavcih-zmin.html>

3. Ushkarenko I.V. Agricultural cooperation in the evolutionary dimension: a monograph. Kherson: Aylant.2009.404 p.

**Федоров А.**  
здобувач вищої освіти 2 курсу СВО «магістр»  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професор кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування Шашкова Н.І.*

## **АКТУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЙНІ НАПРЯМКИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ РОЗДРІБНИХ МАГАЗИНІВ**

Комерційна діяльність роздрібного магазину на сьогодні вимагає наявності у продажу не тільки високоякісних товарів за доступною для споживачів ціною, але також ефективної програми просування товарів на споживчий ринок, що можливо за умов високої лояльності клієнтського кола. Товари мають все меншу диференційованість, тому виникають такі питання: як представити свій товар ? як привернути увагу споживачів до звичайних речей ? Як виділити товар серед інших? Ця сфера діяльності позначається англійським словом «promotion» (просування) і є складовою комплексу маркетингу на обраному цільовому ринку. У несприятливих ринкових умовах дрібні незалежні роздрібні торговці виявляються дуже вразливими, оскільки вони позбавлені фінансової підтримки великих організацій [1]. Витрати організацій роздрібної торгівлі на просування мають тенденцію до постійного збільшення і починають випереджати витрати на ці цілі великих товарних виробників [2]. Їх спрямованість пов'язана не тільки з просуванням товарів, що продаються, але і з завоюванням довіри до приватних марок і корпоративних брендів. Довгострокові цілі ритейлера пов'язані зі створенням іміджу і позиціонуванням компанії в свідомості покупця, а також з її громадською

діяльністю, формуванням позитивного образу продавця в очах його покупців, співробітників і постачальників. Короткострокові цілі пов'язані зі зміцненням лояльності існуючих покупців (мотивації витратити гроші в магазинах конкретної фірми), а також залученням нових клієнтів з торгової зони інших ринків. Системний характер комунікацій забезпечує розробка політики просування компанії, реалізація якої при наявності необхідних ресурсів уможливорює наступне:

- дозволяє збільшити обсяг продажів за рахунок створення кола надійних клієнтів, які привернуть нових покупців;
- стимулює проведення маркетингових досліджень окремих ринків;
- дозволяє скорегувати образ фірми і знання про марки її товарів, підкреслюючи їх відмінні риси;
- інформує споживачів про переваги товару, його нові характеристики, заходи щодо стимулювання продажів;
- підтримує впізнаваність, перевагу і прихильність до марки товарів, надаючи тим самим протидію конкурентам.

Система показників, що характеризує якість торговельного обслуговування (як запоруку утримання лояльності клієнтів), включає:

- забезпечення торгового процесу товарами,
- матеріально-технічне забезпечення торговельного обслуговування,
- технологічні умови обслуговування торгового процесу;
- соціальні умови обслуговування торговельного процесу,
- ефективність підвищення якості торговельного обслуговування.

Зокрема, моніторинг лояльності торгового персоналу має здійснюватися постійно, і для реалізації основних положень такого спостереження було проведено вивчення лояльності та мотивацій представників трудових колективів, що працюють у залі, керівників змін і залів продуктових супермаркетів, а також керівників філій супермаркетів, які мають повноваження



з кадрових рішень у своїй філії. Було встановлено, що саме менеджери залів є тією частиною персоналу, що практично формує та реалізує програму клієнтської лояльності в супермаркеті, а також забезпечує мотивацію персоналу до якості торгівельних послуг. Основними мотивуючими факторами тут виступають: рівень заробітної плати, діюча система штрафів та контролю.

Актуалізується необхідність розробки програми лояльності споживачів на основі концепції маркетингу відносин, що дозволяє створювати та розвивати лояльність споживачів у рамках системи відносин торгової компанії зі споживачами, співробітниками та постачальниками товарів. Інструментами реалізації цього підходу є:

- для клієнтів: комплекс заходів матеріального та нематеріального стимулювання, база даних споживачів на основі CRM-систем, call-центр та корпоративний сайт, що забезпечують комунікації із споживачами; поштове та електронне розсилання персоналізованих пропозицій та рекламних матеріалів, спонсорство заходів, що мають цінність для постійних споживачів тощо.

- для працівників - це прозора система матеріального та нематеріального стимулювання, тренінги, стандарти обслуговування, маркетингове дослідження «Таємничий покупець», спрямовані на підвищення якості обслуговування покупців, командоутворювальні заходи, покращення умов праці співробітників, моніторинг задоволеності та інші;

- для постачальників товарів: регулярні зустрічі та переговори з метою обговорення поточних комерційних питань; обмін інформацією про кінцевих покупців; спільні проєкти щодо стимулювання збуту, розвитку лояльності кінцевих споживачів та інші.

Інтегральний підхід врахування всіх комунікаційних напрямків просування продукції роздрібних магазинів уможливить високу ефективність їх комерційної діяльності.

#### **Список використаних джерел**

1.Лігоненко Л. Інноваційний вектор розвитку торгівлі в Україні [Електронний ресурс] / Л. Лігоненко, Г. Красневич. – Режим доступу: [http://www.nbuuv.gov.ua/old\\_jrn/soc\\_gum/tovary/2011\\_1/2.pdf](http://www.nbuuv.gov.ua/old_jrn/soc_gum/tovary/2011_1/2.pdf)

2.Мазаракі А. А., Федулова Л. І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств сфери торгівлі. Підприємництво і торгівля: зб. наук. пр. 2017. Вип. 21. С. 20-25. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg\\_2017\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Torg_2017_21)

**Fohel P.**

second-year master's student at the Faculty of Business and Law,

Kherson State University

*Scientific adviser: Doctor of Economics, Professor Ushkarenko I.V.*

## **ECONOMIC EFFICIENCY OF MARKETING SERVICE IMPLEMENTATION**

The growing role of marketing in connection with the changing market situation and the transformation of it into a «buyer's market» affects the development of marketing departments, their place in the organizational structure of a firm and interaction with other departments [1, p. 35]. Marketing management is a set of marketing systems of information, planning, organization and control. Planning and information are primary, because the company has to know the market situation and have clear goals. Such goals allow the marketing manager to determine the detailed picture of work that is necessary to achieve the goals. Marketing scientists believe that the organization of work at the enterprise should be carried out in three stages.

The first stage is the division of labor. The marketing manager divides all the work into small parts, each of which is related to a specific task and can be done by one person only. Here it is necessary taking into account the qualifications of each employee, as well as evenly distribute the load between them.

The essence of the second stage is to group tasks into logical blocks. Most companies have groups of two or more people working together: the work will be more efficient if such groups are formed into departments (sectors). This part of the organization is called group specialization.

The third stage is a coordination of work that allows to prevent possible conflicts and to strengthen structure of the enterprise. A well-functioning, coordinated mechanism greatly facilitates control – the last function of marketing management.

In companies focused on the intensification of commercial efforts, all activities of sales planning, customer service, advertising, market research are concentrated on the sales department. «If we take into account the possible differences of resources size of enterprises, in the products they produce, in the markets in which they operate, it becomes obvious that there can be no single organizational structure recommended as a standard for all enterprises» [3, p. 62].

Historically, the first position in the company, which had some relation to the performance of previous marketing functions, was the position of chief commercial officer (deputy director of sales). If firms focus on product improvement and production improvement, as a rule, there is no marketing department, and a significant number of functions, including research and development of a new product, performs the production department [2, p. 30].

The main tasks of the marketing service are conducting market research and sales by product type, collecting information about the market, structure, dynamics of demand, development of investment programs and schemes for their implementation, organization of information banks, preparation of various types of agreements and contracts, including leasing, insurance, transportation, sales, etc., organization of services and brokerage operations; development of sales, pricing and advertising policies; development of a program to preserve and improve product quality, etc. The solution of these problems is impossible without achieving certain tactical goals, including economic incentives for sales, creating a favorable public opinion about the product and its manufacturer, the organization of effective sales.

We believe that the marketing department at any level of agricultural management should become a think tank, a source of information and recommendations not only for market but also for production, scientific, technical and financial policy. The company has to develop a structure of marketing service that would be able to take over all marketing work, including planning.

### **References**

1. Andriichuk V.G. Efficiency of agrarian enterprises: theory, methods, analysis: monograph. K. : KNEU, 2015. 292 p.
2. Robert E., Branson, Douglas, Norwell. Agricultural marketing. Iowa University Press, 2001. 808 p.
3. Shpikuliak O.G. Institutions in the development and regulation of the agricultural market: monograph. K. : NSC IAE, 2013. 74 p.

**Чмут А.**

к.е.н., ст. викладач, доцент кафедри економіки, менеджменту та адміністрування, Херсонський державний університет

**Горбенко С.**

здобувач вищої освіти 4 курсу РВО «бакалавр»  
Херсонський державний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ УКРАЇНИ**

Ринок безалкогольних напоїв України є частиною ринку харчових продуктів, а отже є стан цього функціонування та розвитку є складовою забезпечення продовольчої безпеки в державі. Враховуючи це є необхідність в аналізі стану його функціонування та динаміки розвитку. Відповідний аналіз представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Виробництво окремих видів безалкогольних напоїв в Україні [1]

Найменування продукції за	Роки					Темп приросту , %	
	2011	2015	2017	2019	2020	2020 р / 2011 р	2021 р / 2019 р
Води натуральні мінеральні негазовані, млн.дал	33,6	36,0	45,4	63,4	59,3	76,49	- 6,4669
Води натуральні мінеральні газовані, млн.дал	98,4	72,8	73,9	89,7	85,5	-13,11	- 4,6823
Води з додаванням цукру і підсолодж. чи аром. типу лимонаду (уключаючи мінеральні й газовані), млн.дал	131	100	132	154	154	17,56	0
Сік томатний, млн.л	72,4	44,1	44,2	45,4	41,8	-42,27	- 7,9295
Сік яблучний, млн.л	108	86,1	74,0	101	63,4	-41,30	- 37,228
Суміші соків фруктових та овочевих, млн.л	315	189	187	189	172	-45,40	- 8,9947
Сік якогось одного фрукта або овочу неконцентр., млн.л	102	67,2	69,9	70,8	65,9	-35,39	- 6,9209

Представлені в таблиці дані дають змогу проаналізувати дані за десять років. Таким чином за період з 2011 по 2020 р.р. виробництв натуральної мінеральної негазованої води зросло 25, 7 млн дал або на 76,5%. В той же час виробництво газованої мінеральної води зменшилось майже на 13 млн дал. (-13,1%). Обсяги виробництва солодких газованих напоїв зросли з 131 млн дал до 154 млн дал., що відповідає росту на 17, 6%. При порівнянні показників 2020 року з попереднім, ситуація виглядає таким чином, що у аналізованому році обсяги виробництва негазованої та газованої мінеральної води знизились на 6,5% та 4,6% відповідно. В той же час обсяги виробництва солодких газованих напоїв не змінилися.

Стосовно виробництва окремих видів соків зауважимо наступне. В 2020 в порівнянні з 2011 роком обсяги виробництва всіх видів соків значно

скоротилась. Виробництво томатного соку зменшилось на 42,3%, яблучного – на 41,3%, суміші соків – на 45,4%, та моносоків – на 35,4%. Так само відмічається зниження в порівнянні з минулим періодом. Виробництво томатного соку зменшилось на 7,9%, яблучного – на 37,2%, суміші соків – майже на 9%, та інших соків з одного фрукту – майже на 7%.

Таким чином на ринку безалкогольних напоїв при аналізі обсягів виробництва груп мінеральних та солодких вод та соків привілюють тенденції до зниження обсягів виробництва, особливо помітно це за два останні роки. В тому числі дана ситуація є наслідком кризи викликаної пандемією COVID 19.

### **Список використаних джерел**

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Чмут А.В. Стан та тенденції розвитку ринку молока і молочної продукції України / Економіка і суспільство. 2018. №17. URL: <http://economyandsociety.in.ua/>
3. Чмут А.В. Ушкаренко Ю.В., Макаренко С.М. Статистико-економічне аналізування цін на молоко. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2021. – Вип. 41. – С. 85-90.

**Чмут А.**

к.е.н., ст. викладач, доцент кафедри економіки, менеджменту та адміністрування, Херсонський державний університет

**Жуган Д.**

здобувач вищої освіти, Херсонський державний університет

### **АНАЛІЗ СТАНУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ**

Зовнішня торгівля є одним із найголовніших засобів розвитку економіки країни. Завдяки міжнародній торгівлі відбувається збільшення державного бюджету, покращується продуктивність праці, збільшується обсяг та потужності виробництва, тому аналіз зовнішньої торгівлі має велике значення.

Для того, щоб проаналізувати стан зовнішньої торгівлі України надзвичайно важливо розраховувати зовнішньоторговельний баланс країни.

Зовнішньоторговельний баланс – це співвідношення обсягів експорту та імпорту за певний період [1]. Аналіз зовнішньоторговельного балансу є дуже важливим для стимулювання розвитку економіки та формування системи заходів для подолання кризових явищ, окремі його складові представлені на рис. 1.

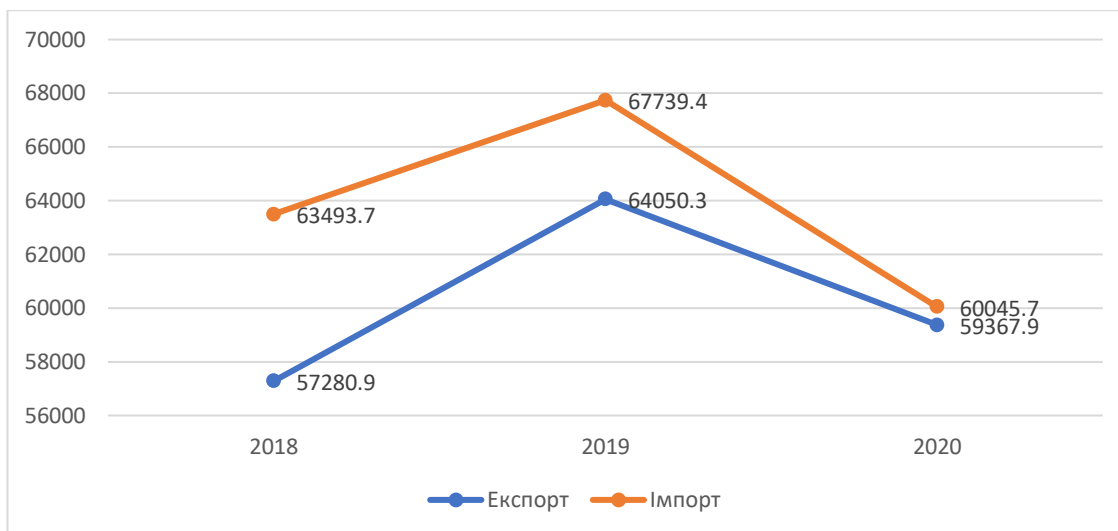


Рис. 1 Показники зовнішньої торгівлі України за 2018-2020 рр., млн. дол. США [2]

Як ми бачимо з представленого на рис. 1 графіку загальний експорт товарів та послуг в 2020 році становив 59367,9 млн дол. США. В той же час для порівняння варто зазначити, що експорт товарів та послуг в 2018 році становив 57280,9 млн дол. США. За аналізований період обсяги імпорту товарів та послуг перевищували обсяги експорту. Імпорт товарів та послуг в 2020 році становив 60045,7 млн дол. США. В тому числі з країн ЄС в 2020 році загальний обсяг експорту становив 22085,2 млн дол. США, а загальний обсяг імпорту – 26786,7 млн дол. США. Варто зазначити, що загальний обсяг експорту та імпорту товарів перевищував обсяги експорту та імпорту послуг. В 2020 році загальний обсяг експорту товарів становив 49191,8 млн дол. США, тоді як загальний обсяг імпорту товарів – 54336,1 млн дол. США. Щодо послуг, то загальний експорт в 2020 році складав 11387,6 млн дол. США, а

імпорт – 5712,5 млн дол. США. Сальдо для загального обсягу товарів та послуг та окремо для кожної категорії було від’ємним, окрім 2020 року, коли для послуг сальдо зовнішньої торгівлі було додатнім – і становило 5675,1 млн дол. США.

Для аналізу зовнішньоторговельного балансу важливим аспектом є динаміка. Загальний обсяг експорту товарів та послуг демонструє негативну динаміку. В 2020 році обсяг експорту товарів та послуг зменшився на 4682,4 млн. дол. США, що у відсотках складає - 7,3%. Щодо імпорту, то загальний імпорт товарів та послуг також демонструє негативну динаміку. Обсяг імпорту товарів та послуг в 2020 році зменшився на 7693,7 млн дол. США, що складає -11,3%. Сальдо зовнішньоторговельного балансу в 2020 році є від’ємним, але демонструє позитивну динаміку у відношенні до попередніх років. В 2020 році сальдо загального обсягу товарів та послуг становить -677,8 млн дол. США, що у відсотках показує приріст на 18,4%.

Таким чином, аналіз показав, що зовнішня торгівля має негативну динаміку. Сальдо 2020 року є негативним, проте показник є меншим ніж в минулі роки, що говорить про позитивні тенденції. Отже, аналіз зовнішньоторговельного балансу України є дуже важливим для стимулювання розвитку економіки та формування системи заходів для подолання кризових явищ в країні.

### **Список використаних джерел**

1.Шемчук М. Ю. Аналіз динаміки звітного зовнішньоторговельного балансу України за 2015-2017 роки та за півріччя 2018 року. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 5 (16). С. 271-274.

2.Статистичний збірник «Зовнішня торгівля України 2020». URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2021/zb/06/ztu\\_20\\_ue.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/06/ztu_20_ue.pdf)

3.Чмут А. Мельник С. Розвиток зовнішньої торгівлі товарами продовольчої групи в Херсонській області. Матеріали 6 Міжнародної наук.-практ. конф. «Розвиток форм і методів сучасного менеджменту в умовах



глобалізації» (м. Дніпро, 07-09 листопада 2018 року) – Дніпро, 2018. – С. 85-87.

**Шацило Є.**

здобувач вищої освіти 2 курсу СВО «магістр»

Херсонський державний університет

*Науковий керівник: д.е.н., доцент кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування Шашкова Н.І.*

## **СУТНІСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ПЕРВИННОЇ МЕДИКО-САНІТАРНОЇ ДОПОМОГИ В УКРАЇНІ**

Негативні тенденції у стані здоров'я населення обумовлені не тільки негативним впливом комплексу соціально-економічних факторів, а й цілою низкою проблем, які існують в системі охорони здоров'я. Однією з таких проблем є низька ефективність системи управління первинною медико-санітарною допомогою. У зв'язку з тим, що майже 80 % населення починає та закінчує лікування у первинній ланці охорони здоров'я, від ефективності управління центрами первинної медико-санітарної допомоги (ЦПМСД) залежить і ефективність діяльності всієї системи охорони здоров'я. Оптимальний шлях розвитку системи охорони здоров'я – це реалізація профілактичної спрямованості, що і повинно бути невід'ємною і переважаючою частиною роботи лікаря загальної практики. Потужну роль в профілактичній спрямованості ЦПМСД грають організація і функціонування «навчальних шкіл» для хворих з хронічною патологією. Це одне з найбільш перспективних напрямків діяльності фахівців первинної ланки в умовах, що склалися останнім часом при незадовільних якісних показниках здоров'я і зростання рівня захворюваності, інвалідизації та смертності, і одночасно з цим дефіциту фінансування системи охорони здоров'я.

Сьогодні потрібна нова парадигма профілактичної медицини, яка буде сприяти зміцненню здоров'я населення на регіональному і загальнодержавному рівні.

Набуття навичок здорового способу життя в сім'ї, комплексний медико-соціальний вплив на сім'ю може дати значний успіх в профілактиці і лікуванні багатьох захворювань.

Діяльність з формування здорового способу життя передбачає вдосконалення мережі лікувально-профілактичних установ з додаванням пріоритету профілактичної роботи (розвитку шкіл з профілактики та життя з хронічними захворюваннями, безкоштовних медико-реабілітаційних центрів). Її складовою частиною є забезпечення профілактичною допомогою населення сільської місцевості, важкодоступних районів за допомогою формування мобільних медичних бригад, оснащених необхідним лабораторним і інструментальним обладнанням.

Реалізація сучасних концепцій профілактичної медицини та ефективне управління нею дозволить на рівні галузі:

- комплексно і системно вирішувати проблеми в області зниження ризику розвитку найбільш поширених захворювань, попередження передчасної смертності;
- збільшити тривалість здорового життя населення;
- змістити пріоритети від управління «фінансовими ресурсами» в бік «управління результатами».

Завдання розробки і впровадження ефективних принципів управління людськими ресурсами в амбулаторній ланці охорони здоров'я є однією з найбільш актуальних для системи охорони здоров'я.

За наведеними у табл.1 даними можна побачити, що показник забезпеченості лікарями на 10 тис. населення в Херсонській та Миколаївській області є критично низьким. При порівнянні Тернопільської та Херсонської областей помітно, що за умов рівної кількості населення (1,0 млн жителів) в Херсонській області забезпеченість лікарями у два рази менша. В Чернівецькій області, (901 632 жителів) забезпеченість лікарями на 10 тис. населення на 50 % вища, аніж у Херсонській області.

Таблиця 1.

## Забезпеченість лікарськими кадрами системи МОЗ України, 2020 р.

Найменування	Штатні лікарські посади – всього	Забезпеченість штатними посадами - всього на 10 тис. населення	Зайняті лікарські посади всього	Забезпеченість лікарями на 10 тис. населення
	1	2	3	9
<b>Україна</b>	<b>181 897,75</b>	<b>43,92</b>	<b>154 365,25</b>	<b>35,58</b>
Миколаївська	4 232,00	38,21	3 541,00	26,99
Одеська	11 079,75	47,01	9 005,00	39,60
Полтавська	7 194,25	52,76	6 184,25	43,17
Рівненська	5 098,50	44,44	4 347,00	36,33
Сумська	4 779,00	45,46	4 031,50	35,13
Тернопільська	5 350,00	52,08	4 703,50	47,24
Харківська	13 227,50	50,52	11 550,50	42,12
Херсонська	4 101,25	40,40	3 385,25	26,81
Хмельницька	5 567,50	44,88	4 876,00	37,55
Черкаська	5 248,25	44,68	4 435,00	32,28
Чернівецька	4 900,00	54,84	4 518,50	53,35
Чернігівська	4 493,25	46,41	3 728,00	34,01

*Джерело: за даними [1]*

Поряд із цим у 2021 році було скорочено витрати на підготовку кадрів системи охорони здоров'я на 0,19 млрд. грн., скорочено витрати в царині медичної освіти на **0,26 млрд грн.** Наразі в системі охорони здоров'я пріоритетність профілактичного спрямування, на жаль, переважно носить декларативний характер. Хоча вартість профілактичного відвідування істотно (більш ніж в 2 рази) нижче лікувально-діагностичного. Соціальний маркетинг спроможний прискорити реалізацію програм профілактичної медицини. Вважаємо, що фінансування саме профілактичної медицини має бути пріоритетом бюджетного фінансування системи охорони здоров'я.

### Список використаних джерел

1. Центр медичної статистики МОЗ України. Електронний ресурс.  
<http://medstat.gov.ua/ukr/medkadru.html>

2. Асоціація міст України. Охорона здоров'я. Електронний ресурс:  
<https://www.auc.org.ua/novyna/zminy-v-derzhbyudzheti-2020-vydatky-na-medycynu-zbilsheno-na-158-mlrd-grn>.

**Шашкова Н.**  
д.е.н., професор кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування,  
Херсонський державний університет

## **ВНУТРІШНІЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Досягнення інституційних цілей компанії залежить від багатьох факторів, втім більшість з них пов'язана із концепцією внутрішнього маркетингу, який має на меті всю інтерактивну діяльність компанії, спрямовану на формування поведінки внутрішнього клієнта (працівника компанії). Співробітники є специфічними активами, інтегровані у бізнес-процеси, вони підвищують продуктивність і дохід компанії.

Система внутрішнього маркетингу компанії має бути інтегрованою у всі операційні бізнес-процеси її діяльності.

Сутність внутрішнього маркетингу це розуміння його в форматі внутрішнього ринку, тобто місця обміну цінностей: персонал – клієнту. У цьому - визнання організацією вартості внеску кожного члену команди, зацікавленість компанії у їх добробуті. Лояльність персоналу до компанії стане результатом такої усвідомленої підтримки [1].

Сутність внутрішнього маркетингу персоналу в тому, що відносини між компанією та працівниками будуються на тих же принципах, що і відносини компанії з клієнтами. Керівництво фірми пропонує співробітникам продукт – посаду (з правами, обов'язками і заробітною платнею), працівник купує цей продукт, оплачуючи його своєю працею [2,3]. Отже орієнтація на клієнта – основа традиційного маркетингу – орієнтується на внутрішнього споживача – співробітника. Маркетингові відносини із співробітниками компанії

призводять до того, що персонал, задоволений своєю роботою, легше засвоює задані стандарти надання послуг і більш якісно обслуговує зовнішніх споживачів. Також підвищується віддача від кожного працівника, зменшується плинність кадрів – основа стабільності і додаткового прибутку. Звідси впровадження внутрішнього маркетингу можна порівняти із реалізацією програми лояльності для клієнтів.

В системі управління конкурентоспроможністю підприємства внутрішній маркетинг відіграє роль ключового показника ефективності. Отже через систему показників внутрішнього маркетингу можна відобразити перспективи конкурентоспроможності компанії. Ключовими показниками ефективності внутрішнього маркетингу можуть виступати кількість раціональних пропозицій щодо удосконалення операційних бізнес-процесів за певний період часу (наявність нових ідей щодо просування компанії на ринку), щомісячні показники ефективності продажів, кількість кваліфікованих маркетингових лідів, індекс споживацької лояльності, наявність зворотного зв'язку з усіма ланками фірми, кількість скарг і пропозицій тощо. Важливим фактором успішного внутрішнього маркетингу є і той факт, що співробітники самі стають споживачами продукту, який реалізують. Принципи внутрішнього маркетингу дозволяють управляти як персоналом, так і якістю наданих послуг. При його плануванні обов'язково враховуються стратегічні цілі компанії щодо підвищення конкурентоспроможності.

### **Список використаних джерел**

1. Anosike, U. P., and Ahmed, P. K. (2009). Internal marketing: focus on practice. *Int. J. Manag. Pract.* 3, 369–382. doi: 10.1504/IJMP.2009.026962

2. Bailey, A. A., Albassami, F., and Al-Meshal, S. (2016). The roles of employee job satisfaction and organizational commitment in the internal marketing-employee bank identification relationship. *Int. J. Bank Mark.* 34, 821–840. doi: 10.1108/IJBM-06-2015-0097

3.Danso, A., Poku, K., and Agyapong, A. (2017). Mediating role of internal communications in market orientation and performance of mobile telecom firms: evidence from Ghana. *Cogent Bus. Manag.* 4, 1–15. doi: 10.1080/23311975.2017.1403713

**Шевкун Д.**  
здобувач вищої освіти 2 курсу  
Херсонський державний університет  
**Чмут А.**  
к.е.н., ст. викладач кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування  
Херсонський державний університет

## **АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Заробітна плата є важливою складовою добробуту населення. Вона є джерелом задоволення матеріальних потреб та забезпечує зв'язок між кількістю та якістю використаної праці. Законодавство України визначає, що «заробітна плата - це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу» [1]. На розмір оплати праці впливають багато факторів, як внутрішніх, так і зовнішніх, а моніторинг середньої заробітної плати є важливим джерелом інформації для прийняття управлінських рішень на регіональному та національному рівнях.

Динаміка середньої номінальної заробітної плати в Херсонській області по роках представлена на рис. 1.

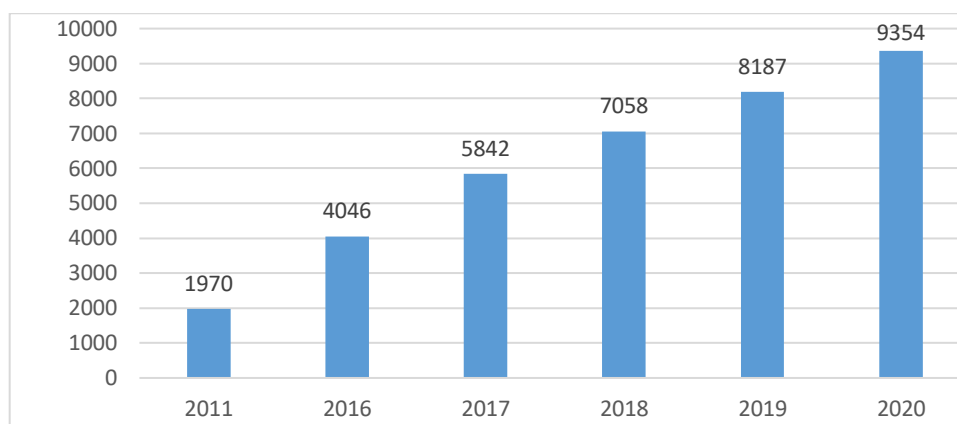


Рис. 1. Динаміка середньої номінальної заробітної плати Херсонської області по роках [2]

Відповідно до представлених даних спостерігається поступовий ріст середньої номінальної заробітної плати по роках. Більш детальний аналіз представлено в табл.1.

Таблиця 1

Динамічний аналіз середньої номінальної заробітної плати штатних працівників в Херсонській області [2, 3]

	Роки			Динаміка 2020/2019 р.р.		
	2018	2019	2020	Абсолютний приріст, грн	Темп росту, %	Темп приросту, %
Херсонська область	7058	8187	9354	1167	114,3	14,3
м. Гола пристань	8257	10015	10625	610	106,1	6,1
м. Каховка	7283	8965	10143	1178	113,1	13,1
м. Нова Каховка	6632	7623	8566	933	112,4	12,4
м. Херсон	7652	8731	9956	1225	114,0	14,0

Представлені дані демонструють, що показник номінальної заробітної плати за 2018 р. склав 7058 грн, за 2019-2020 роки він зріс до 8187 грн та 9355 грн відповідно. Аналіз динаміки за 2019-2020 р.р. показав, що у 2020 р. заробітна плата зросла на 1167 грн в порівнянні з попереднім періодом. Темп росту за 2020 р. становить 114,3% (тобто ріст склав +14,3%). В той же час реальна заробітна плата зросла на 11,3%.

Проаналізуємо динаміку номінальної заробітної плати по окремих містах Херсонської області. Найбільша середня заробітна плата спостерігається в містах Гола пристань та Каховка. Так, в місті Гола пристань в 2020 р номінальна заробітна плата склала 10625 грн, що на 610 грн більше за попередній період (темп росту становить 106,1 %).

В місті Каховка в 2020 р. номінальна заробітна плата становила 10143 грн, що на 1178 грн більше за попередній період. Темп приросту становив 13,1 %.

В 2020 р. у місті Нова Каховка номінальна заробітна плата склала 8566 грн, що на відміну від попереднього періоду демонструє ріст на 933 грн. Темп росту становить 112,4 % (темп росту + 12,4%).

Згідно з таблицею в м. Херсон в 2020 р. номінальна заробітна плата склала 9956 грн, що на 1225 грн більше за показники попереднього періоду. Темп приросту становив 14%.

Таким чином, з урахуванням проведеного аналізу, динаміка номінальної заробітної плати є позитивною, та незважаючи на її ріст, показники реальної заробітної плати зростають набагато меншими темпами, що впливає на реальні доходи населення. Стосовно самої номінальної заробітної плати необхідно відмітити, що вона є у 2020 р. нижчою за середню по Україні.

### **Список використаних джерел**

1.Про оплату праці : Закон України від 24.03.95 р. № 108/95-ВР URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/Laws/main.cgi?ш•ег=108%2F95-%E2%F0> (дата звернення: 20.10.2021).

2.Статистичний щорічник Херсонської області за 2020 рік / За ред. Н.Г.Мельничук. Херсон: Головне управління статистики в Херсонській області, 2021. 403 с.



3.Робоча сила України. Статистичний збірник  
URL:[http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2021/zb/07/zb\\_r\\_s\\_2020.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/07/zb_r_s_2020.pdf)  
(дата звернення: 17.10.2021).

4.Чмут АВ, Ушкаренко ЮВ, Макаренко СМ Економіко-статистичне аналізування цін на молоко URL:  
<http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/712/697> (дата звернення:  
17.10.2021).

**Шершень Д.**  
здобувач вищої освіти 4 курсу СВО «бакалавр»  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професор кафедри економіки,  
менеджменту та адміністрування Шашкова Н.І.*

## **МАРКЕТИНГ ВЗАЄМОВІДНОСИН В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНИХ ЗАДАЧ ПІДПРИЄМСТВА**

Маркетинг взаємовідносин, або relationship marketing - це бізнес-стратегія, спрямована на побудову довгострокових відносин із ключовими для бізнесу фігурами - клієнтами та бізнес-партнерами. Маркетинг відносин із клієнтами – це формування відносин із покупцями та потенційними покупцями так, щоб вони виявили бажання стати постійними клієнтами [1]. Сутність маркетингу взаємовідносин полягає у тому, щоб зробити відносини взаємовигідними. Втім, навіть найнавченіший персонал та досконалі стандарти сервісу не гарантують якісного обслуговування клієнтів – без програми контролю виконання стандартів та надання зворотного зв'язку персоналу [1]. Система навчання персоналу має бути комплексною, фактично містити навчання персоналу стандартам обслуговування клієнтів, правилам надання послуг, що визначені на законодавчому рівні, правилам роботи на підприємстві. Комплексне навчання персоналу має мотивуюче значення. На будь-якому підприємстві знайдеться співробітник, який показує низькі результати та демотивується через відсутність знань та навичок виконання тієї чи іншої роботи. Комплексне навчання уможливить підвищення мотивації

таких працівників. Доцільно паралельно використовувати матеріальну та нематеріальну складові системи мотивації. У ході розробки матеріальної частини системи мотивації необхідно чітко збалансувати всі складові винагороди відповідно до цілей підприємства.

Корпоративна культура якісного обслуговування для підприємства - це кінцева мета системи маркетингу взаємовідносин. Один із найбільш значних напрямів реалізації плану маркетингу взаємовідносин є забезпечення постійної підтримки з боку менеджерів усіх рівнів [2]. Перший за значимістю цільовий сегмент маркетингу взаємовідносин – топ-менеджмент. Успіх чи невдача маркетингу взаємовідносин багато в чому залежать від того, наскільки вдасться залучити в цю систему керівний персонал підприємства. Відомо, що впровадження змін найчастіше відбувається зверху донизу: топ-менеджери формують бачення та місію організації; потім керівники середньої ланки втілюють ці ідеї у своїй повсякденній діяльності; нарешті, всі співробітники при виконанні своєї роботи починають мислити у світлі нових, загальних для всієї компанії та зрозумілих кожному цілей та цінностей. Таким чином, програма маркетингу взаємовідносин – це система підтримки управлінських рішень, що безперервно реалізується у розвитку клієнтоорієнтованості підприємства, підвищення лояльності працівників до підприємства. Щоб ефективно задовольняти потреби зовнішніх клієнтів, бути конкурентоспроможною на ринку, підприємство сфери послуг, передусім, має ефективно задовольняти потреби своїх внутрішніх клієнтів - персоналу. Цього можна досягти за допомогою впровадження у практику підприємства сфери послуг програми маркетингу взаємовідносин. Для підприємств сфери послуг поняття маркетингу взаємовідносин полягає у поєднанні мотивації співробітників та формування їх професійних знань на тотожність бренду. Мотивація та високий рівень знань працівників є джерелом висококласних послуг. Маркетинг взаємовідносин на

підприємствах сфери послуг має передувати зовнішньому маркетингу та маркетингу взаємин із клієнтами.

### **Список використаних джерел**

1. Kotler, Philip, Principles of marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong. – 14th ed. – New Jersey : Pearson Prentice Hall, 2012. – 740 p.
2. Benouakrim, Hind, Kandoussi, Fatima El, Relationship Marketing: Literature Review / Hind Benouakrim, Fatima El Kandoussi // International Journal of Science and Research (IJSR).- Volume 2, Issue 10, October 2013. – P. 148–152

**Шликов Є.**

здобувач вищої освіти 4 курсу СВО «бакалавр»  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професор Соловійов А.І.*

### **АНАЛІЗУВАННЯ СПОЖИВАЦЬКИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ ПРОДАЖУ АВТОМОБІЛІВ**

В наш час розвиток автомобільної промисловості відбувається дуже швидко. Автомобіль є товаром, який не можна віднести до товару повсякденного попиту. Виходячи з цього, маркетингові дослідження в даному напрямку повинні проводитися регулярно. Саме регулярні маркетингові дослідження допоможуть підвищити якість позиціонування товарів на ринку, домогтись підвищення купівельної спроможності споживачів і, у свою чергу, підвищити дохід від продажів автомобілів[4]. До головного фактору, який впливає на покупку автомобілю, є наявність доходів у споживача. Від рівню доходів залежить, в якому ціновому сегменті людина буде купувати автомобіль. Чим вище доходи людини, тим кращий, безпечніший та комфортніший буде обраний автомобіль[4]. Для складання повної картини можна поділити споживачів на групи, виходячи з рівня їх доходів.

Сегментування споживачів за рівнем їх доходів показано в *таблиці 1*.

## Сегментація населення України виходячи з рівня їх доходів

Цільовий сегмент	Характеристика сегменту
А	Еліта суспільства, люди з високим соціальним статусом та віковою приналежністю до групи від 45 до 65 років: представники вищої державної влади, управлінської сфери і сфери виробництва і підприємництва; державні чиновники високого рівня; керівники крупних підприємств, організацій і фірм, річний дохід котрих перевищує 300000 грн
Б	Люди із статусом вище середнього, віковою приналежністю до групи 25–60 років: керівники підприємств; крупні бізнесмени; люди творчої праці, які не належать до еліти та річний дохід яких дещо менший за дохід еліти суспільства, проте може значно його перевищувати (у межах до 300000 грн на рік)
В	Люди з середнім соціальним статусом: фахівці різних профілів; педагоги; висококваліфіковані працівники; керівники «тактичного» рівня; бізнесмени; інженерно-технічні працівники, річний дохід котрих не перевищує 120000 грн на рік. В основному, це люди 35-55 років, в яких є сім'ї з різним життєвим циклом
Г	Люди з низьким соціальним статусом та пенсіонери, річний дохід сім'ї котрих не перевищує 60000 грн на рік: дрібні службовці; клерки; кваліфіковані і некваліфіковані працівники

\* складено автором на основі [1]

Після складання таблиці необхідно скласти сегментацію ринку легкових автомобілів, які поширені в нашому регіоні за рівнем їх ціни. Цей поділ показаний в *таблиці 2*

## Поділ автомобілів за їх ціновим сегментом

Цільовий сегмент	Модель автомобіля	Опис автомобіля
А	Audi A8 Limousine Long 6.3 FSI quattro, Audi Q7V12 6.0 TDI quattro, Audi TT RS Coupe 2.5 TFSI, Audi A8 Limousine Long 4.2 TDI quattro	Автомобілі представницького характеру. Довжина більше 5 м, ширина – 1,7 м. Моделі цього класу, в основному виконують представницькі функції, кузов – виключно седан, салони дуже просторі. Ціна від 1000000 млн. грн.
Б	Audi A6 C7 3.0 TDI quattro, Audi Q5 3.2 FSI, Audi Q32.0 TFSI quattro, Audi A42.0 TFSI quattro	У Європі вважається вищий за середній клас, рівень продажів зберігається близько 5%. Довжина автомобіля – від 4,8–5 м, ширина – більш 1,8 м. Тип кузова – седан або універсал. Ціна від 540 тис. грн.
В	Audi A3 2.0 TDI, Citroen C4 Aircross 1.6 2WD MT Attraction.	Малогабаритні автомобілі з довжиною кузова до 4 м переважно для міських поїздок по хороших дорогах. Вони компактні і економічні, хоча і не відрізняються високою комфортністю. Ціна від 230 тис. грн.
Г	GEELY MK new, Geely MK Cross 1.5 MT Basic plus, GEELY SL 1.8 MT Basic, Lada (BA3) 21043, Lada 2172 Приора Хэтч-бэк	Відмінність російських марок: гарне поєднання ціни і якості, середня якість керування автомобілем, стійкість на різних дорогах, довговічність експлуатації Ціна від 125 тис. грн.

\* складено автором на основі власних спостережень.

Відповідно до представлених таблиць можна дійти висновку, що більша частина населення країни не може придбати автомобіль, який знаходиться в категорії Б та А.

Найчастіше купуються автомобілі, які вже є не новими та експлуатуються як мінімум 3-6 років. Лише споживачі, які відносяться до групи А та інколи Б, можуть придбати новий автомобіль з салону[3]. Так, за допомогою проведеного маркетингового дослідження ми дійшли висновку, що для того, щоб збільшити продаж автомобілів на ринку України, необхідно збільшити диференціацію. Для зростання кількості продажів необхідно збільшити кількість автомобілів, які знаходяться в середньому ціновому діапазоні.

Також споживача, який знаходиться в категорії Б та В, може не задовольняти ціна ремонту автомобіля, який знаходиться в діапазоні категорій А та Б. Споживачам, які знаходяться в сегменті низького доходу, важливо, щоб автомобіль був дешевим та виконував всі покладені на його завдання. Для споживачів, які отримують середній дохід, важливо, щоб автомобіль був комфортним та безпечним[2]. Для споживачів, які вважаються елітою та купують автомобіль, який знаходиться в категорії А, важливе те, як буде впливати автомобіль на їх імідж, наскільки він швидкий та керований та скільки в ньому допоміжних функцій.

### **Список використаних джерел**

1. Середня заробітна плата за видами економічної діяльності у промисловості за місяць у 2020 році [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov>.

2. Іванова Р.Х. Поведінка споживачів: Навчальний посібник. - Харків: ВД «ІНЖЕК», 2005

3. Ринок автомобілів з пробігом в Україні: Незалежне дослідження Асоціації дилерів автомобілів з пробігом [Електронний ресурс]: автомобілі з пробігом, 2014. - Режим доступу: <http://www.bulavka.ua/files/pic/news/carmarket.pdf>

4. Управління купівельним поведінкою: соціологічні аспекти процесу продажу: навч. посібник / А. Н. Буров, І. Б. Давидкіна [и др.]; Харків: 2017.- 127с.

**Shmat A.**

second-year master's student at the Faculty of Business and Law,

Kherson State University

*Scientific adviser: Doctor of Economics, Professor Ushkarenko I.V.*

## **THE IMPACT OF TAX BENEFITS ON PRODUCTION IN UKRAINE: EXPERIENCE OF IMPLEMENTATION OF THE ACCELERATED DEPRECIATION POLICY**

Improving of the state depreciation policy through the rational use of accelerated depreciation is one of the important areas of intensification of investment and innovation activities of the companies and the creation of competitive advantages. The formation of a depreciation policy, which would, within the national regulations, allow each company to choose the most favorable mode of reproduction of main assets and successfully develop all sectors of the national economy, is relevant and important [1, p. 45].

Such well-known scientists as Borisenko Z.N., Blank I.A., Vygovskaya N.G., Veretennikova I.I., Gorodyanskaya L.V., Golov S.F., Grinko A.P., Kireitsev G.G., Stadnitsky Y.I., Orlov O.O., Fuchs A.E., Khomin P.Y., Chumachenko M.G., Chaly I.G., Shimyakina N.V., Yaremko I.Y. etc systematically raise the issue of formation and implementation of depreciation policy at the macro and micro levels in the pages of scientific periodicals and in monographs [1, 2, 3, 4].

Balanced economic development largely depends on the existing incentive mechanism for tax regulation of economic entities. State tax regulation is the most complex part of the general system of tax relations. The most effective direction of state tax regulation is the provision of benefits.

According to the Tax Code of Ukraine, depreciation is an exemption from taxation of a part of the profit in the amount of the calculated depreciation. In fact, depreciation is the portion of income reserved for investment purposes to restore the asset in the future.

Depreciation is understood as a systematic distribution of the value of main assets, other non-current and intangible assets, which is depreciated over the period of their useful life (operation). Accelerated depreciation firstly was used in the United States in 1940 for some industries and has been shown to be highly effective in stimulating investment and resuming production. During the economic crisis of 1970-1975, the new depreciation policy played a stabilizing role and was embodied in the system of interval service life (ADR system).

The ADR system provided for:

- reducing the number of depreciation rates;
- granting companies the right to choose the norms within the established interval from a specific group of means of labor;
- expansion of accelerated depreciation;
- depreciation for capital repairs of means of labor [2, p. 10].

Today, the method of accelerated depreciation is used in almost all Western countries.

The main problems of implementing the policy of accelerated depreciation in Ukraine are:

1. Almost all Ukrainian companies need to replace old equipment. But the actual depreciation of assets is such that their modernization using their own resources is not possible. Even a short-term increase in costs and a decrease in profits for a company that is on the verge of profitability can threaten bankruptcy.

2. The method of accelerated depreciation is appropriate for newly introduced main assets, as it most stimulates the renewal of production and the formation of domestic investment resources of the economy. Again, significant depreciation of main assets will not allow to form a sufficient local investment resource, which means that for most companies the only source of investment is foreign investment, the dynamics of which largely depends on the investment climate in the country, i.e. the set of political, economic, social and legal conditions, which contribute to the investment activities of local and foreign investors.

As a result, we have that at present time, for all its advantages, in Ukraine, the method of accelerated depreciation, without harm to themselves, can be used by a small number of companies. The problems of introduction of the policy of accelerated depreciation in Ukraine are considered. Comparative analysis indicates that overstatement of depreciation rates, compared with understatement, has more advantages.

It is concluded that most Ukrainian companies need mass replacement of old equipment, but the actual wear and tear of facilities is such that it is impossible to



modernize them using their own resources. The method of accelerated depreciation is appropriate for newly introduced assets.

Significant depreciation of assets will not allow to form a sufficient local investment resource, which means that for most companies the only source of investment - is foreign investment, the receipt of which is possible.

### **References**

1. Gubachova O. Choosing the method of calculating the depreciation of main assets / O. Gubachova // Economy of Ukraine. – 2000. – № 11. – P. 42-47.

2. Vyhovska N.G. Improving depreciation accounting: status, problems, prospects / N.G. Vyhovska – K. : KNTEU, 1999. – P. 10.

3. Nebava, M.I. Economics and organization of production activities of the enterprise. Part 1. Economy of the enterprise: textbook / Nebava M.I., Adler O.O., Lesko O.Y. – Vinnytsia: VNTU, 2011. – P. 117.

4. Ushkarenko I.V. Agricultural cooperation in the evolutionary dimension: a monograph. Kherson: Aylant.2009.404 p.

### **СЕКЦІЯ 3. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**Бурак В.**

к.т.н., доцентка кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
Херсонський державний університет

**Івахненко А.**

викладачка вищої категорії циклової комісії ресторанного обслуговування  
Херсонський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж

### **ФУДПЕЙРІНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

Світ навколо нас змінюється неймовірно швидко. І це, безумовно, пов'язане з безперервним науково-технічним розвитком. Ці зміни стосуються всіх сфер життя. І те, що було актуально лише десять років тому, на даному етапі життя стало мало не життєвою буденністю. Робота закладів сфери обслуговування вже давно орієнтована на споживчий попит. Тільки людям докучає все настільки швидко, що питання «чим здивувати?» залишається актуальним на постійній основі. І в останнім часом світові відкрилися напрямки, що змінили уявлення про харчування як про звичайному споживанні їжі. Одними з найбільш цікавих і перспективних напрямків є фудпейрінг.

Отже, фудпейрінг – це науковий метод, що дозволяє ідентифікувати ароматичний профіль продуктів та встановити інгредієнти, які добре поєднуються між собою [1]. Це дозволяє створити унікальний рецепт із різними смаковими комбінаціями.

Сам процес починається з необхідності визначення базових ароматичних сполук, що входять до складу інгредієнтів за допомогою мас-спектрометрії – методу дослідження та ідентифікації речовини, що дозволяє визначати концентрацію різних компонентів у ній, поєднану з газовою хроматографією [2]. Один компонент, такий як шафран, може містити кілька десятків різних молекул аромату, хоча насправді найбільш домінуючі сполуки

насправді відповідальні за його характерний запах. Далі цей ароматичний профіль зіставляється із профілями інших елементів страви. На підставі таких даних будують так зване дерево фудпейрінгу, яке демонструє різноманітні ароматичні комбінації продуктів, тобто це схема, в центрі якої знаходиться якийсь інгредієнт із набором ланцюгів – найбільш сприятливих для нього комбінацій.

Для того, щоб рецепт вийшов збалансованим з точки зору фудпейрінга, важливо, щоб крім поєднання базових компонентів аромату їх наповнювали додаткові, а також обов'язково повинен бути присутнім контраст смаку і текстури.

Після вибраних пар слід досягти балансу смаку, щоб додати глибину страви. Пошук гармонії вважається одним із найскладніших етапів роботи. Тут слід розуміти різницю між смаком та ароматом. Смак відноситься до здатності виявляти відчуття на язичці. Їх існує п'ять основних: солодкий, солоний, кислий, гіркий та умами. Абсолютно всі компоненти, що використовуються для приготування страви, характеризуються одні або декількома з них. Створюючи рецептуру, потрібно додати хоча б мінімум контрастного смаку, щоб збалансувати страву чи напій. Наприклад, слід використовувати щось гірке в протиставлення солоного.

Крім п'яти основних смаків, язик може відчувати інші почуття. Гострота перцю чилі, мабуть, найвідоміший із них. Це конкретне відчуття не є смаком у технічному сенсі, тому що воно не виникає зі смакових рецепторів. Опік під нігтями або в очах після різання чилі пов'язаний з тим, що капсаїцин – речовина, що викликає цю реакцію, виявляється не смаковими рецепторами, а нервами, що присутні у багатьох частинах тіла, включаючи рот. До цієї групи можна віднести печіння алкоголю, жирність олії, прохолодність м'яси, терпкість танінів, оніміння сичуаньського перцю та багато інших. Це, безумовно, необхідно враховувати, створюючи рецептуру, оскільки ці відчуття взаємодіють із основними смаками [3].

Також люди особливо чутливі до текстур продуктів та напоїв. Страви, що викликають інтерес, зазвичай мають різні текстури, тоді як страви без неї не викликають особливо ніяких почуттів. Існує близько шістдесят різних типів текстур. Їх можна розділити на дві основні групи: м'які та хрусткі. При побудові рецепта рекомендується включити щонайменше одну контрастну текстуру з кожної групи.

На сьогоднішній день існують інтернет-ресурси, завдяки яким можна уникнути незліченної кількості експериментів щодо підбору інгредієнтів, які можна поєднувати між собою. Головною з яких є програма Foodpairing. З допомогою якого можна просто вибрати потрібні інгредієнти, а розроблений алгоритм сам покаже, які продукти найбільш гармонійно поєднуються один з одним.

Напрямок «фудпейрінг» сформувався зовсім недавно. І воно в повній мірі відображає те, що громадське харчування вийшло на новий рівень. Людям більше не цікаво просто споживати їжу у приємній атмосфері. Вони прагнуть інновацій, нових поєднань, оригінальних форм, незвичних уподобань. І фудпейрінг може забезпечити їм це. Його неординарні методи дають «друге дихання» не тільки добре відомим поєднанням продуктів, а й приносять щось нове в неосяжний світ гастрономії, що безсумнівно виводить фудпейрінг на новий, більш високий рівень, а перспективи, що відкриваються, не мають кордонів [4].

#### **Список використаних джерел**

1. Бурак В.Г. Використання інтернет-ресурсів у дистанційному навчанні майбутніх фахівців готельно-ресторанного господарства в закладах вищої освіти. *Педагогічні науки*. 2020. № 91. С. 43–50.

2. Бурак В.Г. Специфіка формування компетентності фахівців готельно-ресторанної справи в процесі професійної підготовки в закладах вищої освіти. *Нова педагогічна думка*. 2021. №2 (106). С. 32–38.

3. Khomova O., Yanchycka K., Shkatula O., Burak V., Frolova O. Trends in the development of tertiary education in the context of modern challenges. *Applied Linguistics Research Journal*. 2021. № 5 (4). P. 126–133.

4. Andriushchenko I. E., Ivanenko T. Ya., Burak V. H., Kovalenko G. V., Zamferesko O. V. Technologies for training specialists in the hotel and catering industry in Ukraine in the context of lifelong learning. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV. № 37 (3). P.838–843.

**Бурак В.**

к.т.н., доцентка кафедри готельно-ресторанного  
та туристичного бізнесу  
Херсонський державний університет

**Назаренко І.**

к.т.н., доцентка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Міжнародний класичний університет ім. П. Орлика

## **МОНОКОНЦЕПЦІЯ – НОВИЙ ТРЕНД У ГРОМАДСЬКОМУ ХАРЧУВАННІ**

В даний час індустрія громадського харчування у світі включає величезну кількість різноформатних закладів з різними формами обслуговування, великим асортиментом кулінарної продукції та обладнання. Сфера обслуговування ніколи не припиняла свого розвитку, і зараз вона лише набирає обертів. Ресторатори та управлінці постійно перебувають у пошуку незвичайних та нових рішень для підприємств громадського харчування, адже для того, щоб ресторанний бізнес був успішним, важливо мати свою «фішку» [1]. Такою фішкою багатьох підприємств є особлива концепція, що виділяє їх серед конкурентів.

На даний момент існує величезна кількість різноманітних закладів громадського харчування – це і широко поширений фастфуд, неймовірна кількість кав'ярень на кожному кроці, галасливі бари і т.д. Все більше і більше стало з'являтися підприємств харчування з широким вибором страв та напоїв, починаючи від бургерів, пасти, піци та закінчуючи вок, ролами, пловом та борщем. І в принципі така концепція має місце, адже чим ширший асортимент,

тим більша ймовірність, що гість, який випадково зайшов, знайде в меню щось на свій смак, проте і тут є каверза. Встежити за якістю такої кількості найменувань вкрай складно, а ще складніше стати найкращим закладом у своєму районі/місті/країні [2]. У світлі вищесказаного одним із перспективних напрямів став новий тренд у громадському харчуванні – моноконцепція.

Моноконцепція – концепція підприємства комунального харчування, що передбачає використання одного продукту (чи виду продукту) як основу і побудова меню навколо нього. Моноконцептуальні заклади на ринку не є чимось новим та незвіданим, це просто добре забуте старе [3]. Однак в якості сучасного напрямку моноконцепція повернулася в кілька іншому вигляді. На сьогоднішній день моно концептуальні підприємства мають на увазі високий рівень обслуговування, цікаві дизайнерські та технологічні рішення.

Основна причина виникнення моноконцепцій в ресторанному бізнесі – це відображення на конкретному ринку абсолютно загальних, глобальних процесів, які мають відношення до різних областей. Їх причини – розвиток технологій, прискорення часу та споживання. На сьогоднішній день виробники великим вибором послуг і продуктів провокують у споживачів нескінченний вибір, тому саме перенасичення ринку призвело до виникнення монопродуктових ресторанів. Монопродуктові підприємства комунального харчування спрощують вибір споживача [4].

Другий і не менш важливий аспект «Монопродуктового маніфесту» свідчить, що підприємство, яке має невеликий асортимент, для успіху на ринку має пропонувати споживачеві найкращу страву у місті. І саме моноконцепція дозволяє виробнику стати найкращим на ринку, тому що встежити за якістю великого асортименту страв досить складно.

Моноконцепція передбачає економію на кожному етапі роботи, починаючи від закупівлі обладнання та сировини до витрат на виплату зарплат зайвим працівникам. Так, на кухні Burger&Lobster стоїть кілька пароконвектоматів, в яких готуються лобстери, гриль, м'ясорубка для бургерів, холодильники. Нічого зайвого. Техніки – в рази менше, ніж у будь-

якому іншому ресторані. І лише три кухарі, які можуть швидко нагодувати одночасно і двадцять, і сто гостей.

Загальна ідея такого підприємства полягає у наданні послуг громадського харчування для мешканців та гостей міста за меню, побудованим на основі копчених виробів. Таке меню дозволяє гостям ресторану подивитися на копченості з іншого боку: скуштувати нові незвичайні страви, здивуватися незвичайним смаком давно знайомих страв, в рецептуру яких було внесено копчені продукти [5].

Таким чином, монопроекти у громадському харчуванні є перспективним напрямом і одним із найцікавіших є копчення.

### Список використаних джерел

1. Burak V. Training of future specialists in hotel and restaurant industry in higher educational establishments in the conditions of distance learning. *ScienceRise: Pedagogical Education*. 2020. № 6 (39). P. 16–20.
2. Бурак В.Г. Використання інтернет-ресурсів у дистанційному навчанні майбутніх фахівців готельно-ресторанного господарства в закладах вищої освіти. *Педагогічні науки*. 2020. № 91. С. 43–50.
3. Бурак В.Г. Специфіка формування компетентності фахівців готельно-ресторанної справи в процесі професійної підготовки в закладах вищої освіти. *Нова педагогічна думка*. 2021. №2 (106). С. 32–38.
4. Khomova O., Yanchycka K., Shkatula O., Burak V., Frolova O. Trends in the development of tertiary education in the context of modern challenges. *Applied Linguistics Research Journal*. 2021. № 5 (4). P. 126–133.
5. Andriushchenko I. E., Ivanenko T. Ya., Burak V. H., Kovalenko G. V., Zamferesko O. V. Technologies for training specialists in the hotel and catering industry in Ukraine in the context of lifelong learning. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV. № 37 (3). P.838–843.

**Бурак В.**

к.т.н., доцентка кафедри готельно-ресторанного  
та туристичного бізнесу  
Херсонський державний університет

**Осадчий О.**

здобувач вищої освіти 3 курсу СВО «бакалавр»  
Херсонський державний університет

## **СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТЕХНОЛОГІЙ І ТЕХНІЧНОГО ОСНАЩЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ**

Мета дослідження – аналіз можливостей підвищення ефективності роботи підприємств сфери харчування через використання сучасних технологій та технічного оснащення. Автори проаналізували шляхи збереження купівельного попиту та стимулювання виручки, враховуючи технічні особливості оснащення та забезпечення програмними продуктами, з акцентом на повноцінну програму r\_keeper з усіма її можливостями та функціями. Приділено увагу на найкращі технологічні, інженерно-технічні, СМАРТ-рішення для підприємств громадського харчування, які відзначені професійною премією новінок та інновацій для сегменту HoReCa.

Ресторанний бізнес – явище динамічне, будь-який застій чи зволікання неминуче веде до втрати гостей та падіння виручки ресторану. Іти в ногу з часом означає:

- слідувати моді на кухні та сервісі;
- враховувати всі технічні особливості оснащення, здійснюваних на підприємстві виробничо-торговельних процесів, в тому числі і забезпечення програмними продуктами; передбачити економічні та маркетингові особливості ресторанного ринку.

Використання сучасних технологій можуть здатися консервативними. Так, у залі процес прийому замовлення здійснюється на базі паперового меню, яке офіціант подає гостям на початку обслуговування, багато процесів на виробництві, пов'язані з приготуванням страв, здійснюються вручну



кухарями, замовлення в зал виносять офіціанти, використовуючи піднос або вручну з елементами презентації даної кулінарної продукції, та й техніка подача - французьким, європейським, англійським, російським методами передбачає майстерність обслуговуючого персоналу і пов'язане з людським чинником. Проте технології автоматизували велику кількість процесів усередині підприємства непомітно для гостей.

Систему r\_keeper відрізняє модульність: ресторатор підключає та використовує потрібні його бізнесу сервіси. Це дозволяє використовувати r\_keeper у підприємствах різних форматів. Для Delivery POS характерна повна інтеграція з ключовим продуктом FoodPlex і однією з найбільш популярних касових систем в Україні - r\_keeper.

Однією з таких платформ автоматизації маркетингу є Plazius Marketing Cloud, розроблена компанією FoodPlex. Сервіс пропонує повний набір інструментів для збільшення середнього чека, частоти відвідувань, виручки ресторану. Plazius Marketing Cloud інтегрується до касової системи підприємства, а маркетолог ресторану працює з платформою через зручний веб-інтерфейс. Платформа дозволяє налаштувати багаторівневу бонусну програму з різним відсотком бонусного кешбеку, щоб стимулювати гостей витратити більше, запускати акції в кілька кліків, використовуючи готові шаблони (подарунок на день народження, щасливий час, штампики), вибудувати унікальну систему спецпропозицій. За допомогою сервісів розсилок Marketing Cloud можна налаштувати регулярні чи разові комунікації з гостями через email, SMS чи push-сповіщення.

Найкращим технологічним рішенням із розряду професійного обладнання для приготування чаю та кави є кавомолка Pratica від компанії «Мадіан». Кавомолка нового покоління Pratica – спільна розробка заводів Mahlkoenig та Anfim. У приладі вдало поєднуються всі технічні характеристики професійних кавомолок: якість помолу; швидкість роботи; ергономічність; простота використання.

Для підприємства громадського харчування одним з кращих SMART-рішень була виділена холодильна спліт-система Belluna. Чудово підходить для підприємств сфери ресторанного бізнесу.

Система пристосовується під будь-який продукт та має можливість створення специфічних умов; збереження прибутку за рахунок зниження втрат ваги товару; можливість використання системи в широкому діапазоні напруги живлення; низький рівень шуму зовнішнього блока.

Гість, його здоров'я і безпеку – ось що важливіше за все для будь-якого підприємства громадського харчування. Напрацювання бази лояльних споживачів, її сегментація та постійна робота з кожним сегментом аудиторії – те, що потрібне для сфери ресторанного бізнесу. І в цьому велика роль відводиться сучасним технологіям та можливостям технічного оснащення основних виробничо-торгівельних процесів характерних для діяльності підприємства. В даний час багато рестораторів розуміють наскільки необхідно впроваджувати в процеси, що здійснюються на підприємстві, різні новинки та інновації, які характерні для індустрії HoReCa з метою утримати споживчий інтерес до своєї продукції та послуг, що пропонуються на ринок.

### Список використаних джерел

1. Бурак В. Г. Зарубіжний досвід підготовки фахівців готельно-ресторанної справи. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. 2020. № 78. С. 39–43.
2. Khomova O., Yanchycka K., Shkatula O., Burak V., Frolova O. Trends in the development of tertiary education in the context of modern challenges. *Applied Linguistics Research Journal*. 2021. № 5 (4). P. 126–133.
3. Andriushchenko I. E., Ivanenko T. Ya., Burak V. H., Kovalenko G. V., Zamferesko O. V. Technologies for training specialists in the hotel and catering

industry in Ukraine in the context of lifelong learning. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV. № 37 (3). P.838–843.

**Burak V.**

Ph.D., Associate Professor of Hotel and Restaurant  
and tourism business  
Kherson State University

## **PROFESSIONAL TRAINING OF FUTURE HOSPITALITY PROFESSIONALS**

Training of future specialists in hotel and restaurant business, carried out in institutions of professional higher and higher education, is undergoing powerful international trends arising from the formation of university networks, regional and transnational integration, digital transformation, competitiveness, corporatization, market niches and global [1].

Professional training of future specialists in the hotel and restaurant business has become the object of scientific interest of domestic scientists.

Let's start the analysis by defining the definition of the basic term "training". Vocational training of specialists of different levels of qualification for work in one of the branches of national economy, science, culture, which is an integral part of the education system and includes in-depth acquaintance with the scientific bases and technology of the chosen type of work; instilling special practical skills and abilities; formation of psychological and moral qualities of the personality, important for work in a certain sphere of human activity [2].

As you know, the specialty 241 Hotel and restaurant business is part of the field of knowledge. demand for a particular service and its specifics, including seasonality; psychological, professional, social components of training of specialists become priority; is a symbiosis of large and small organizations in the market with the possibility of territorial separation of different divisions of organizations.

The international dimension of this area is represented by the term "HoReCa" (abbreviation of the words denoting points of sale with direct consumption of goods

and services: Hotel, Restaurant, Catering / Cafe), which is identified with the hospitality and catering services, segment of services and sales channels: hotel services, guest houses, apartment rentals. The HoReCa segment developed rapidly before the global events related to the COVID-19 pandemic, due to the growing number of clubs and hotels, restaurants and bars [3].

The professional training of future specialists of hotel and restaurant industry is identified with the organized, continuous and purposeful process of formation and development of customers of educational services of professional subject-specific competencies for future professional activity, which is carried out by higher education institutions and aimed at obtaining qualifications in accordance with educational and professional programs. Educational levels "bachelor" and "master" for successful performance of official duties.

World stakeholders, heads of enterprises in the field of tourism and hotel and restaurant business, among the top signs of readiness of future professionals in the field of service are [19]: the presence of a positive attitude, abilities to the chosen profession and important qualities; general and special professional knowledge, skills, abilities, competencies; formation of skills of team and independent creative work; acquisition of ability to use methods of scientific knowledge and to carry out innovative activity/

Analyzing the model of professional tourism education, its disadvantage is called the advantage of theoretical training and determine the priority principles of proper professional training, including: practical orientation in compliance with the best world standards; taking into account the requests of employers.

Thus, the global and domestic development of hotel and restaurant business as a component of service and scientific knowledge puts before future professionals requirements for appropriate training, competitiveness and professional mobility in the field of service, which also provides continuous professional development, internships and training in lifelong learning.

The study does not cover all aspects of this problem.

The direction of further direction of scientific research on professional training of specialists in hotel and restaurant business is the study of its problems in modern economic conditions [4].

### References

1. Khomova O., Yanchycka K., Shkatula O., Burak V., Frolova O. Trends in the development of tertiary education in the context of modern challenges. *Applied Linguistics Research Journal*. 2021. № 5 (4). P. 126–133.
2. Andriushchenko I. E., Ivanenko T. Ya., Burak V. H., Kovalenko G. V., Zamferesko O. V. Technologies for training specialists in the hotel and catering industry in Ukraine in the context of lifelong learning. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV. № 37 (3). P.838–843.
3. Бурак В.Г. Особливості професійної підготовки майбутніх фахівців готельно-ресторанної справи в сучасних економічних умовах. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. № 35. Том 1. С. 276–282.
4. Kashyna G., Nazarova K., Burak V. Development of scientific and natural competence of technology teachers in the system of postgraduate education by means of information and communication support. *Edukacja – Technika – Informatyka*. 2019. № 4 (30). P. 151–155.

**Куриля А.**

здобувачка вищої освіти 2 курсу СВО «магістр»

Херсонський державний університет

*Науковий керівник: к.т.н., доцентка кафедри готельно-ресторанного*

*та туристичного бізнесу Бурак В.Г.*

## **СИСТЕМА БЕЗПЕКИ НАССР ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Якість в системі громадського харчування закладається у час виготовлення продукції, тому найважливішим ключем його підтримки і

досить головним вирішальним елементом здатності в конкуруванні виробників є актуальність системи якості, яка діє на виробництві [1].

Міжнародні стандарти ISO серії 9000 є найбільш відомими і поширеними в світі організаційно-методичними основами створення систем якості закладів ресторанного господарств [2]. Формування даної системи, в основі якої лежать ці стандарти, дає можливість перебратися від управління хорошим видом і ефективним інноваційним виробництвом до менеджменту в цілому. Наприклад, актуальність системи менеджменту якості містить у собі цілеспрямоване всебічно і відмінно кероване використання методів і систем управління.

Один з видів сертифікації системи якості – це грамотно оформлення і ведення документообігу та ретельне документування всіх процедур управління. Слід зауважити, що такий підхід до ведення документації дуже важливий, оскільки ретельний опис всіх проведених процедур дозволяє помітити помилки ще на початковій стадії і вчасно їх виправити.

Після закінчення процедури сертифікації можна гарантувати, що всі види систем менеджменту якості будуть працювати максимально ефективно, що позитивно позначиться на загальній виробничій діяльності організації. А позитивні результати від розробки і впровадження системи НАССР можна буде побачити через короткий час.

У даний час ринок громадського харчування можна вважати насиченим, про ніж свідчить статистика [3] (таблиця 1).

*Таблиця 1*

Статистичні відомості закладів ресторанного господарства

Показник	2016	2017	2018	2019	2020
Чисельність закладів ресторанного господарства, в тому числі:	83543	88613	93980	94678	90680

бар	7486	8127	8313	8124	7843
ресторан	10387	11967	12632	12312	11687
кафе	12387	13254	13976	13540	12500
кав'ярня	12768	12987	13543	13254	11760
закусочна	16834	17487	18965	19897	21546
їдальня	11987	12604	13765	14897	15798

У даний час на ринку підприємств громадського харчування України не розроблена жорстка класифікація закладів. У світовій практиці існує безліч ознак класифікації ресторанів: за асортиментом, за кваліфікацією персоналу, за цільовою аудиторією, за ціновим рівнем.

Слід зазначити, що в даний час відзначається негативна динаміка закриття підприємств громадського харчування.

Закриття частини закладів ресторанного господарства пов'язано зі наступними факторами [1]: кризові явища в Україні; насиченість ринку послугами громадського харчування.

У зв'язку з зазначеними причинами гостро постає питання і якості пропонованих послуг. При цьому частина підприємств, намагаючись зберегти колишню частку прибутку, прагнуть скоротити витрати на якість, що знижує якість, а, отже, і попит в довгостроковій перспективі [4].

Відповідно, є необхідність збереження якості за допомогою впровадження системи якості за принципами НАССР на підприємствах громадського харчування.

Впровадження нового стандарту (система безпеки НАССР) дозволяє організаціям більш якісно і системно управляти ризиками в своїй діяльності, що безумовно є переконливим конкурентним перевагою в складних економічних умовах [4]. Таким чином, наявність на підприємстві системи НАССР забезпечує лояльне ставлення у гостей до організації в цілому, а також є важливим показником надійної та продуктивної діяльності організації.

Незважаючи на те, що сьогодні багато компанії ще НЕ в повній мірі усвідомили переваги системи НАССР, аналітики прогнозують перехід всіх життєздатних українських компаній до управління системою якості в відповідності зі стандартами ISO 9001 в саме найближчим часом [4].

### Список використаних джерел

1.Бурак В. Г. Зарубіжний досвід підготовки фахівців готельно-ресторанної справи. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. 2020. № 78. С. 39–43.

2.Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: Менеджмент: Навчальний посібник для студ. вузів. -К.: Центр навчальної літератури, 2013. -346 с.

3.Khomova O., Yanchycka K., Shkatula O., Burak V., Frolova O. Trends in the development of tertiary education in the context of modern challenges. *Applied Linguistics Research Journal*. 2021. № 5 (4). P. 126–133.

4.Andriushchenko I. E., Ivanenko T. Ya., Burak V. H., Kovalenko G. V., Zamferesko O. V. Technologies for training specialists in the hotel and catering industry in Ukraine in the context of lifelong learning. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV. № 37 (3). P.838–843.

**Литвиненко Ю.**

здобувачка вищої освіти 3 курсу СВО «магістр»

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.т.н., доцентка кафедри готельно-ресторанного

та туристичного бізнесу Бурак В.Г.

### СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЯКОСТІ І БЕЗПЕКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Сфера обслуговування - одна з стратегічних галузей економіки. Рівень розвитку індустрії гостинності визначає життєзабезпечення населення і є важливою частиною продовольчої безпеки України. Сьогодні в сфері обслуговування спостерігається висока конкуренція, а задоволеність очікувань гостей - вирішальний фактор розвитку закладу ресторанного



господарства [1]. Одне з основних конкурентних переваг будь-якого закладу полягає в умінні управляти якістю продукції і послуг, так як управління якістю ставить за мету досягнення організацією економічної та соціальної ефективності, що і визначає його конкурентоспроможність.

Харчування - це не тільки його особиста, але й суспільна справа. Розвиток сфери харчування тісно пов'язане з соціально-економічним розвитком регіону та економіки держави. У свою чергу конкурентоспроможність пов'язана з рівнем ціни і рівнем якості продукції, продуктивністю праці, економією всіх видів ресурсів. Це можливо при відпрацьованій системі якості закладу. Актуальність досліджуваного питання пов'язана з важливістю результатів діяльності по формуванню системи якості і безпеки [2].

Сьогодні, в умовах кризових явищ в економіці, перед закладами харчування особливо гостро постає проблема завоювання стійкого положення на ринку. У цих умовах якість і безпеку виробленої продукції виходять на перший план і є найважливішими показниками конкурентоспроможності закладу.

У даний час немає достатнього досвіду розроблення і впровадження інструментів якості в системі якості закладах ресторанного господарства.

Незважаючи на це, рішення проблеми формування, щоб актуальність системи якості залишалася незмінною, має перебувати, в першу чергу, на рівні індивідуального виробництва, враховуючи його тонкощі, які визначаються областю його функціонування, фінансовим станом на поточний звітний період, використовуваним рівнем виконання системності в діяльності по забезпеченню якості виробництва тощо.

Різні види системи якості потрібні підприємству в декількох випадках [3]: документацію системи якості може зажадати клієнт, якщо передбачається висновок великого контракту; те ж саме можуть зробити постачальники, партнери або організатори тендера; якщо на підприємстві намічається випуск

нового виду продукції або в разі внесення змін в виробничу діяльність організації.

1. Об'єднати загальні вимоги до окремих видів системи якості з чітко визначеними вимогами до конкретної продукції, контрактом або проекту.

2. Вказати конкретний приклад того, як будь-якої вид системи менеджменту якості застосовується до конкретного проекту. Це є продемонструвати клієнтам, як будуть виконуватися певні вимоги щодо якості, передбачені даними контрактом.

Вітчизняний і зарубіжний досвід забезпечення якості та управління виробництвом.

На початку 70-х років минулого століття була розроблена Комплексна система управління якістю продукції (КС УЯП). Дана система являє собою комплекс заходів, методик і засобів, використовуваних для підтримки якості продукції та послуг на всіх етапах життєвого циклу [4].

Стандарти ISO серії 9000 представляють собою саме таку ідеологічну базу для формування системи якості на підприємстві, оскільки там сформульовані основні принципи побудови системи якості [4].

Кожній окремо взятій компанії система якості дає: наочний опис всіх процесів, що відбуваються в компанії, і їх взаємозв'язків, можливість оперативно впливати на результат, мінімізацію витрат і шлюбу, впевненість керівництва в діяльності компанії [3].

Співробітники представляють найбільшу цінність для організації, а найкраще використання їх можливостей може принести організації максимальну вигоду.

Система якості на підприємстві громадського харчування (а тим більше в кафе) обумовлена необхідністю високого рівня обслуговування гостей, що включає в себе такі параметри, як: якість приготованих страв; дотримання вимог естетичності, гігієнічності, чистоти; дотримання вимог етики з боку персоналу; уважність по відношенню до гостей

## Список використаних джерел

5. Бурак В.Г. Оптимізація технологічних процесів при виробництві комбінованих продуктів та підвищення якості сировини. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2018. № 64. Т. 1. С. 92–103.

6. Dzyundzya O., Burak V., Averchev A., Novikova N., Ryapolova I., Antonenko A., Brovenko T., Kryvoruchko M., Tolok G. Obtaining the powder-like raw materials with the further research into properties of eggplant powders. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2018. № 11-95. Т. 5. Р. 14–20.

7. Khomova O., Yanchycka K., Shkatula O., Burak V., Frolova O. Trends in the development of tertiary education in the context of modern challenges. *Applied Linguistics Research Journal*. 2021. № 5 (4). Р. 126–133.

8. Andriushchenko I. E., Ivanenko T. Ya., Burak V. H., Kovalenko G. V., Zamferesko O. V. Technologies for training specialists in the hotel and catering industry in Ukraine in the context of lifelong learning. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV. № 37 (3). Р.838–843.

**Літвінова М.**

здобувачка вищої освіти 1 курсу СВО «магістр»

Херсонський державний університет

*Науковий керівник: завідувач кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, професор, доктор економічних наук Орленко О.В.*

## НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ КАВОВОЇ СПРАВИ ТА ЗМІНА СМАКІВ

### СПОЖИВАЧІВ

Кавова індустрія почала розвиватися не так давно, але вже на даний час виділяють три етапи розвитку. Перша хвиля – станова кави, як масового продукту. В той час на смак майже не звертали увагу, каву розглядали лише як джерело кофеїну. Друга хвиля – сприйняття кави як продукту, який приносить гастрономічне задоволення. З’являється цікавість до тонкощів смаку напою та розуміння різниці між кавовими зернами. Основна ідея третьої хвилі – це інший рівень культури споживання та сприйняття. Відношення до кави, як до вина, перетворення приготування кави в справжнє мистецтво.

Оскільки в даний час з'явилась велика кількість якісного зерна, кав'ярні третьої хвилі роблять акцент саме на вираженні смаку кави за допомогою різних способів заварювання.

Якщо раніше гості приходили виключно за смачною кавою, щоб підбадьоритися, то зараз цього замало. Сучасному споживачеві потрібно більше ніж просто напій. Але залишилася досить велика кількість людей так само приходять у улюблену кав'ярню, щоб випити всім відомий еспресо, щоб зарядитися енергією перед робочим днем.[1]

Близько 60% кав'ярень третьої хвилі стали пропонувати своїм гостям фільтр-каву, тоді як у традиційних кав'ярнях фільтр-машина досі велика рідкість. Фільтр-кава – це кава, що готується методом одноразового проливу. У фільтр машину засипається кава, а у спеціальну ємність наливають холодну воду, що нагрівається і проходить через каву до нижньої посудини. Готова кава знаходиться на кавомодулі у спеціальній термостійкій ємності та довгий час залишається гарячою та ароматною.

За даними компаній автоматизації бізнесу та обліку за даними 7500 роздрібних точок, українці загалом по країні вважають за краще пити каву так:



Рисунок 1. Найпопулярніші кавові напої

У традиційних кав'ярнях гості вважають за краще замовляти американо, еспресо, латте та капучіно.

Так само не змінно українці вважають за краще пити каву з молоком. 55% продажів кави в традиційних кав'ярнях займають напої з додаванням молока. На той час у кав'ярнях третьої хвили – цей показник 43%. Практично у всіх кав'ярнях третьої хвили, надають гостям як мінімум один вид альтернативного молока. Список його досить різноманітний: одне з найпопулярніших кокосове, так само є мигдалеве, вівсяне, гречане, рисове та безлактозне.[2]

Досить велика увага приділяється саме способу приготування кави. Процес заварювання може перетворитися в справжнє шоу. Наприклад для приготування кемексу використовують звичайну лабораторну колбу зі скла. Виглядає вода досить стильно. Популярною є також кава cold brew («холодне заварювання»). Вона відома особливою м'якістю та неповторністю смаку.

На даний час, бариста в кав'ярнях не просто готують каву, а експериментують зі смаком, створюючи особливі поєднання. Бариста – головна фігура, так би мовити лице кав'ярні. Зараз вони не ховаються за стійкою, а більше спілкуються з гостями та вміло демонструють свої навички. Професіонали, які можуть здивувати.[3]

Виявляється класичне поєднання «десерт та кава», досить скоро відійде на другий план. Гурмани обирають щось більш цікаве. Наприклад, в Америці часто замовляють каву з в'яленим курячим м'ясом та з іншими вишуканими солоними стравами. Навіть звучить це пікантно та цікаво.

Отож, кавова культура стрімко розвивається з кожним днем. Майже кожна компанія має імпортне обладнання і здатна запропонувати безліч сортів арабик різного ступеня обсмажування та обробки. Купити каву в Україні можна в будь-якому магазині, кав'ярні або навіть у ресторані, а її різноманітність здивує багатьох кавоманів.

## Список використаних джерел

1. Третя хвиля української кавової культури [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://theukrainians.org/tretya-hvylya/>
2. Еспресо, американо і фільтр-кава – чим відрізняються ці кавові напої [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kavoposhta.com/espresso-amerykano-filtr-riznytsja/>
3. Кавовий бізнес в Україні. Створення кав'ярні [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://coffee-ucc.com/ua/pro-kavu-ta-chay/kavovy-biznes-v-ukrayini-stvorennya-kavyarni>

**Орленко О.**

д.е.н., професор кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,  
Херсонський державний університет

## ЦИФРОВІЗАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Швидкісний інтернет, великі дані, штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність, чат-боти, блокчейн, біотехнологія, робототехніка – це «сьогодення» індустрії гостинності та туризму. Індустрія гостинності - динамічна високотехнологічна галузь. Цифрова трансформація та технологічний прогрес є невід'ємною частиною практично всіх сфер сучасного життя.

Цифровізація торкнулася всі економіки світу. У туризмі вона прискорила необхідність оцифрування туристичних пропозицій. Турист хоче отримати автентичний досвід, жити як місцеві, ходити в ті ж ресторани, відвідувати ті ж місця відпочинку та розваг, що й місцеві жителі, проводити час у подорожі з максимальною користю[1].

На перший план виходить важливість створення цифрових рішень та пропозицій, адаптованих під мобільні пристрої, які допомагають організувати подорож, а потім поділитися досвідом та враженнями у режимі реального часу.

Ще один тренд у сучасному туризмі – зменшення часу на планування подорожі. Наразі більшість бронювання готелів здійснюється в середньому від трьох днів до трьох тижнів до майбутньої поїздки. Крім цього, в період пандемії відбулося зменшення піків сезонності: зросла кількість коротких та частих подорожей і водночас збільшилася тривалість основної відпустки - до 14 днів і більше. Також стала популярною практика *staycation* (від англійської: *stay* – залишатися, *vacation* – відпустка), – короткі поїздки на невеликі відстані, які дозволяють ненадовго змінити обстановку[3]. Огляд традиційних визначних пам'яток у центрі міста йде на другий план: зараз прискорений розвиток тренду *live like a local*, коли туристи приїжджають до міста та проводять час як місцеві жителі.

Цифровізація в індустрії гостинності, зокрема, автоматизація готелів пов'язана з використанням наступних цифрових технологій для підвищення якості обслуговування клієнтів:

1. Штучний інтелект. Як приклад можна навести «розумні» номери (штучний інтелект, налаштовує освітлення та температуру, а також включає клієнту його улюблені телепередачі та пригортає напоями. Також у Японії доведено успішний досвід використання робот-консьєрж. Штучний інтелект розпізнає десятки мов, що спрощує спілкування з гостями. У готелях може бути встановлені пристрої, які проводять відстеження розташування смартфонів клієнтів для того, щоб дослідити звички клієнтів та задоволення їх потреб у момент появи за допомогою створення та подачі відповідних команд обслуговуючому персоналу.

2. Поява відкритих програмних інтерфейсів (*Application Programming Interface, API*). Для забезпечення інтеграції між різними технологічними системами, що використовуються у готелях. API надає можливість одній технологічній системі готелю автоматично (тобто без участі співробітників

готелю) вступити у взаємодію з іншою технологічною системою та отримати доступ до її функціональності.

3. Використання технології доповненої реальності. Для стимулювання покупок подорожей (ефект присутності в номері готелю, а також демонстрації оточення та місцевих послуг за допомогою гарнітури віртуальної реальності). Також віртуальну та доповнену реальність, у тому числі, і з тактильними відчуттями можуть реалізовувати цифрові консьєржі для надання рекомендацій клієнту з різних питань та видів відпочинку (наприклад, надати клієнту можливість плавання під водою з аквалангом за допомогою технологій віртуальної та доповненої реальності)[2].

4. Використання голосових помічників. Як приклад можна навести використання (поки що в режимі тестування) голосового помічника Alexa for Hospitality, який зараз проходить тестування мережі Marriott. Для реалізації голосового помічника використано «розумні колонки» Echo, які знаходяться у кожному номері. Голосовий помічник дозволяє клієнту отримувати всю необхідну інформацію про готель, замовляти послуги з номера, дізнаватися інформацію про різні об'єкти (наприклад, фітнес-центри, басейни біля готелю), а також зв'язуватися з консьєржем або ресепшн. Також голосовий помічник можливо налаштувати для контролю «розумної» техніки: регулювання температури повітря, освітлення, піднімання та опускання жалюзі, відтворення музики та керування ТБ.

5. Використання дронів-кур'єрів. Для доставки замовлень клієнта, автономних валіз, а також роботів-порт'є, які слідуватимуть за клієнтом та виконуватимуть його доручення.

6. Використання блокчейн. Для отримання оплати за надані послуги за допомогою «цифрових грошей». Також може проводитись блокчейн-ідентифікація клієнтів готелів.

7. Використання нейроінтерфейсів. Для керування різними предметами (наприклад, валізами) силою думки, а також участі клієнтів готелю в інтерактивних іграх, сюжет яких керується силою думки.



8. Використання технологій біометрії та розпізнавання осіб. Для ідентифікації та підтвердження особистості клієнта.

Штучний інтелект перевертає ринок: у майбутньому користувачі зможуть використовувати голосових помічників у сфері бронювання готелів, квитків, розробці індивідуальних турів чи маршрутів. Цифровізація туризму після пандемії набула тотального характеру. З віртуального туру обраною країною найчастіше і починається планування туру реального.

#### **Список використаних джерел**

1. Криза у світовому туризмі відступить не раніше 2023 року – ООН // Слово і діло. – 2021. –: <https://www.slovoidilo.ua/2021/01/28/novyna/kryzasvitovomu-turyzmi>.

2. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні, К.: ЄБРР, 2020. – 28 с.

3. Садова Н.В. Вплив цифровізації на розвиток туристичної індустрії. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9\\_2020/45.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2020/45.pdf).

**Павлик І.**

магістрантка кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професор Орленко О.В.*

## **ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУР ДО ГРУЗІЇ**

Грузія – непоганий об'єкт для гастрономічного туру. Можна не лише вдосталь наїстися місцевого шашлику та домашнього сиру, а й вибрати власний улюблений сорт винограду для фірмового алкогольного напою грузинів (кажуть, у країні їх 555 видів). Ласуни теж залишаться задоволені: на кожному кроці продають чурчхеллу, козинаки, пастилу. На прилавках місцевих ринків безліч різноманітних фруктів: від звичайних яблук до екзотичних фейхоа. А мигдаль та фундук за ціною звичайного хліба нікого не залишать байдужим! Грузинська кухня - основна визначна пам'ятка країни, що славиться у всьому світі багатими застіллями, вином і тостами. М'ясо, перець, часник, кінза, трави, овочі та кислі добавки є основними продуктами національної кухні.

Гори Кавказу багаті на різні мінеральні джерела, тому купити путівку в один із санаторіїв або СПА-центрів можна будь-якої пори року. Взимку в ці ж гори купують тури на гірськолижні курорти, а влітку ними ходять у пішохідні або велосипедні тури.

На літо Грузія має ще один козир — узбережжя Чорного моря. Сьогодні найкращі пляжі країни облагороджені, вздовж них збудовано сучасні клуби, ресторани, висококласні готелі.

Щоправда, вартість турів у цьому напрямі неоднозначна. Є недорогі напрямки, а є такі, які вимагатимуть доволі круглої суми. Так, дешеві варіанти поїздок пропонуються в Кутаїсі. На шість днів туди можна вирушити двом дорослим за 260 USD. У Боржомі за ці гроші можна з'їздити всього на три дні. А ось ціна поїздки до Казбегів на вісім днів буде суттєво вищою — 820 USD.

Отже, переліт коштує від 200 до 550 USD в залежності від пори року. У середньому ціна апартаментів середнього класу в Грузії за добу на одну особу становить 30 - 40 USD. Обід у Тбілісі або Батумі коштує близько 10 - 20 USD. Групова екскурсія Грузії оцінюється від 15 до 25 USD, ціна індивідуальної стартує від 125 USD. Страви, які обов'язково слід спробувати: сациві (тушкована в горіховому соусі індичка), лобіо (квасоля в томатному соусі), хашлама (варене м'ясо з приправами), буглама (тушкована баранина зі спеціями), хінкалі та хачапурі.

Грузія в 2021 році входить до невеликого списку доступних для українців країн, куди можна без проблем вирушити на вихідні або у відпустку. Ця колоритна країна приваблює низькими цінами, культурним колоритом та незабутньою гостинністю. Для українських туристів Грузія відкрила свої кордони з 1 березня – подорожувати до цієї країни можна без карантину лише за наявності ПЛР-тесту. Перед поїздкою до Грузії необхідно заповнити просту форму онлайн – на електронну пошту прийде підтвердження. Також не раніше ніж за 72 години до в'їзду в країну необхідно здати ПЛР-тест.

Готуючись до поїздки до Грузії, треба врахувати, що розпал туристичного сезону тут посідає липень-серпень. Це найпопулярніший час для

пляжного відпочинку, коли через високий попит підвищуються ціни на житло. Відпочинок у горах Грузії найкраще планувати в період з кінця травня до першої половини жовтня, коли досить тепло, снігу на дорогах немає, а довкола бувають фарби квітучої природи. Дощі та тумани в цей час трапляються вкрай рідко. Взимку Грузія приваблює любителів сезонних видів спорту. Для зимового відпочинку можна вибрати один із гірськолижних курортів країни: Гудаурі, Бакуріані, Местію та ін. Гірськолижний сезон триває з грудня до квітня.

### Список використаних джерел

1. Тури в Грузію: <https://www.poehalisnami.ua/>
2. <https://feerie.com.ua/ru/country/georgia>
3. <https://www.kalipsoua.com/europa/georgia>

**Руптанов А.**

здобувач вищої освіти 2 курсу СВО «магістр»  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професорка Орленко О.В.*

### СТАН СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В УКРАЇНІ. ПЕРСПЕКТИВИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

Для багатьох країн сфера обслуговування являє собою одну з найважливіших секторів економіки та стає більш стійкою у світовому господарстві. Це пояснюється тим, що доходи від даної сфери все більше зростають, загострюється конкуренція, збільшується обсяг та якість послуг.

На початку ХХ століття сфера послуг відокремлюється від матеріального виробництва, внаслідок чого «сервісна» економіка набуває динамічного розвитку. Цінність послуги виражається в наданні зручностей.

Зараз в сучасному маркетингу прийнято називати товари та послуги – продуктом, але це не означає, що стратегія їх просування однакова. Поділ на ринки товарів та ринки послуг носить умовний характер. Сьогодні можна

говорити, що всі галузі діляться за критерієм: частка послуги в кінцевому продукті, який набуває клієнт.

Наприклад в умовах пандемії кафе та ресторани, які не займалися доставкою своїх продуктів, почали це робити. Тобто збільшили частку послуги у своєму кінцевому продукті. Компанії, що вибудовують стратегію просування своїх продуктів, мають враховувати особливості послуг.

Послуга – це процес, який одна сторона пропонує іншій стороні. При реалізації цього процесу можуть бути використані товари, проте запропонована сукупність дій може мати невлловимий і невидимий характер.

- Значна частина послуг невлловима на відміну від товару
- Покупець більшою чи меншою мірою завжди є учасником процесу провадження послуги
- Дефектний товар можна «заховати» від споживача, чого не можна зробити із поганою послугою. Можна лише наново переробити з його безпосередньою участю
- Товар спочатку виготовляється, потім продається. Послуга спочатку продається, потім виробляється
- Постійність заявлених характеристик послуги забезпечити набагато важче, ніж товару
- У процесі отримання послуги у клієнта можуть виникати несподівані побажання, тому процес виробництва повинен мати певну гнучкість.
- Довіра до компанії відіграє значну роль у продажу дорогих послуг

Таблиця 1.1. «Частка галузі послуг у ВВП держави»

Країна	Частка галузі послуг у ВВП держави(%)
США, Франція, Нідерланди, Німеччина, Японія	70
Австрія, Іспанія, Італія, Норвегія, Коста-Ріка	50-60

Прогресуючий розвиток сектору послуг спричинений впливом цілого комплексу факторів, серед яких К. Лавлок виділяє такі, як [1]:

- політика держави, яка може застосовувати такі механізми впливу, як послаблення державного регулювання, приватизація сервісних організацій, зниження кількості обмежень у торгівлі послугами, посилення законів, спрямованих на підвищення ступеню захисту прав споживачів і співробітників, зміцнення охорони навколишнього середовища;

- тенденції бізнесу, що складають розширення сервісної діяльності промисловими підприємствами, розповсюдження франчайзингу, спрямованість організацій на збільшення якісного показника послуг, фокусування уваги на запитах споживачів;

- модернізація інформаційних технологій, яка має на меті розвиток інформаційних технологій і реалізується в уніфікації комп'ютерних, а також телекомунікаційних технологій, активнішому застосуванні комп'ютерного інструментарію і мережі Інтернет, появі нових і покращенні традиційних видів послуг;

- соціальні зміни, які контролюють підвищення доходів населення, трансформацію стилю життя, зростання культурно-освітнього рівня;

- інтернаціоналізація, яка взаємопов'язана з виходом організацій галузі послуг на нові ринки, інтенсифікація процесів злиття і поглинання на міжнародному рівні, переважанні у сфері діяльності транснаціональних сервісних компаній [2].

### Список використаних джерел

1. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2005.

2. . Романків І.Я. Розвиток ринку послуг в Україні / І.Я. Романків // Фінанси України. – 2011. – № 11. – С. 38–45.

3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

**Яковенко А.**  
здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «магістр»  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професор Орленко О.В.*

## **ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ ГОТЕЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

Готель - один з найпопулярніших закладів, що надає послуги з тимчасового розміщення людей. У наш час готельна індустрія дуже популярна і з кожним роком все більше і більше розвивається, насамперед тому, що люди цінують комфорт, наявність додаткових послуг, які безпосередньо знаходяться в готелі. Для цього було створено дуже багато видів готелів, все залежить тільки від гостя та його запитів у момент заселення, наприклад:

1. Готелі-курорти, такі готелі зазвичай закриті і мають на своїй території всі інфраструктури для комфортного відпочинку: басейн, тренажерний зал, спа, салони краси, ресторани і т.д.

2. Бізнес готелі - клієнтурою даного готелю є бізнесмени і просто ділові люди, які приїхали в місто для вирішення різних робочих питань. Найчастіше готелі такого типу знаходяться в центрі міста, де є зручна транспортна розв'язка. Також у бізнес-готелях обов'язково мають бути кімнати для переговорів, зали для конференцій, семінарів.

3. Хостели - як правило цей готель підходить для бюджетної подорожі. Здебільшого один номер розрахований на проживання кількох осіб, які можуть бути незнайомі між собою [2].

На сьогоднішній день робота готельної інфраструктури пізнала збитків, які безпосередньо пов'язані з COVID-19. Причиною стало закриття кордонів за рекомендацією уряду для запобігання поширенню пандемії, обмеження

пересування між країнами призвело до скорочення попиту на подорожі за кордон.

Вітчизняна туристична та готельна сфера були вимушені переглянути методи роботи: авіакомпанії почали займатися вантажними перевезеннями, туристичні оператори почали розробляти нові тури, які базувалися виключно турами по Україні. У зв'язку з пандемією коронавірусу вносяться зміни у роботу з клієнтами.

За даними Асоціації індустрії гостинності України, до країни щорічно приїжджали не більше 5 мільйонів іноземних туристів, натомість внутрішній туристичний потік налічував понад 8 мільйонів осіб. Під час карантину серйозних збитків зазнають не лише власники готелів, але і всі інші, хто приймає участь в прийомі туристів, ресторани, туристичні інформаційні центри та бюро екскурсій. У містах мільйонниках, наприклад Одеса, Львів та Київ, готельний бізнес має достатні прибутки і він зможе пережити карантин та не збанкрутувати, на відміну від маленьких міст, таких як Рівне чи Кропивницький, де на туристичний бізнес чекають катастрофічні наслідки [1].

Задля підтримки роботи готельної індустрії Міністерство Охорони Здоров'я розробило постанову про затвердження тимчасових рекомендацій щодо організації протиепідемічних заходів в готелях на період карантину. Це дало змогу частково відновити роботу готелів та забезпечити належний захист здоров'я не тільки гостям, а і працівникам.

### Список використаних джерел

[1.https://varianty.lviv.ua/71114-hoteli-pid-chas-koronavirusu](https://varianty.lviv.ua/71114-hoteli-pid-chas-koronavirusu)

[2.https://pidru4niki.com/18060203/turizm/zasobi\\_rozmischennya\\_gotelnogo\\_tipu](https://pidru4niki.com/18060203/turizm/zasobi_rozmischennya_gotelnogo_tipu)

**Ярошенко Н.**  
старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туристичного бізнесу, Херсонський державний університет  
**Зелінська Є.**

## **СУКУПНІСТЬ МЕТОДІВ І ЗАСОБІВ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ НАПОЇВ СПЕЦІАЛЬНОГО ДИТЯЧОГО СПОЖИВАННЯ**

Одна із найважливіших умов, що забезпечує охорону здоров'я дорослої людини це – організація раціонального харчування дітей. Раціональне харчування дітей, є однією із основних умов їх нормального фізичного та нервово-психічного розвитку, високого опору до різних захворювань та інших шкідливих факторів зовнішнього середовища. Загальний стан здорової людини значною мірою залежить від якості харчування у дитячому віці, коли відбувається стрімке підвищення обмінних процесів в організмі дитини.

Надмірне харчування в раціоні продуктів, що містять вуглеводи, підвищує розвиток або підсилення порушення обміну речовин.

Крім вуглеводів, що засвоюються організмом, у харчових продуктах містяться полісахаридні вуглеводи – різні види пектинів, клітковина. Нестача їх у харчуванні призводить до порушення кишкової перистальтики організму [1, ст. 8].

Для максимального забезпечення дитячого організму корисними речовинами необхідно включати в режим харчування сировину підвищену вітамінами, нурієнтами і мікроеліменами.

Повноцінний режим харчування підвищує та забезпечує нормальне функціонування шлунко-кишкового тракту, покращує засвоюваність їжі, рівномірне постачання і своєчасне поповнення метаболічного резерву організму корисними речовинами протягом доби [2, ст. 46].

Стратегічним напрямом розвитку дитячого харчування, стає виробництво продуктів спеціального призначення, які отримують новітніми технологічними методами, направлені на підвищення харчової цінності,



збалансованим нутрієнтним складом, для повноцінного та збалансованого дитячого споживання.

До важливої складової, загальної схеми дитячого споживання відносять напої спеціального призначення. Напої дитячого харчування, являють собою основними продуктами збалансованого, адекватного та корисного споживання для підростаючого покоління [3, ст. 16].

На даний час все більшого значення набувають джерела продуктів бджільництва, що є джерелом вітамінів і мінеральних речовин. Використання квіткового пилку (апипродукти, продукти бджільництва), при виробництві напоїв для дитячого харчування забезпечується високим вмістом антиоксидантів, аскорбінової кислоти, токоферолів, катехинів і флавоноїдів.

Застосування квіткового пилку у складі коктейлю, дозволяє не тільки впливати на поліпшення органолептичних показників, а й збагатити склад коктейлю багатьма замінами і незамінними амінокислотами, жирами, вуглеводами, вітамінами С, В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, В<sub>6</sub>, В<sub>5</sub>, провітамінами А, D, Е, Р і іншими, флавоноїдами, жирними кислотами, ферментами, що виконують роль біологічних каталізаторів, що володіють бактерицидними властивостями [4, ст. 26].

Квітковий пилок сприяє зміцненню природних захисних сил організму, має протимікробну дію, покращує травлення, є адаптогеном, що підвищує опірність організму до несприятливих впливів навколишнього середовища ([5; 6]).

Тому, розроблення технології напоїв спеціального дитячого споживання за допомогою використання продуктів бджільництва є актуальною, і сприятиме розширенню асортименту продуктів функціонального напрямку.

### **Список використаних джерел**

1. Технологія харчових продуктів функціонального призначення: монографія / А. А. Мазаракі, М. Ф. Кравченко та ін. ; за ред. М. І. Пересічного.

– 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 1116 с.

2. Кравченко М.Ф. Технологія продукції громадського харчування з використанням біологічно активних добавок: Монографія. – К.: КНТЕУ, 2002. – 320 с.

3. Корзун В.Н., Кравченко М.Ф., Григоренко О.М. Харчування людини і сучасне доквілля: теорія і практика: Монографія. – К.: КНТЕУ, 2003. – 526 с.

4. Голінько О.М., Левицькі Н.П., Деміч А.А., Чумак Н.Є. Дієтичні добавки з продуктів бджільництва – джерело біологічно активних речовин // Актуальні питання гігієни харчування та безпечності харчових продуктів: Тези доповідей IV міжнародної науково-практичної конференції. – К., 2006. – С. 26-27.

5. Кравченко М.Ф. Технологія продуктів з харчовими добавками рослинного походження для оздоровчого харчування // Автореф. дис. докт. техн. наук. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 34 с.

6. Українець А. І. Технологія оздоровчих харчових продуктів /А. І. Українець, Г.О. Сімахіна. – Київ: НУХТ, 2009. – 310 с.

**Ярошенко Н.**  
старший викладач кафедри  
готельно-ресторанної справи та туристичного бізнесу,  
Херсонський державний університет

## **ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ РОЗВИТКУ ОЗДОРОВЧОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ**

На даний час однією з найважливіших проблем є забруднення навколишнього середовища і збільшення кількості захворювань, пов'язаних з погіршенням екологічної обстановки в світі. У зв'язку з цим актуальною проблемою в даний час є пошук речовин і створення на їх основі засобів, що мають оцінити ефективність. Серед таких речовин особливу увагу

привертають речовини природного походження, які не викликають великої кількості побічних дій в порівнянні з хімічними препаратами [1, ст. 9].

На сьогоднішній день використання в раціоні поряд з традиційними продуктами із заданими властивостями, збагаченими есенціальними харчовими речовинами та мікронутрієнтами, біологічно активними добавками, неможливе без використання спеціальних, корисних речовин, що підвищують опір організму людини до забруднення навколишнього середовища, інфекційних захворювань та покращення обміну речовин.

Розробка нових технологій виробництва спеціальних продуктів харчування, що характеризуються високою біологічною цінністю, адаптованих до особливостей порушення обміну речовин, що сприятливо впливають на функціональний стан органів травлення та метаболічні процеси в організмі, є одним із перспективних напрямків в оптимізації лікувального та профілактичного харчування, покращенні здоров'я населення, попередження розвитку багатьох хронічних захворювань. Серед таких речовин, які надають детоксикаційні властивості, особливе місце займають пектинові речовини [2, ст. 234].

Природний полісахарид пектин - унікальний біополімер, що володіє широким спектром функціональних властивостей. В поєднанні з водою він виявляє властивості загусника, драглеутворювача, стабілізатора, емульгатора. Біологічна активність та цінність баластних речовин складає у збагачені продукції харчовими волокнами, вітамінами, які мають знижену енергетичну цінність і володіють пробіотичними та фітонутрієнтними властивостями [3, ст. 344].

Харчові волокна подразнюючи механорецептори, закладені у стінках шлунково-кишкового тракту, посилюють його моторику та секреторну функцію травних залоз. Крім того, клітинні оболонки пектину сприяють виведенню холестерину з організму.

Пектини являють собою баластні речовини, які здатні підвищувати виведення з організму людини токсичні речовини, антибіотики, антропогенні

органічні речовини природного походження, налагоджувати метаболічні процеси.

Пектинові речовини мають найбільший вміст геміцелюлози, які здатні адсорбувати, утримувати та виводити з організму людини важкі та токсичні елементи, радіонукліди, знижувати рівень цукру в організмі діабетиків, знищувати гнильну мікрофлору кишечника [4, ст. 155].

В пектинових речовинах міститься наявність макро- та макроелементів, які активізують діяльність ферментів в організмі та знижують ризик атеросклерозу.

Високий вміст біологічно активних речовин у пектині надає певних функціональних властивостей продукції з його вмістом.

З ряду вивчених рослинних волокон найбільш вираженою гіпохолестеринемічною дією мають волокна моркви. Незасвоєвані полісахариди нетоксичні, не сприяють алергії, в той же час мають детоксикавальну дію, нормалізують мікрофлору кишечника [5, ст. 55].

Основним видом промислової сировини для виробництва пектину в світі є вичавки плодів цитрусових: грейпфрутів, лимонів, апельсинів, мандаринів. Цитрусовий пектин становить приблизно 60% обсягу виробленого у світі пектину. Вміст пектину у шкірці цитрусових коливається від 9 до 30% на суху речовину. У зв'язку з цим використання цитрусового пектину у виробництві борошняних кондитерських виробів, як природних детоксикантів залишається актуальним [6, ст. 94].

Вітчизняні дослідники рекомендують використовувати для цих цілей низькоетерифікований, низькомолекулярний цитрусовий пектин.

Велике розмаїття пектиновмісних продуктів і областей їх застосування обґрунтовують необхідність наявності широкого асортименту пектинів, які оптимально задовольняють технологічним умовам і вимогам конкретних виробів. Для досягнення бажаної драглеутворювальної здатності пектини модифікують і стандартизують. Високоетерифіковані яблучні пектини використовують для приготування конфітурів, повидла з високим вмістом

цукру. У дієтичній продукції з пониженим вмістом цукру використовують низькоетерифіковані пектини з добавками різних буферних солей. Фруктові начинки для борошняних кондитерських виробів готують з використанням класичних яблучних пектинів. Такі начинки мають тягучу, пастоподібну консистенцією, добре перекачуються і дозуються, мають високу температуру плавлення і стійку форму [7, ст. 125].

В даний час харчові волокна використовують в технології приготування продукції спеціального дієтичного призначення в якості низькокалорійних вуглеводів і легкорозчинних баластних речовин.

Пектини рекомендовано використовувати в лікувально-профілактичному і дієтичному харчуванні, як харчові добавки з підвищеним вмістом харчових волокон і зниженою енергетичною цінністю.

### **Список використаних джерел**

1. Мазаракі, А. А. Технологія харчових продуктів функціонального призначення [Текст]: монографія / А. А. Мазаракі, М. Ф. Кравченко. – Київ: Видавництво Національного торговельно-економічного університету, 2012. – 1116 с.

2. Ратушенко А.Т. Розробка технології та об'єктивних показників якості оздоблювальних напівфабрикатів з яблучним порошком // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. "Стратегія розвитку турист. індустрії та громад. харчування".- К.: КНТЕУ, 2015 С. 233-236.

3. Удворгелі Л.І. Застосування пектиновмісних порошоків у хлібопекарському виробництві./ Вісник Харківського державного технічного університету сільського господарства, вип. 16 "Сучасні напрямки і технологія та механізація процесів переробних і харчових виробництв". – Харків: 2010. – С. 343-345.

4. Дробот В.І., Удворгелі Л.І., Крапивницька І.О. Пектиновмісні овочеві і фруктові порошки - перспективна сировина для надання хлібним виробам

функціональних властивостей. // Матеріали Всеукраїнської науко-во-практичної конференції, 27-28 лютого 2003 р. Полтава: – 2014. – С. 155.

5. Удворгелі Л.І. Вплив пектиновмісних порошків на процес клейстеризації крохмалю борошна // Програма і матеріали конференції. 70 наукова конференція молодих вчених, аспірантів і студентів. – К.: НУХТ. – 2012. – С. 56.

6. Ткаченко А. С. Пошуки шляхів зниження енергетичної цінності борошняних кондитерських виробів [Текст] / А. С. Ткаченко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2016. – № 1(57). - С. 94–97.

7. Калакура М.М., Егорова В.І., Ратушенко А.Т. Розширення асортименту продукції лікувально-профілактичного призначення //Удосконал. технології та організації масового харчування, готел. господарства і туризму: Зб. наук. пр.- К.: КДТЕІ, 2010. – С. 124–127.

## **СЕКЦІЯ 4. РОЗВИТОК СТАЛОГО ТУРИЗМУ ТА СУЧАСНІ ТУРИСТИЧНІ ТRENДИ**

**Бурак В.**

к.т.н., доцентка кафедри готельно-ресторанного  
та туристичного бізнесу  
Херсонський державний університет

### **ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ ХАРЧУВАННЯ У ТУРИЗМІ**

Основною функцією служби харчування в туризмі є: обслуговування туристів на базі підприємств харчування різних типів, а також організація і обслуговування банкетів, святкових заходів та ін. Служба громадського харчування в туризмі, в яку включені: ресторани, кафе, бари, їдальні, харчоблок (кухня), забезпечує туристів послугами харчування.

Головною особливістю служб харчування у туризмі і те, що графік функціонування безпосередньо залежить від графіка заїзду туристів. Також від переваги туристів залежить і успішність підприємств харчування. Найчастіше підприємства харчування в туризмі, наприклад в туристичних комплексах, стають найбільш популярними. У зв'язку з цим відкриваються підприємства харчування із національними кухнями, кав'ярні тощо.

Харчування – це послуга, що надається туристу не тільки з метою задоволення біологічної потреби в їжі, але й з метою задоволення потреб у розваги, пізнанні місцевої культури, а також отримання задоволення. Варто зауважити, що харчування – ставитись до сфери підприємництва на ринку послуг та ґрунтується на принципі гостинності. Послуга, яка відіграє важливу роль в технології туристського обслуговування.

Ресторани, кафе, бари, їдальні, фабрики-кухні, фабрики-заготівельні, буфети, шашличні, виробничі магазини, кіоски кулінарії – все це включено до туристської інфраструктури харчування. Дані підприємства харчування знаходяться як в особистості туристських компаній, так і на правах оренди.

Значна частина з них інтегровані в готель і є їх частиною, зрідка компанія такого типу працюють в автономному режимі.

Ресторан при готелі – це об'єкт, туристичного підприємства, який формує образ та престиж готелю, як у постояльців цього готелю, так і у клієнтів цього підприємства харчування. Широкий вибір ресторанів, представлених у готелі, високий рівень обслуговування, привабливий асортимент страв та напоїв, атмосфера, що панує, у поєднанні з запропонованою культурно-розважальною програмою є основними факторами тяжіння для відвідувачів, які формують образ готелю у гостей.

Варто розуміти, що контингент постояльців готелю формується за рахунок гостей, які приїжджають по лінії туризму та бізнесу, а цю категорію постояльців характеризує те, що для них важливо, щоб організація харчування не займала багато часу та сил. За цією причини ресторани при готелі бувають найбільш затребувані. З цього випливає, що постояльці будуть відвідувати ресторани при готелі часто, а можливо, це буде єдине підприємство харчування, яке вони будуть відвідувати. На нашу думку, на таких підприємствах харчування грає важливу роль меню. Оскільки у готелі проживає різний віковий та національний контингент гостей, необхідно дотримуватись наступних принципів складання меню: сумісність, взаємозамінність, економічність, безпека, послідовність розташування страв у меню.

Так як туристи залишають готель після сніданку, вирушають на екскурсії і харчуються в місті, то з цього випливає, що найбільш затребуваними серед туристів, що проживають, в готелі виявляються сніданки. Обслуговуванню сніданків має приділятися особлива увага, оскільки вони створюють у гостей гарний настрій на цілий день. На сніданок на відміну від обіду та вечері приходять практично всі гості, які проживають у готелі.

Туризм є масовою системою впровадження інформаційних технологій. Так, на нашу думку, для більш зручного перебування людей в готельному



комплексі необхідно розробити і впровадити систему, дозволяє зробити замовлення їжі в номер найбільш швидким легким і лаконічним шляхом.

Процесні інновації у сфері громадського харчування, безперечно, необхідні. Туристської промисловості організація харчування супроводжує основну послугу – розміщення. У деяких підприємствах, наприклад ресторанах, вечірніх та молодіжних кафе, поєднують прийом їжі та дозвілля. Це і зумовило виникнення різних організаційних форм обслуговування.

Нині індустрія туризму є галузь із високим рівнем конкуренції. Дедалі частіше відкривається новий ресторан. Нові концепції створюються з метою повного задоволення потреб певних груп споживачів.

Підприємства харчування у туризмі – це підприємства, які розглядаються як важливий елемент туристичної індустрії так, як у процесі споживання їжі турист не тільки задовольняє життєво важливі потреби, а й знайомиться з місцевою культурою. Можна стверджувати, що харчування – це одна з основних послуг у технології туристичного обслуговування. Так, як харчування – це фізіологічна потреба та зацікавленість у цій послугі завжди буде високою.

### **Список використаних джерел**

1. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колект. монографія / [Н. В. Бошота та ін.; за наук. ред. проф. І. М. Волошина та проф. Л. Ю. Матвійчук]; Луц. нац. техн. ун-т. - 4-е вид. - Луцьк: ІВВ Луц. НТУ, 2018. - 340 с.
2. Бурак В. Г. Зарубіжний досвід підготовки фахівців готельно-ресторанної справи. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. 2020. № 78. С. 39–43.
3. Khomova O., Yanchycka K., Shkatula O., Burak V., Frolova O. Trends in the development of tertiary education in the context of modern challenges. *Applied Linguistics Research Journal*. 2021. № 5 (4). P. 126–133.

4. Andriushchenko I. E., Ivanenko T. Ya., Burak V. H., Kovalenko G. V., Zamferesko O. V. Technologies for training specialists in the hotel and catering industry in Ukraine in the context of lifelong learning. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV. № 37 (3). P.838–843.

dr hab. **Beata Jeżyńska**  
prof. UMCS  
dr hab. **Radosław Pastuszko**  
prof. UMCS

### **LAND GRABBING AND EU LAW**

Access to resources of agricultural land provides the basis for running the activities that guarantee the maintenance of life and health of both an individual and entire societies, and constitutes a factor for shaping and ensuring public security and social order. Agriculture is the oldest and the most traditional type of manufacturing and production activity, but the actual access to agricultural land (land resources) has been consistently and increasingly limited as a result of economic changes. This pressure results from a number of developmental factors. Typical and known for years, these are a consequence of industrialization and urbanization processes. The consequences resulting from the devastation of the natural environment are obvious too. However, there are new effects which constitute a factor significantly affecting land availability. These include the growing population of the world and the globalization of economic processes – also in the field of agricultural production. Since the first years of the 21st century, the growing phenomenon of taking over large areas, especially agricultural land, has been observed. It seems that a number of these factors are not properly reflected at the level of international and EU regulation. It can even be assumed that the existing legal solutions, which are formally supposed to serve the protection of land – the land resources, do not function, and may even unduly and unjustifiably result in the limitation of access to land. It does matter how the right of access to resources of agricultural land is shaped, and what goals are achieved when using these resources. It may be noted a certain incompatibility of existing legal solutions to problems that stemming from

economic practice in a global scale. This especially applies to the situation in developing countries, whose population living in rural areas depends on the adverse effects of climate and environmental change and changes in the ownership structure of land as a result of foreign investment in real estate. Land resources remain the most fundamental natural resources for most people in rural areas. In the era of progressing climate changes and global ownership changes, access to land resources has become even more important.

A threat to access to agricultural property resources translates into a real threat to the existing social and economic system and requires appropriate remedial action, with legal solutions being of fundamental importance. Due to the nature of the threats, it is reasonable to develop new instruments aimed at preventing the restriction of access to natural resources, including in particular agricultural land and related resources, i.e. water and forest resources.

The question remains whether it is possible at all to devise a system of legal and non-legal instruments, which would be able to adequately address the postulate of protection of access to resources, considering the global scale of issues. It is the more important to address the question of the quest for instruments which, although indirectly, will affect the implementation of postulates put forward: ensuring sustainable access to agricultural land in the production terms, taking into account the societal, environmental and economic impacts.

Legal regulations affecting the actual access to resources of agricultural land are developed in various manners, pursue different objectives and have varied character in international law, European Union Law and national law.

The determination whether there are grounds for legal distinction of the rules for access to agricultural land (land resource) can be understood in a varied manner. Legal conditions for the access to agricultural land are subject to analysis in the context of specific features of the land in question, which make it necessary to meet social and public needs. Ever-changing social relationships, the ways in which the estate is developed or used, as well as the functions thereof, result in that the agricultural land resource, when studied as a model, needs a reference to different

legal regulations with different regulatory objectives characterised by a specific conflict between public law and private law. One also needs to consider the semantic variety of terminology that occur depending on the method and purpose of the normative act.

Process of large-scale takeover of agricultural land (“land grabbing”) should be regarded as the most characteristic element of changes determined by globalization of economic processes. The attempt to define such specific access takeovers was complemented by statistical data showing the scope, scale, conditions and consequences of transnational takeovers of agricultural land. These analyses constitute a necessary basis for the qualification of the process of large-area acquisitions in the normative perspective and the assessment of the impact on the access to agricultural land resources on a global level.

**Макієнко О.**

к.і.н., доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,  
Херсонський державний університет

**Момот-Волчецька О.**

здобувачка спеціальності «Туризм»,  
Херсонський державний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ БРЕНДИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ**

Щорічне підвищення рівня конкуренції провокує компанії по всьому світу створювати та презентувати себе, окремі товари, послуги та навіть людей як бренди. Проте завдяки величезному попиту термін «бренд» набув викривленого розуміння у людей. Часто, говорячи про бренд, люди мають на увазі обмежене розуміння: логотип, дизайн, рекламну стратегію та інші аспекти, які перебувають у зоні контролю компанії.

Проте в результаті розвитку термін «бренд» набув нового, значно глибшого значення. Нині бренд — це шосте чуття, емоції, перші асоціації клієнта щодо продукту, послуги або компанії. Люди самі створюють бренди у себе в голові. Якщо люди про щось знають — вони про це думають та

автоматично оцінюють, тому що так значно простіше сегментувати інформацію. Це нагадує репутацію — найближче поняття до «бренду». Репутацію, так само як і бренд, компанія не здатна контролювати, вона в змозі тільки впливати на неї [1, с. 31].

Саме завдяки часто не усвідомленому відношенню, покупцям значно легше робити вибір. На перший погляд здається, що людина обирає той чи інший товар чи послугу тільки через смак, дизайн або вигідну ціну. Насправді ж бренди засіли в головах покупців значно глибше, вони поєднують свідомі (ціна, склад продукту) та несвідомі (емоції, відчуття) аспекти [2, с. 164].

Тоді виникає питання щодо розуміння поняття брендингу. Це спроби компанії утвердити власну цінність за рахунок догодження клієнтам. Отже, справжня мета брендингу — догоджати клієнтам, щоб більше людей купували більше товарів протягом довшого часу за вищою ціною [1, с. 31].

Якщо спрямувати все вищезазначене у сферу туризму, отримаємо те, що кожна туристична дестинація вже є брендом, що прагне догодити якомога більшій кількості туристів за рахунок утвердження власної цінності, яка є комбінацією культури, історії, мов, поведінкових практик. Проте брендинг дестинації відрізняється особливо складним та багаторівневим творчим процесом на базі маркетингового підходу і відзначається специфічними відзнаками на кожному з етапів.

Формування бренду завжди починається з аналізу цільової аудиторії, тобто туристів. На цьому етапі потрібно приділяти увагу кожному з усіх стандартних аспектів, тому що потенціал, інтереси та побажання туристів закладені в кожній дрібниці: вік, прибуток, сімейне становище, побажання та страхи, посада та ін [3]. Аналіз психологічного типу туриста допоможе зрозуміти його особливості, приховані мотиви, котрі в подальшому буде доречно використовувати для формування цінностей, лозунгу, дизайну та більшої ефективності реклами.

Кожен бренд має мету, в туризмі це буде відповідь на питання: «чому важливо, щоб туристи прибули саме сюди?». Туризм — це бізнес, проте він не

базується лише на прибутках. Чітке формулювання мети допоможе на рівні підсвідомості «закохати» потенційного туриста в дестинацію та перетворити його у постійного відвідувача. Так само діють і цінності бренду, їх виявлення та подальше транслювання зрезонують у потенційних відвідувачів і ще дужче заохотить їх до відвідування дестинації [4, с.38].

Особливо важливо розуміти, що навколо туристичних дестинацій формується середовище, яке в окремих випадках може «дезорієнтувати» туриста. Брендинг завжди враховує положення дестинації на світовому та внутрішньому ринку, географічні, національно-культурні особливості території та зовнішній вплив (стихійні лиха, соціально-економічне становище регіону) [5, с. 26].

Ретельну увагу відвідувачі приділяють інфраструктурі – транспортному сполученню, місцям розташування та харчування, дозвіллю. Проблемою є те, що інфраструктурне облаштування дестинації здебільшого залежить від ступеня сформованості туристичної політики органів управління регіону. Вони не завжди є зацікавленими в розвитку деяких туристичних дестинацій.

Саме тому одним із завдань брендингу в туризмі може стати формування настільки сильного образу, враження від відвідування якого перевершать можливі негативні враження від низького рівня інфраструктури, географічного положення, незвичних національно-культурних особливостей тощо. Такий образ можливо сформувати тільки завдяки продуманим цінностям та їх якісному транслюванню.

Кожне туристично-привабливе місце не існує на самоті, конкуренти є завжди. Навіть не дивлячись на те, що кожен об'єкт вже є унікальним завдяки своїй історії та розташуванню, для туриста він може досить незначно відрізнитися від інших. Тому задля виявлення унікальності потрібно провести глибокий аналіз конкурентів. Потрібно враховувати не лише переваги на недоліки туристичного об'єкту, але й інфраструктуру, територіальне розміщення, економіко-політичний та інші непрямі аспекти [6].

Проаналізувавши конкурентоспроможність, наступним кроком є виявлення унікальності туристичної дестинації, яка переконає клієнта у перевазі над конкурентами. Досить часто знаходження унікальності виявляється складним завданням, тому тут відбувається така фатальна помилка, як невідповідність заявлених в рекламі (або інших засобах і джерелах) властивостей і його фактичного виконання. Це миттєво призводить до негативних відгуків, які зменшують потік туристів. Тому головною вимогою унікальності є її відповідність дійсності [7, с.2].

Візуальна складова поєднує в собі все вищезазначене. Фірмовий стиль, який складається з логотипу, шрифту, колірної палітри та фотографій, допоможе грамотно транслювати бренд на всіх платформах і носіях. Сміливі та нестандартні підходи, натхненні національними або міськими особливостями, спрацьовують найбільш ефективно. Так територія привертає до себе увагу і, як наслідок, запам'ятовується. У процесі формування бренду варто відразу враховувати міжнародне застосування, для цього потрібно приділити окрему увагу простоті та зрозумілості сутності бренду, його привітності на всіх рівнях: модифікація на інших мовах, однозначний дизайн, кольорові рішення [5].

Заключною частиною є реалізація та розповсюдження реклами, сформованої на підставі брендингу. Достовірність, якісне зображення, чіткість викладання, зрозумілість та легкість є головними критеріями якісної реклами в туристичній галузі. Реклама повинна проходити через призму того, відображає вона необхідні цінності та ідеї, чи ні. Методичне, проте не настирливе нагадування, формує у людини приємні асоціації, пов'язані з туристичною дестинацією, щоб в належний момент зробити вибір на користь бренду [8].

Отже, створення ефективно працюючого образу дестинації формується на позитивних асоціаціях у свідомості туристів, які спонукають підвищення попиту. Успішне впровадження можливе тільки шляхом чіткого та

послідовного виконання етапів створення бренду з урахуванням специфіки галузі туризму.

### Список використаних джерел

1. Ньюмеєр М. Zag. Найкращий посібник з брендингу. *Американський інститут графічних мистецтв*, 2007.

2. Ван Прает Д. Бессознательный брендинг. Использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии. Москва, 2014. URL: [http://loveread.me/read\\_book.php?id=45732&p=1](http://loveread.me/read_book.php?id=45732&p=1)

3. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму. Київ, 2010. URL: [https://pidru4niki.com/1584072020334/turizm/menedzhment\\_turizmu](https://pidru4niki.com/1584072020334/turizm/menedzhment_turizmu)

4. Капферер Жан-Ноэль. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда. Москва, 2005. URL: <https://ru.pdfdrive.com/Бренд-навсегда-создание-развитие-поддержка-ценности-бренда-e184190245.html>

5. Мавріду В.Ю., Птащенко О.В., Бадяєв О.В. Територіальний брендинг, як основний інструмент підвищення популярності міста. *Харків*, 2016. URL: [http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/16260/1/Мавріду\\_Стаття1.pdf](http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/16260/1/Мавріду_Стаття1.pdf)

6. Забалдіна Ю. Б. Сучасні підходи до оцінки конкурентоспроможності туристичних дестинацій. *Формування ринкових відносин в Україні*, 2011. С. 165-168.

7. Васильєва М. В. Формирование потребностей туристов с использованием концепции «Уникальное торговое предложение». *Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики*. URL: <https://ideas.repec.org/a/scn/006400/14968087.html>

8. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу в туризмі. Київ, 2016. URL: [https://pidru4niki.com/88846/marketing/osnovi\\_marketingu\\_u\\_turizmi](https://pidru4niki.com/88846/marketing/osnovi_marketingu_u_turizmi)



**Морохович В.**  
к.ф.-м.н., доцент, доцент кафедри менеджменту туристичного та  
готельно-ресторанного бізнесу  
**Харачко Є.**  
магістр,  
Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ

## **ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

У сучасних ринкових умовах успіх готельного бізнесу як комерційного суб'єкта передбачає використання комплексу маркетингових інструментів, зокрема реклами. На конкурентоспроможність підприємств впливають фактори прямої та непрямой дії, основними з яких є об'єктивність реклами, інформаційно-рекламні специфічні умови товарного ринку, можливості засобів рекламних повідомлень, особливості цільової аудиторії, сума витрат, виділена на рекламну кампанію.

Рекламна діяльність підприємства має великий вплив на збільшення продажів та надання інформації про продукцію (або послугу), його популяризацію, підвищення попиту тощо. Вона є невід'ємною складовою цілісної системи маркетингової діяльності, і рівень її розвитку залежить від якості та ефекту рекламної діяльності, що відповідає вимогам сучасного ринку [2].

Рекламне спілкування з можливими споживачами готельних послуг є важливою частиною будь-якої маркетингової стратегії. Цей інструмент дозволяє клієнтам цікавитися про заклад гостинності, якість послуг і переваги конкретного об'єкта в порівнянні з конкурентами. Грамотна рекламна стратегія стала ефективним засобом отримання конкурентної переваги на ринку готельних послуг, залучення нових потенційних гостей та утримання вже існуючої бази лояльних клієнтів.

На початковому етапі планування рекламної кампанії, готелю необхідно виділити цільову аудиторію, яку можна розділити за такими ознаками:

соціально-демографічні показники гостей; споживчі переваги; стиль життя споживача послуги; мотив покупки готельного продукту.

Надалі підприємству вкрай необхідно проаналізувати та встановити для себе джерела реклами. У готельних комплексах цим процесом, зазвичай, займається відділ маркетингу, але якщо заклад відноситься до категорії невеликих готелів, то з метою економії бюджету та часу, підприємству варто звертатися до професійних рекламних агентств.

Відомо, що реклама підприємств готельного бізнесу здійснюється за допомогою засобів масової інформації, рекламної продукції готелю (інформаційні буклети, карти лояльності, сувеніри з логотипом), зовнішньої реклами та інтернет-ресурсів [1].

Слід зазначити, що сучасна тенденція ринку реклами перетворюється на комплексну стратегію. Завдяки впровадженню інформаційних технологій можна збільшити продажі та підвищити лояльність клієнтів. Крім того, використання підприємством готельного бізнесу традиційних рекламних інструментів є надзвичайно громіздким і витратним методом його просування, який не дасть помітних результатів. Найбільш ефективною для підприємств готельного бізнесу стає реклама у мережі Інтернет.

Без організованого веб-сайту організації реклама в Інтернеті неможлива. Тому розпочинати рекламну діяльність у глобальній мережі треба з його створення. Веб-сайт може визначати онлайн-аудиторію готелю та сконцентрувати на неї свої зусилля. При створенні сайту підприємства готельного бізнесу необхідно враховувати особливості його контенту, тобто ресурси мають бути цікаві для користувачів та відповідати їх потребам, а також зробити його максимально заманливим для майбутніх відвідувачів. Тут допоможуть модуль бронювання, фотографії, відео, а також популярні 3-D карти та екскурсії по готелю.

Сьогодні існують різні інструменти онлайн-реклами, кожен з яких має свої переваги. Засоби Інтернет-реклами просування готельних послуг представлено на рис. 1.



*Рис. 1. Засоби Інтернет-реклами в готельному бізнесі*

Таким чином, реклама є однією з основних умов ефективної діяльності будь-якого підприємства готельного бізнесу. Правильно підібрана стратегія допомагає привернути увагу потенційних відвідувачів, продемонструвати всі переваги конкретного засобу розміщення, формує позитивний імідж готелю в очах клієнтів, стимулює продажі та збільшує лояльність до бренду.

### **Список використаних джерел**

1.Кучечук Л.В. Види Інтернет-реклами на підприємствах готельного господарства // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Сер.: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2017. – Вип. 6. – С.167-174.

2.Олексенко Ю.О., Сидоренко О.В. Рекламна діяльність підприємства та напрями її удосконалення // Науковий погляд: економіка та управління. 2020. – №2 (68). – С.147-154.

**Опанасець А.**  
здобувач вищої освіти 1 курсу СВО «магістр»,  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., професорка Орленко О.В.*

## **СТАН РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Одним з найприбутковіших напрямків розвитку ринку туристичних послуг є спеціалізований вид туризму – гастрономічний. Він відображає культуру, спадщину, традиції різних народів. Тобто, ознайомитися з культурою їжі, з традиціями її вживання, отримати найповніше уявлення про регіон, набути певних навичок у приготуванні страв, відкрити нові смакові відчуття – мета гастрономічного туризму [1].

Серед усієї видової різноманітності туризму гастрономічний у даний час є одним з найатрактивніших. Щорічний світовий дохід до кризи, спричиненої поширенням вірусу COVID-19, становив понад \$150 млрд. Туристичні шляхи невеличкими етнічними господарствами дуже популярні в Європі. У ЄС порахували, що середній чек звичайного туриста сягає близько €50, тоді як середній чек туриста саме гастрономічного маршруту – €200.

В Україні гастрономічний туризм стає все більш популярним, і як і будь-яка кухня з самобутньою історією та стародавніми традиціями, українська в більшості випадків є регіональною та локальною. Наприклад, кухня на Західній Україні помітно відрізняється від кухні Східної України: відчувається вплив польської кухні на подільську, угорської на гуцульську і російської на кухню Слобожанщини [1].

З розвитком гастрономічного туризму, стають популярними винні тури по Західній Україні (Закарпаття), Одеській (Шабо, Інкерман, Коктебель), Херсонській (Виноробне господарство князя Трубецького) та Миколаївській областях (Коктебель), що є етнічними центрами

українського виноробства. При заводах-виробниках створено експозиційні та дегустаційні зали, музеї виноробства тощо [2].

Останніми роками в Україні активно розробляють концепцію гастрономічного туризму, ця ідея буде представлена у вигляді дорожньої мапи, яка буде включена до національної стратегії розвитку туризму та курортів тривалістю до 2026 року. За даними Державної служби статистики України, 2018 рік вважається роком гастротуризму. Тоді був проведений не один тематичний захід. З підтримки рестораторів та експертів України, було визнано, що гастрономічний туризм є одним з найперспективніших спеціалізованих видів туризму. [3]

Усі дослідження доводять, що туристичні потоки збільшуються в тих регіонах, де впроваджуються різноманітні атрактивні туристичні продукти: фестивалі, екскурсії, ярмарки та тематичні свята. Нині в Україні існує безліч багатоманітних гастрономічних турів, які формують причини для створення спроможного конкурентоспроможного туристичного гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках.

Вивчивши території, де тематичні тури періодично відбуваються, можна стверджувати, що найбільша їхня концентрація припадає на Центральну та Західну частини України: Полтавську область, Закарпатську та Львівську, міста Київ, Львів, Луцьк. (рис. 1).



Рис. 1. Зосередження гастрономічних фестивалів за регіонами

Підсумувавши вищесказане, можна зробити наступні висновки:

Гастротуризм щороку все більше набирає популярність серед туристів. Гастрономічний туризм має вагомое значення в розвитку не тільки місцевого туристичного ринку, а й на державному рівні. Україна багата на власні страви, національні кулінарні традиції та має великі ресурси для розвитку гастрономічного туризму. Тому, насамперед, необхідно удосконалювати, а також рекламувати та розповсюджувати даний вид спеціалізованого туризму в Україні в усіх областях.

#### **Список використаних джерел**

1. Мілінчук О.В., Ткачук А.Ю. Гастрономічний туризм в Україні: сучасний стан розвитку. Вісник ОНУ. Серія: Економіка. 2020. Том 25. Випуск 5 (84). С. 44–48.

2. Рубіш М. А., Чорій М.В., Зеленська Л. В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. Науковий вісник МДУ, 2020. Серія Економіка. Вип. 1(13). С. 61-66.

3. Всесвітня асоціація гастротуризму URL: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/> (дата звернення 10.11.2021 р.).

**Осипова О.**  
здобувачка вищої освіти 2 курсу СВО «Магістр»  
Херсонський державний університет  
**Яровий В.**

д.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного  
бізнесу, Херсонський державний університет

## **ПРОЄКТУВАННЯ АУДІОГІДА «ХЕРСОНСЬКА ФОРТЕЦЯ»**

З розвитком та появою нових сучасних технологій з'являються, як конкретно нові види туризму та туристичні продукти, так і допоміжні засоби та інструменти для покращення зручності та комфорту туриста. Одним із таких видів туристичного продукту є аудіогід.

Аудіогід – це поняття, що являє собою фонограму, яка використовується для самостійного знайомства туриста з експозицією музею, виставки, місцевістю чи якоюсь пам'яткою, за допомогою спеціального пристрою чи додатку для відтворення.

Поява аудіогіда була спричинена як технологічним розвитком, так і впровадженням технологічних новинок в різні сфери туристичної діяльності, зокрема в організацію більш грамотної та ефективної роботи музеїв, виставок, пішохідних та велоеккурсій.

За іншою версією одного з учасників туристичного ринку поява терміну audioguide пов'язана з переходом музеїв на новий рівень надання туристичних послуг [2].

Основними ознаками туристичного аудіогіда є:

- Мобільність;
- Зручність використання;
- Наявність фото та аудіо супроводу по маршруту (в найближчому майбутньому і відео);
- Наявність текстового супроводу по маршруту;
- Відсутність живого контакту з гідом;

- Обов'язкова наявність мобільного пристрою або спеціального mp3-плеєра для прослуховування (перегляду) матеріалу;
- Можливість зупинити та продовжити екскурсію у зручний для туриста час.

Враховуючи Програму розвитку туризму та курортів Херсонської області на 2019-2021 роки [5], зокрема перелік заходів направлених на розроблення та встановлення інформаційних вказівників за маршрутами руху туристів до туристично привабливих об'єктів, беззаперечно можна стверджувати, що розробка та впровадження туристичного аудіогіда, як одного з методів реалізації програми розвитку нашої області, на сьогодні і актуальна, і відповідає планам розвитку галузі в регіоні.

Аудіогід на сьогодні являє собою аудіозапис екскурсії з додатковим медіа супроводом та вказівками руху по маршруту, основною ж його складовою є текст екскурсії. Виділяють декілька аспектів для успішного аудіогіда, які представлені на рис. 1.

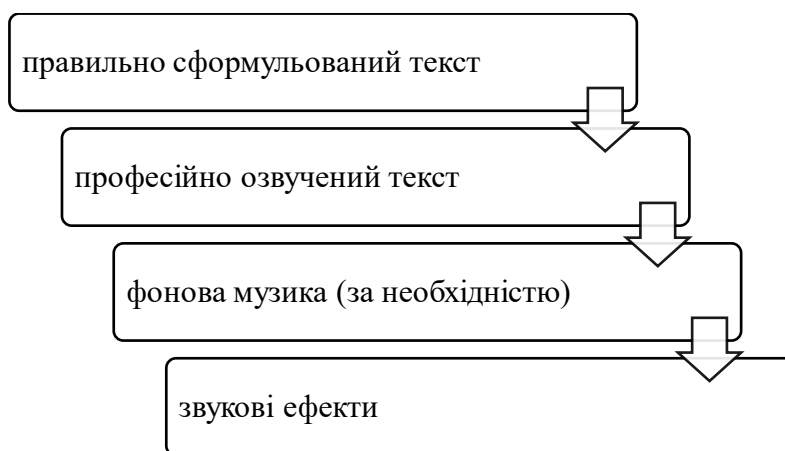


Рисунок 1. Складові успішного аудіогіда (складена авторами).

При написанні тексту аудіогіда, можна скористатись деякими екскурсійними методами розповіді:

- Екскурсійна довідка. Містить основні відомості про об'єкт, пам'ятку чи місцевість;
- Прийом опису. Допомогає висвітлити основні властивості об'єкта, розкриває його характерні риси;



➤ **Прийом цитування.** Для використання даного прийому доцільно змінити голос аудіогіда, підібравши найбільш відповідний до ситуації і тексту ([1; 3, с. 72]).

На сьогоднішній день туристичні аудіогіди доступні кожному користувачу операційних систем iOS або Android. Результати порівняння деяких додатків, які найчастіше з'являються під час пошуку, вказано в таблиці 1.

Таблиця 1. Порівняння додатків для створення аудіогіда\*

Характеристика, функціонал	Додатки		
	Traverly	AZBO	izi.Travel
Доступ на платформі iOS та Android	-	+	+
Можливість прослуховування офлайн	+	+	+
Наявність функції зчитування QR-кодів	-	-	+
Наявність функції «Туристичний розмовник»	+	-	-
Доступність матеріалу на декількох мовах	-	-	+
Можливість самостійного створення аудіогіда, використовуючи			
Мобільний пристрій	-	+	-
Комп'ютер	-	-	+

\* складена авторами

Проаналізувавши дані Таблиці 1, вважаємо, що додаток «izi.Travel» є найширшим по своїм функціональним можливостям. Порівнюючи перелік наявних основних та додаткових послуг, що можливі для використання туристом, даний додаток має більший показник наповненості.

Проаналізувавши ринок доступних додатків для створення туристичного аудіогіда та врахувавши проміжні результати проведеного соціального опитування щодо туристичного аудіогіда [6], було вирішено сконцентрувати зусилля на розробці аудіогіда «Херсонська фортеця».

Маршрут екскурсії складає 4 пам'ятки: Московська (Петербурзька) брама Херсонської фортеці; Кріпосний колодязь; Свято-Катерининський (Спаський)

собор; Очаківська брама Херсонської Фортеці [4]. Його протяжність становить – 1 кілометр, орієнтовна тривалість екскурсії – 30-40 хвилин. Цільова аудиторія – молоде (21-35) та старше покоління (35-50).

Під час створення аудіогіда було використано екскурсійні прийоми зорової реконструкції, локалізації подій та порівняння.

При написанні тексту аудіогіда, використано всі екскурсійні методи розповіді, зазначені вище.

Аудіогід розроблений та створений за допомогою комп'ютерної версії додатку «izi.Travel». Інформаційна картка об'єкту екскурсії містить фото-аудіо-контент, текстовий супровід та підказки по маршруту. На сторінці аудіогіда «Херсонська фортеця» наявна інтерактивна карта маршруту, що висвітлює всі об'єкти екскурсії та дає можливість попереднього перегляду маршруту. На головній сторінці аудіогіда розміщений QR-код, що дає можливість зручного та швидкого переходу до використання туристичної послуги. Функціонал додатку «izi.Travel» дає змогу зручно та швидко задовільнити туристичну потребу туриста за рахунок використання новітніх технологій та зручного інтерфейсу.

Спираючись на сучасні маркетингові інструменти, які застосовують в туризмі, зокрема засади брендингу [7], Social Media Marketing [8], враховуючи цільову аудиторію продукту, пропонуємо просувати туристичний продукт – аудіогід «Херсонська Фортеця» – з використанням реклами на сторінках соціальних мереж, як найменш витратного та одного з найефективніших способів поширення інформації про нову послугу в сучасних умовах.

### **Список використаних джерел**

1. Дьяченко Д. Сучасні проблеми підготовки екскурсиводів в сфері рекреації та туризму України // Д. Дьяченко, С. Нездоймінов // Економіка та управління: сучасний підхід до вивчення проблематики: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (25-27.12.2013 р.). м. Донецьк: Цифрова типографія, 2013, С 85-89.

2.Значение аудиогuida (audioguide) в экскурсионном деле. Mosintour travel incentive company. Режим доступу: <http://mosintour.ru/default.asp?Id=335>  
2

3.Нездоймінов С.Г. Організація екскурсійних послуг. С.Г. Нездоймінов // навчально-методичний посібник. Одеса: Астропринт, 2011. 216 с. Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1588/1/Організація%20екскурсійних%20послуг.pdf>

4.Осипова. О.О. Херсонська фортеця. О.О. Осипова. Izi.Travel.Cms. Режим доступу: [https://cms.izi.travel/49758/tours/1003546/map?sw=lat\\_46.63112052911161\\_lng\\_32.577942465447634&ne=lat\\_46.66276168596692\\_lng\\_32.66385898461267&zom=14](https://cms.izi.travel/49758/tours/1003546/map?sw=lat_46.63112052911161_lng_32.577942465447634&ne=lat_46.66276168596692_lng_32.66385898461267&zom=14)

5.Програма розвитку туризму та курортів у Херсонській області на 2019-2021 роки. Департамент туризму та курортів ХОДА. Режим доступу: <https://visitkherson.gov.ua/regionalni-programi/programa-rozvitku-turizmu-ta-kurortiv-u-xersonskij-oblasti-na-2019-2021-roki>

6.Туристичний аудіогід. Опитування. Режим доступу: [https://docs.google.com/forms/d/1GGYsQgiFdV2WH3pdMNHUPU-Tq1-pzk5JCOtGR6Ccp5I/viewform?edit\\_requested=true](https://docs.google.com/forms/d/1GGYsQgiFdV2WH3pdMNHUPU-Tq1-pzk5JCOtGR6Ccp5I/viewform?edit_requested=true)

7.Яровий В.Ф., Мармуль Л.О. Методологічні засади управління брендами підприємств і організацій у галузі туризму // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку: наук. - практ. жур. Київ: «Міленіум». Сер. : Економіка та менеджмент. 2017. – Випуск № 12. – С. 57-63. Режим доступу: [https://nonproblem.net/wp-content/uploads/2019/12/2017\\_12\\_057.pdf](https://nonproblem.net/wp-content/uploads/2019/12/2017_12_057.pdf)

8.Яровий В.Ф., Шуткіна В.В. Особливості управління рекламною діяльністю в туристичних підприємствах // Актуальні питання економічного розвитку в сучасних умовах: матеріали V Всеукр. наук.-практ. конф. (26-27.03.2020 р.) / Упоряд. Т.Казакова. – Херсон, книжкове вид-во ФОП Вишемирський В.С., 2020. С. 301-305. Режим доступу:

[https://www.kspu.edu/FileDownload.ashx/електронний%20збірник%20V%20Усукраїнської%20конференції%202020%20\(1\).pdf?id=ffaf65f0-d86a-4025-84df-3bc74c6c9c0b#page=301](https://www.kspu.edu/FileDownload.ashx/електронний%20збірник%20V%20Усукраїнської%20конференції%202020%20(1).pdf?id=ffaf65f0-d86a-4025-84df-3bc74c6c9c0b#page=301)

**Шмулевич П.**

д-р філософії з економіки, головний консультант  
Національного інституту стратегічних досліджень, м. Херсон – м. Київ

**Компанієць А.**

магістрантка кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,  
Херсонський державний університет

## **ФЕСТИВАЛЬ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ**

Подієвий туризм є однією із найперспективніших і наймобільніших підгалузей світового туризму. Хоча у період пандемії цей вид туризму значно постраждав через очевидні обмеження, втім його особливістю є здатність до швидкої трансформації, організаційно-економічна гнучкість. Сучасні дослідження економічних та організаційних засад подієвого туризму вказують на його мотиваційну роль, важливість у формуванні дестинацій та загалом значущість у процесі консолідації суспільного простору в громадах і регіонах [1].

Особливою та найбільш поширеною формою організації подієвого туризму є фестивалі [2]. Українські реалії свідчать, що термін «фестиваль» вживається досить широко. Сьогодні в Україні будь-який організатор може назвати свій захід фестивалем, незалежно від кількості учасників, тематики тощо. Проаналізувавши українські практики фестивального туризму з позицій саме туризмології, ми пропонуємо в цілях нашого дослідження поділити фестивалі на два типи: туристичні і не-туристичні. Іншими словами, певний захід, іменований фестивалем, може бути або не бути туристичною подією. В останньому випадку здебільшого йдеться про фестивалі, цільовою аудиторією яких є місцеві мешканці громади, в якій вони проводяться. Наприклад, щорічний фестиваль «Український кавун – солодке диво» у місті Гола

Пристань. Він розрахований насамперед на задоволення культурних потреб мешканців міста, тому його слід віднести до культурних подій, але не туристичних. При цьому подібні фестивалі можуть мати і туристичний потенціал та в процесі розвитку ставати туристичними подіями.

Наше дослідження стосується саме фестивалів, які є туристичною подією. На наш погляд, їх також умовно можна поділити на два типи:

1. Фестиваль, основною цільовою аудиторією якого є місцеві мешканці, а туристи (гості міста/громади) є додатковою цільовою аудиторією.

2. Фестиваль, головною цільовою аудиторією якого є туристи.

До першого типу можна віднести фестивалі, які проводяться у/біля великих міст. Наприклад, щорічний музичний фестиваль Atlas Weekend у м. Києві. Економічна модель таких фестивалів враховує можливість отримання достатніх доходів від відвідувань заходу місцевими жителями, а успішність залучення туристів обумовлюватиме суму додаткового прибутку.

До другого типу можна віднести фестивалі, які проводяться у невеликих громадах, на сільських територіях, на віддалених об'єктах природно-заповідного фонду [3]. Наприклад, заснований авторами Міжнародний фестиваль повітряних зміїв Tryhutti International Kite Festival 2017, який проводився у низці громад та територій: м. Херсон, Біосферний заповідник «Асканія-Нова», Національний природний парк «Олешківські піски», м. Миколаїв, с. Трихати Ольшанської ОТГ (головна подія фестивалю), узбережжя Дніпро-Бузького лиману (т.зв. Херсонські гори у Станіславській ОТГ). Особливістю таких фестивалів є значна кількість туристів (відносно місцевих жителів), які відвідують громаду саме заради фестивалю і саме протягом його проведення. Наприклад, фестивальну подію в с. Трихати у 2017 році відвідало близько 5-6 тис. гостей, при цьому власне населення села складає близько 1 тис. осіб.

Цікавим є віднесення до першого чи другого типів – а можливо виокремлення в окремий тип – фестивалів, які проводяться на курортних територіях під час курортного сезону. Наприклад, щорічний дитячий

фестиваль «Чорноморські Ігри» у м. Скадовськ. З одного боку, кількість відпочиваючих (рекреантів/туристів) в сезон значно перевищує кількість місцевих мешканців курорту (як, скажімо, у с. Залізний Порт) або ж ці показники співмірні (як у м. Скадовську). Метою рекреантів є приїзд на курорт (рекреаційний туризм), а відвідання фестивалю є видом розваги або ж додатковим стимулом для вибору дат відпочинку саме на період фестивалю. З цих позицій такі фестивалі можна віднести до першого типу. З іншого боку, на подібні фестивалі можуть приїхати туристи саме заради фестивалю, а кілька ночей розміщення на курорті є необхідністю для участі у події. Тож можливо виокремити подібні фестивалі як третій тип, який має одночасно риси першого і другого.

Отже, розвиток подієвого туризму в регіоні через фестивальний туризм має враховувати описані типи фестивалів для створення певного їх «портфолію» як туристичної пропозиції регіону. Економіка подієвого туризму регіону в цілому й організація конкретних фестивалів зокрема має враховувати: необхідність подовжити сезон на курорті, можливість ширшого залучення місцевого населення до туристичної події на сільських територіях без відриву від сільськогосподарських робіт, недопустимість перевищення граничного екологічного навантаження на територію проведення фестивалю тощо. Таким чином, фестивалі як особливий вид туристичної події є потужним інструментом формування туристичних дестинацій регіону і мають розглядатися як форма організації подієвого туризму із відповідним ресурсним забезпеченням.

### **Список використаних джерел**

1. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*. 2008. Vol. 29. № 3. P. 403–428. DOI: 10.1016/j.tourman.2007.07.017.

2. Шмулевич П.В. Формування організаційно-економічної стратегії сталого розвитку регіонального туризму.: дис. ... докт. філос. з екон.: 051. Херсон, 2020. 242 с.

3. Шмулевич П.В. Політико-економічні аспекти туризму на прикладі організації міжнародного фестивалю. *Ціннісний вимір політичної діяльності: Збірник наукових праць.* (Херсон, 23-24 червня 2017 р.). Херсон, 2017. С. 143–145.

**Ямаєв І.**

здобувач 4 курсу факультету бізнесу і права

Херсонський державний університет

*Науковий керівник: д.е.н., професор Ушкаренко Ю.В.*

### **СУТНІСТЬ ДЕФІНІЦІЇ «ТУРИЗМ»**

У сучасному світі індустрія туризму є однією з тих галузей світової економіки, що розвиваються та є найбільш прибутковими. Важливою є соціальна складова туризму, а також його зростання ролі в розвитку людства, формуванні рівня та якості людського життя.

Економічна складова туризму полягає у важливості формування ВВП країни, створення додаткових робочих місць, забезпечення зайнятості населення. Крім того, не можна недооцінювати роль туризму як джерела валютних надходжень, розширення та поглиблення міжнародних контактів [1, с. 79]. Незважаючи на популярність міжнародного туризму у передових державах світу, в Україні розвиток туристичної сфери усе ще знаходиться на достатньо примітивному рівні, і механізм її практичної реалізації достатньо не відпрацьовано, тому ми провели аналіз поглядів науковців на дефініцію цього терміну (табл. 1).

*Таблиця 1*

### **ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «Туризм» ПОЗИЦІЇ РІЗНИХ АВТОРІВ**

Автор	Визначення
-------	------------

Беркарт та Медлік [1]	«Це тимчасові короточасні переміщення людей в місця, що відрізняються від тих, де вони зазвичай займаються професійною діяльністю та живуть».
В. Гуляєв [2]	«Це тимчасові виїзди іноземних громадян, осіб без громадянства та громадян, з професійними, спортивними, релігійними комерційними, пізнавальними та оздоровчими цілями без отримання заробітної плати за професійну діяльність у країні (місці) тимчасового проживання».
І. Курас [3]	«По-перше, це підприємницький дух людини, в якому вона намагається вдовольнити свої духовні потреби та світосприйняття, а також усвідомити навколишній світ та зрозуміти свою ідентичність у просторі інших звичаїв, культур і способу життя».
О. Любіцева [4]	«Це суспільне явище, є однією з найстабільніших складових світової економіки, адже за останні десятиліття спостерігається 12 сталих (5% на рік) темпів зростання і відсутність коливань пропозиції й попиту. Таким чином це вважається одним з найбільш перспективних напрямів соціально-економічного розвитку.
М. Кабушкін [5]	«Це економічна галузь, що враховує роботу туристичних агентів , організаторів турів та посередників»
Всесвітня Туристичная Організація [6]	«Це соціальний, культурний та економічний феномен, що сприяє переміщенню людей до країни або території, що лежать поза власною соціальною сферою середовища для індивідуальних або ділових культур».
Закон України «Про туризм» [7]	«Це короточасна подорож людей з їхніх місць проживання з такими цілями як : оздоровча, пізнавальна, професійна, релігійна, спортивна терміном від однієї доби до одного року включно, без виплати заробітної плати за професійну діяльність у місцях тимчасового перебування»

Джерело: складено автором на основі [1,2,3,4,5,6,7]

Для ретельного аналізу кожної дефініції ми розділили їх на три частини: суть, зміст і результат. М. Біржаков зауважує, що суттю явища є переміщення людей, тоді як Беркарт та Медлік підкреслюють, що це переміщення загалом короткотермінове, а В. Гуляєв рахує це тимчасовими виїздами громадян. Але І. Курас наголошує що насамперед туризм - це людське підприємництво, а от



О. Любінцева вважає що туризм це навпаки, явище суспільного життя. Всесвітня Туристична Організація вважає що це насамперед соціальний, культурний та економічний феномен. Проте М. Кабушкін відзначає, що це галузь економіки. А у Законі України «Про туризм» зазначається, що суттю явища є тимчасовий виїзд (подорож) осіб з постійного місця проживання.

Розглядаючи суть явища ми бачимо, що автори приходять до різних точок зору. Так, можна виділити дві групи: М. Біржаков, Беркарт та Медлік, В. Гуляєв, Закон України «Про туризм», С. П. Кузик, М. Кабушкін а також В·А·Смолій, В·К·Федорченко, В·І·Цибух і В·М·Литвина розглядають зміст явища передусім саме як галузь економічної сфери, або підприємництва. А от Всесвітня Туристична Організація та О. Любінцева розглядають його як явище суспільного життя, або суспільний феномен. Якщо розглядати зміст явища, то ми бачимо що загалом автори приходять до однієї точки зору - це, передусім переміщення людей з місця свого постійного проживання, поєднану з діяльністю туристичних операторів та агентів. Також можемо зазначити, що більшість авторів не приходять до єдиної думки стосовно визначення даного поняття.

Саме тому виділивши найголовніші риси, ми створили власне трактування з огляду на яке, туризм це суспільно-економічний феномен, який має на увазі під собою переміщення громадян країни з місць постійного проживання в іншу місцевість або державу із застосуванням наявних туроператорів і турагентів з спортивною, релігійною метою, професійно-діловою, для пізнання, оздоровлення, тощо без заняття роботою.

### **Список використаних джерел**

1. Алексєєв Ю. В. Державне регулювання туризму в Україні // Трансформаційні процеси розвитку туризму та готельного господарства України: Матеріали Всеукр. наук.-практ. студент. конф. - К.: КУТЕП, 2002. - С. 79-80.



## СЕКЦІЯ 5. ІННОВАЦІЇ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ТА СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

**Мазуренко О.**

здобувач магістратури факультету бізнесу і права  
Херсонського державного університету  
*Науковий керівник: к.пед.н., доцентка Блах В.С.*

### ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ В УЧНІВСЬКОМУ КОЛЕКТИВІ ЗАКЛАДУ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

Національна система освіти початку ХХІ століття характеризується гуманістичною спрямованістю. Особливе місце у формуванні особистості учня належить учнівському колективу, який при ефективному педагогічному керівництві сприяє розвитку індивідуальності дитини, зокрема й у закладах професійної освіти.

Феномен колективу протягом багатьох десятиліть досліджувався педагогами, психологами, соціологами. Різні аспекти життєдіяльності дитячого колективу вивчали М. Красовицький, А.Лутошкін, А. Макаренко, А. Петровський, В. Сухомлинський та багато інших.

У «класичному» розумінні «учнівський колектив – таке об'єднання учнів, життєдіяльність якого визначається цілями і завданнями, що впливають із потреб суспільного, колективного та індивідуального розвитку, в якому функціонує самоврядування, а стосунки між учнями (ділові і особисті) є гуманними, характеризуються взаємною повагою і відповідальністю, спільним прагненням до загального успіху» [1, с.170].

Дослідниця Н.Мойсеюк дає наступне визначення: «Учніський колектив – це група учнів, об'єднана загальною соціально значимою метою, діяльністю, організацією цієї діяльності, має органи самоуправління, відрізняється морально-психологічною єдністю, поєднанням особистих і колективних інтересів, динамізмом життєдіяльності» [2, с.439].

М.Фіцула зазначає, що «дитячий колектив - об'єднання дітей, згуртованих спільною корисною діяльністю (навчанням, працею, спортом, громадською роботою» [3, с.347].

Учнівський колектив сучасного закладу професійної (професійно-технічної) освіти має ознаки будь-якого колективу, при цьому він має специфічні особливості.

Діяльність учнівського колективу закладу професійної освіти спрямована на виховання особистості кожного його члена, у той же час здійснюється підготовка учнів до трудової суспільно значущої діяльності. Об'єктом і суб'єктом виховання в такому колективі виступають учні, проте центральною фігурою у виховному процесі є педагог саме тому, що в системі «педагог-учень» без взаємодії неможливий виховний вплив.

Наступною особливістю учнівського колективу закладу професійної освіти є й те, що навчання є основною діяльністю, яке організовує й згуртовує учнів єдиною метою, формами й методами. При цьому вік учнів в такому колективі майже однаковий, що забезпечує відносну психологічну сумісність, спільність інтересів, взаєморозуміння тощо. Водночас ефективне формування особистості учня в колективі буде відбуватися лише за умови систематичної й цілеспрямованої діяльності педагога.

Здійснюючи виховний вплив в умовах учнівського колективу, важливо розуміти, що виховання має бути підтримано багатовекторним виховним впливом саме колективу, який не тільки захищає кожного учня та забезпечує його вільний вибір, розкриття творчих здібностей, вміння взаємодіяти, але й виступає носієм суспільної моралі.

Ефективним формування особистості в учнівському колективі закладу професійної освіти можна вважати лише тоді, коли розвиток колективу й особистості взаємопов'язані: розвиток особистості залежить від рівня розвитку учнівського колективу, структури ділових та міжособистісних відносин, що склалися між його членами. Пізнавальна активність учнів, рівень їхнього розумового й фізичного розвитку, готовність до навчання та

самоосвіти, їхні можливості, прагнення та уподобання визначають силу виховного впливу учнівського колективу закладу професійної освіти на особистість.

Здійснюючи виховну роботу з учнівським колективом, педагог вирішує дві задачі – сприяє єднанню учнів в колективі та допомагає розкривати й розвивати індивідуальність та самобутність кожної особистості.

Важливо роз'яснити учням, що вагомість та цінність колективу залежить й від розвитку індивідуальних особливостей кожного учня, рівня його творчої активності й самостійності всередині колективу.

Прямий виховний вплив колективу на особистість учня завжди пов'язаний з конкретними обставинами. Це пов'язано з можливостями, які існують в колективі для задоволення базових соціальних потреб учня: в спілкуванні, в самоактуалізації, в суспільному визнанні. Їхня реалізація впливає на прийняття учнем колективу, на ототожнення з ним, на усвідомлення себе як члена даної соціальної групи, на емоційне самопочуття, що беззаперечно впливає на самооцінку, світогляд, переконання, на відношення до моральних цінностей, носієм яких є учнівський колектив.

Під впливом внутрішньо групового статусу формуються мотиви поведінки учня, його відношення до навчання, як провідної діяльності, та соціуму. Приймаючи норми й цінності колективу, вихованець має можливість самостверджуватися і самореалізовуватися як особистість. Завдяки ефективному педагогічному керівництву колективною життєдіяльністю прагнення учня утвердитися в колі своїх однолітків знаходить в колективі підтримку.

Таким чином, колектив відкриває можливості накопичення досвіду колективної поведінки в позиціях підпорядкування, активного протиставлення й керівництва. Це спрямовує учня до формування в нього таких соціально значущих якостей як гуманізм, ініціативність, відповідальність, соціальна справедливість, активна громадянська позиція тощо. Колективна

життєдіяльність учня відкриває значні можливості для реалізації його особистісного потенціалу.

### **Список використаних джерел**

1. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. - К.: Либідь, 1997. - 376 с.
2. Мойсеюк Н.Є. Педагогіка. Навчальний посібник. – К., 2003. – 615 с.
3. Фіцула М.М. Педагогіка. Навчальний посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 528 с.

**Полуцька В.**

здобувачка II магістерського рівня вищої освіти,  
Херсонський державний університет

## **ПЕДАГОГІЧНА ІННОВАТИКА ЯК ОСНОВА ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ФАХІВЦІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Педагогічна інноватика у закладах вищої освіти здійснює пошук нових ефективних технологій навчання та виховання студентів задля активного і творчого розвитку їх як майбутніх фахівців. Так, за думкою науковиці Олени Ігнатович «Фахівець XXI століття - це висококваліфікована інноваційна особистість, яка здатна до творення, впровадження та використання педагогічних інновацій, спроможна вирішувати проблеми нестандартним шляхом і діяти самостійно, ініціативно, брати на себе відповідальність за власні дії та рішення» [1, с. 95]. Цілком можна погодитися з її думкою, адже справжнім фахівцем може вважатися людина, котра прагне до впровадження інновацій у власній професійній діяльності. Наприклад, у створенні абсолютно нового суспільно значимого продукту чи товару.

Питання впровадження в освітній процес педагогічної інноватики розглядали такі дослідники як В.Боголюбов, В.Бондар, Г.Бордовський,

О.Гаврилюк, В. Гузеєв, О.Долженко, М.Кларкін, О.Коваленко А.Нісімчук, Г.Селевко, О.Філатов тощо. Більшість з них переконані, що використання інноваційних педагогічних технологій сприяє підвищенню фахової підготовки студентів у вищих навчальних закладах. Тому, допомагає здобувачам вищої освіти сформувати власні професійні знання, уміння та навички.

Освітня програма в Україні визначає основні напрями здобуття у вищих навчальних закладах якісної освіти, котра полягає в готовності здобувачів вищої освіти до інноваційної діяльності. Так, у статті 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» інноваційною вважається така діяльність, котра «спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг» [2]. А ось вчений Сергій Гордієнко визначає інноваційну діяльність як «вид діяльності, пов'язаний із трансформацією ідей у технологічно нові або вдосконалені продукти або послуги, впроваджені на ринку, у нові вдосконалені технологічні процеси або способи проведення (передачі) послуг, використані в практичній діяльності» [3, с.24].

Варто зазначити, що сама інноваційна діяльність є основою освітнього процесу в вищих навчальних закладах. Її суть полягає у модернізації навчального педагогічного процесу задля формування висококваліфікованих та інноваційно підготовлених фахівців. Готовність студентів до інноваційної діяльності у більшій мірі залежить від педагогічних теорій та технологій, які постійно впроваджуються у навчально-виховний процес.

У вищих навчальних закладах України педагогічна інноватика функціонує як основа для підвищення якості підготовки майбутніх фахівців у освітньому процесі. Вона є однією з найбільш ефективних форм розвитку навичок комунікації студентів, яка створює відповідні умови для соціалізації особистості та розвитку власної самостійності. Так, здобувачі вищої освіти повинні отримати не тільки «якісні знання, сформовані уміння, навички, компетенції, а й бути готовими до професійної інноваційної діяльності, яка

передбачає діагностичну, орієнтовно-прогностичну, конструктивнопроектувальну та організаційну діяльність» [4, с. 3].

Українська дослідниця Валентина Паламарчук зазначає, що інновації допомагають досягти успіху в розвитку, вихованні та навчанні особистості. З її думкою можна погодитися. Так як, формування якісного фахівця неможливе без його залучення до інноваційної діяльності та розвитку його спочатку як особистості, а в подальшому як справжнього професіонала. Нині, інноватика у вищих навчальних закладах передбачає:

- комерціалізацію наукових розробок;
- доступність до Інтернету та електронних ресурсів;
- використання мережі електронних бібліотек;
- розробку довгострокових сертифікатних програм;
- розробку індивідуальних модульних програм;
- використання мультимедійного обладнання;
- проведення міжнародно-практичних конференцій;
- взаємодію з іноземними спеціалістами (розробка спільних проєктів, заключення взаємовигідних угод, проведення онлайн зборів) тощо.

Можна зробити висновки, що педагогічна інноватика відіграє ключову роль у формуванні студентів як справжніх фахівців своєї справи. Сучасні інноваційні реформи повинні сприяти організаційному та технологічному розвитку освітнього процесу в вищих навчальних закладах. Лише так, відбуватиметься якісна підготовка здобувачів вищої освіти до професійної діяльності в майбутньому.

### **Список використаних джерел**

1.Ігнатович О. М. Теоретико-методологічні основи педагогічної інноватики. // Наукова періодика України. Сер. : Навчання і виховання обдарованої дитини. 2013. Вип. 2. – С. 94-104. URL: [https://lib.iitta.gov.ua/3215/1/Ignatovych\\_st\\_1.pdf](https://lib.iitta.gov.ua/3215/1/Ignatovych_st_1.pdf) (дата звернення 07.11.2021).



2. Закон України. Про інноваційну діяльність. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення 08.11.2021).

3. Гордієнко С.Г. Інноваційна діяльність: проблеми, сутність, змістовні складові та напрями удосконалення // Часопис Академії адвокатури України. 2014. - № 2. - С. 15–32. URL: [file:///C:/Users/Home/Downloads/Chaau\\_2014\\_7\\_2\\_4.pdf](file:///C:/Users/Home/Downloads/Chaau_2014_7_2_4.pdf) (дата звернення 10.11.2021)

4. Волошина О.В. Педагогіка інновацій у вищій школі: навч.-метод. посібник. Вінниця. 2014. - С. 161. URL: [https://library.vspu.edu.ua/polki/akredit/kaf\\_4/voloshina2.pdf](https://library.vspu.edu.ua/polki/akredit/kaf_4/voloshina2.pdf) (дата звернення 10.11.2021).

**Толочко С.**

д.пед.н., доцент, головний науковий співробітник лабораторії позашкільної освіти, Інститут проблем виховання НАПН України

## **АКСІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ**

### **ЕКОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ШКОЛЯРІВ**

Проблема аксіологічних аспектів екологічної компетентності школярів актуалізує питання ціннісного підґрунтя у її формуванні, розроблення змісту й методів екологічної освіти, спрямованих на вирішення цієї освітньої проблеми. Компетентнісний підхід в Україні визнано провідною стратегією входження у світовий освітній простір. Специфіка сучасного суспільного й екологічного моменту актуалізує питання формування екологічної компетентності громадян, що має забезпечити стабільний і невиснажливий розвиток суспільства в умовах світу, що змінюється. Проблеми формування цінностей і екологічної компетентності неодноразово піднімалися педагогічною наукою і практикою [1,2,3,4]. Однак ця проблематика демонструє нестачу актуальної мотивації

збереження природи і мінімізації впливів на неї, бо, виходячи зі специфіки взаємодії з природою, у людей формується радше відчуття і впевненість у безкарності, аніж усвідомлення незворотності екосистемної відповіді.

Застосування анкетування школярів як методу дослідження аксіологічних засад формування екологічної компетентності школярів визначило такі основні положення. Ранжування ціннісних пріоритетів школярів засвідчило перевагу практично-прагматичних мотивів безпосередньої взаємодії школярів із природою, що виявилось у виборі ними відповідей щодо головної цінності природи, а саме: як єдиного і незамінного середовища життя, а також її спроможності давати людині гриби, ягоди, інші продукти харчування, деревину тощо. Хоча інтерес до природи значна частина респондентів ототожнила з найважливішим пріоритетом відкриття чогось нового, набуття знань, однак, немало школярів зацікавленість природою обмежила збиранням квітів, ягід, грибів, риболовлю; а також – купанням, іграми, відпочинком, що також є переважанням споживацького й споглядального ставлення до природи. Запитання анкети, котре передбачало оцінювання перерахованих справ залежно від значущості особисто для опитуваних, також репрезентувало певні проблеми, пов'язані з організацією освітнього процесу, а саме: учні не використовували екскурсію екологічною стежиною (навіть не знають, що це таке), їх не залучали до випуску стіннівок, оформлення стендів на екологічну тематику, вони не брали участі в конкурсах малюнків «Природа і фантазія», екологічних театрах, агітбригадах тощо; мала кількість опитаних працювала на присадибній ділянці, що унеможливило первинний досвід співдії з природою. Запитання щодо виявлення ціннісних характеристик рівня сформованості екологічної компетентності школярів підтверджують актуальність дослідження, оскільки найбільша кількість опитаних підтвердила їхнє незнання шкідливості власних дій для природи, хоча третина з них перш ніж щось зробити замислюється над тим, чи не спричинить це шкоду природі. Запитання щодо можливого впливу на інших засвідчило небайдужість переважної частини респондентів та їхню ініціативність щодо намагання пояснити іншим шкідливість їхній дій природі, однак, є чимала група учнів, яка вважає робити зауваження

недоцільним, оскільки це не допоможе, або й узагалі не звертають уваги на дії інших стосовно природи, бо для них це не важливо. Відповіді на запитання щодо регулювання поведінки – власної та інших – засвідчили небайдужість переважної частини опитаних через їхню переконаність у необхідності працювати над собою для збереження природи та самокритичність з приводу того, що їм не завжди це вдається. Відповіді на запитання щодо регулювання поведінки також означили ще одну проблему – відсутність ініціативності, пасивність, інертність школярів, оскільки вони вибрали відповідь, яка засвідчує їхню байдужість до необхідності збереження природи, однак, за умови активності однолітків, можливо, також приєднаються. Виявлення ціннісних засад формування особистості через наявні та/або бажані риси характеру, здійснене за допомогою розв'язання проблемних ситуацій, зокрема із джмелем, підтвердило гуманізм школярів, переважна частина яких ствердила тезу про право на життя кожної живої істоти на землі. Проблемне запитання щодо багаття зі сміття посеред двору означило проблему відсутності знань із валеології, безпеки життя, оскільки четверта частина опитаних вважала доречним спробувати загасити палаюче сміття самотужки. Ціннісним з точки зору аксіологічних засад формування екологічної компетентності школярів є запитання щодо наявних та/або бажаних рис характеру. Досить неочікуваним був результат вибору учнів щодо найнижчого показника риси характеру – людяність. Натомість сучасне покоління центеніалів засвідчує свою потребу у відповідальності, активності, організованості, працелюбності тощо.

Отже, можемо констатувати недостатні знання школярів про навколишнє середовище, несформованість навичок впливу (практичної діяльності) на нього, що призводить до нездатності й неготовності діяти так, щоб наносити навколишньому середовищу щонайменшої шкоди. Відповідальність за стан довкілля формується, якщо особистість усвідомлює власну причетність до забруднення та збереження довкілля, що можливе лише за умови оволодіння екологічними знаннями та умінням оцінити свої можливості впливу на навколишнє середовище (як позитивного, так і негативного). А бажання

екологічно компетентної особистості спричинити щонайменшу шкоду довкіллю обумовлюється сформованістю в неї високого рівня екологічної культури, атрибутом якого є ставлення до природи як до універсальної цінності. Саме ціннісне ставлення до природи спонукає вибір природобезпечного стилю діяльності в довкіллі.

Тож у край необхідним вважаємо формування ціннісних регуляторів взаємодії людини і природи.

### **Список використаних джерел**

1. Анацька Н. В. Екологічна освіта: знання і життєво-ціннісні орієнтації сучасної людини : дис...канд. філос. наук. Київ, 2016. 220 с.

2. Михайлюк С. Аксіологічні основи екологічної етики. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2015. Вип. 754 – 755. Філософія. С.223–227.

3. Науковий та педагогічний супровід сталого розвитку: Дискурс 2019 : колективна монографія / за редакцією С.Д. Рудишина, І.М. Кореневої. Суми: Вінниченко М.Д., 2019. 330 с.

4. Толочко С. В. Мотивація як важлива соціальна навичка та складова екологічної компетентності дітей та учнівської молоді. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. 2020. № 24 (1). С. 203–215.

## **СЕКЦІЯ 6. РЕФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

**Бардашевська Л.**

студентка 4 курсу факультету бізнесу та права  
Херсонського державного університету  
*науковий керівник, професор кафедри міжнародного та національного  
права і правоохоронної діяльності, доктор юридичних наук, професор,  
Заслужений юрист України Стратонов В.М.*

### **НАУКА КРИМІНАЛЬНОГО ПРАВА УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Незважаючи на те, що з дня прийняття Верховною радою України Акту проголошення незалежності України минуло понад 30 років, питання щодо дослідження стану та розвитку науки кримінального права завжди будуть актуальними. Важливу роль у цьому питанні відіграє виявлення суперечливих позицій, недоліків у публікаціях, колізій у законодавстві, а також допомагає правоохоронним органам ефективно знаходити в науковій літературі варіанти вирішення ситуації, породженої недоліками кримінального законодавства.

В умовах непростих політичних, соціальних, економічних викликів, які наразі є в Україні, проблеми захисту суверенітету держави, основ національної безпеки та забезпечення прав і свободи людини та громадянина є важливими.

Кримінально-правова наука України досягла значних успіхів у теоретичному осмисленні низки актуальних для сучасної України питань, а саме у вивченні злочинів у сфері економічної діяльності, комп'ютерних злочинів, тощо. На сучасному етапі констатовано збільшення кількості публікацій,

присвячених проблемам кримінального права України в цілому [3, с. 176].

Однак, злочинність набула особливо небезпечного характеру, що пов'язано зі зміною і новаторством її форм, використанням новітніх методів і

засобів вчинення злочинів, що спричиняють тяжкі або особливо тяжкі суспільно небезпечні наслідки. Значно зростає рівень найнебезпечніших видів злочинності: злочини на замовлення, викрадення; корисливі та насильницькі злочини. Особливе занепокоєння викликає широке поширення злочинів, скоєних із застосуванням зброї, вибухових речовин, боєприпасів, корупційних злочинів, а також злочинів, скоєних представниками влади з використанням службового становища [4].

Наука кримінального права, на думку академіка В. Тація, має забезпечувати проведення реформ, відображати законні інтереси громадян, ефективно впливати на законотворчу діяльність. У процесі наукових досліджень вноситься багато цінних пропозицій, але, якщо законодавець їх не сприймає, останні залишаються у архіві нереалізованих досягнень і нововведень. Також, він зазначив, що необхідно розробити ефективний механізм впливу на законодавчу діяльність, за якої впровадження наукових розробок стало б не лише доцільним, а й необхідним та обов'язковим [2, с. 21].

У науковій доповіді Ю. Бауліна «Кримінальний кодекс України: сучасний стан та перспективи» зазначено, що криміналістам потрібно задати уточнюючі питання до чинного Кримінального кодексу України: чи відповідає він сучасним реаліям, потребує удосконалення, чи можливо підготовки нового варіанту Кримінального кодексу. Безсумнівно, що в умовах, коли в Україні плануються та реалізуються масштабні проекти в європейському напрямі, а також ведеться робота з гармонізації вітчизняного законодавства із законодавством Європейського Союзу, Кримінальний кодекс також потребує нового вигляду. Однак завдання наближення України до європейських стандартів було і раніше, тому в сучасному Кримінальному кодексі України від самого початку було визначено пріоритети посилення кримінальної відповідальності за посягання на права та свободи людини, безпеку людства, національну безпеку. Таким чином, реформування Кримінального кодексу України повинне мати продуманий підхід [1, с. 8].

Доповідь доктора юридичних наук О. Капліної мала аналіз кримінально-процесуальних проблем кримінального права. Вона зазначила, що однією з особливостей тлумачення та застосування норм кримінального права є те, що ця діяльність відбувається в органічному взаємозв'язку із нормами кримінально-процесуального права. Перш за все, взаємозв'язок між нормами двох галузей права виражається в тому, що обидві галузі оперують спільними поняттями. Також, вона наголосила, що співвідношення норм кримінального матеріального та процесуального права особливо гостро проявляється при тлумаченні загальних положень закону про кримінальну відповідальність, що містяться у розділі XVIII Особливої частини Кримінального кодексу України, оскільки вони набувають характерного змісту лише на підставі кримінально-процесуального закону [5].

У наукових доповідях докторів юридичних наук С. Ліхової, В. Матвійчука, Є. Стрельцова, В. Харченка, доцентів Л. Дорош, Д. Зоренка висловлено цікаві та аргументовані пропозиції щодо вдосконалення норм про відповідальність за окремими видами злочинами.

Отже, можна зробити висновок, що наука кримінального права України з 1991 року по сьогоднішній день розвивалася. Це пов'язано, зокрема, з тим, що лише з урахуванням останніх досягнень науки кримінального права, активної співпраці вчених, законодавців, відповідального впровадження європейських та міжнародних правових інститутів у національне законодавство, якісного вдосконалення та застосування кримінального законодавства у боротьбі зі злочинністю забезпечить високий рівень безпеки та правопорядку в Україні. З метою належного виконання органами державної влади та кримінальної юстиції роботи переглянути законодавство та внести відповідні зміни. При здійсненні законотворчої діяльності слід відповідально ставитися до юридичного тексту правових дефініцій, щоб у майбутньому запобігти помилкам у змісті правового терміну.

#### **Список використаних джерел**

1. Баулін Ю. В. Кримінальний кодекс України: сучасний стан та перспективи. Проблеми науки кримінального права та їх вирішення у законотворчій та правозастосовчій діяльності: матеріали міжнар. наук. - практ. конф. (8–9 жовтня 2015 р.). Харків, 2015. С. 7–10.

2. Баулін Ю. В., Тацій В. Завдання вітчизняної кримінально-правової науки в умовах реформування кримінального законодавства України. Право України. 2020. № 2. С. 17-30.

3. Галабала, М. В. Тенденції розвитку науки кримінального права України в період після відновлення державної незалежності (питання загальної частини). Форум права. 2012. № 4. С. 171-178.

4. Зінченко І. О., Панов М. І. Проблеми науки кримінального права та шляхи їх вирішення у законотворчій та правозастосовчій діяльності. Вісник Асоціації кримінального права України. 2015. № 2 (5). С. 382 – 403.

5. Капліна О. В. Проблеми єдності термінологічного наукового інструментарію при означенні способів тлумачення норм права. Актуальні проблеми держави і права. 2012. Вип. 63. С. 26-34. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdp\\_2012\\_63\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdp_2012_63_5) (дата звернення 14.11.2021).

**Бень В.**

учитель Літинського опорного закладу  
загальної середньої освіти I-III ступенів №1  
Літинської селищної ради Вінницького району  
Вінницької області

## **ПОЛІТИКА ДОБРОВІЛЬНОГО ОБ'ЄДНАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД**

Найважливішою складовою реформи децентралізації в Україні є реформування місцевого самоврядування, створення спроможних територіальних громад, які зможуть задовольнити потреби мешканців населених пунктів. Міжнародні дослідження досвіду об'єднання територіальних громад вказують на те, що об'єднання громад у спроможніші



проводиться з метою покращення надання публічних послуг, управлінської діяльності та забезпечення демократії.

Державна політика місцевого самоврядування в Україні спрямована на децентралізацію влади – передачу від органів виконавчої влади до органів місцевого самоврядування частину повноважень і фінансів. Реформа місцевого самоврядування в нашій країні стосується всіх аспектів повсякденного життя українців. Вона впливає на форму публічного управління і на конституційний устрій держави.

Реформа децентралізації в Україні розпочалася через незадовільну спроможність значної кількості органів місцевого самоврядування «з-поміж близько 11 тисяч місцевих рад, які існували до 2014 року, здійснювали власні та делеговані повноваження на належному рівні» [1, с. 8 ]. У квітні 2014 року було прийнято «Концепцію реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» [2], це стало початком реформи місцевого самоврядування. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» [3] від 12.01.2015 вказала на першочерговість реформи. Закон «Про добровільне об'єднання територіальних громад», ухвалений 5 лютого 2015 року став основним моментом для створення спроможних громад. Законом запроваджено інститут старост в об'єднаних територіальних громадах, які представляють інтереси жителів у виконавчих органах. Закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо добровільного приєднання територіальних громад» від 17 березня 2017 року був прийнятий для швидшого приєднання громад до уже створених ОТГ.

Відповідно до Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади серед основних завдань реформи такі: утворення територіальних громад та надання матеріальної й організаційної спроможності громадам; забезпечення якості публічних послуг; формування ефективної системи органів місцевого самоврядування, місцевих органів влади та розподіл повноважень між ними; забезпечення соціально-

економічного розвитку територіальних громад. Усі завдання реформи в Україні «спрямовані на зміцнення соціально-економічної безпеки держави, забезпечення соціально-економічного зростання держави, регіонів, окремих територій, а також зростання якості життя громадян, незалежно від місця проживання» [4, с. 21].

Розвиток об'єднаних територіальних громад пов'язаний із доходами до їх бюджетів. Тому, основна роль надається юридичним особам і підприємницькому сектору, оскільки вони забезпечують податкові надходження бюджетів ОТГ. Зазначимо, що фінансова проблема для розвитку територіальних громад є актуальною для всіх об'єднаних територіальних громад. Загалом більшість ОТГ покладається ще на бюджетний ресурс і позитивно оцінюють інструменти державної підтримки розвитку громад. Співпраця між громадами – вагомий чинник формування потенціалу розвитку за допомогою об'єднання зусиль для вирішення спільних проблем.

Успішний розвиток економіки місцевого самоврядування передбачає вивчення досвіду країн з високим рівнем економічного розвитку. Тому, щоб впроваджувати реформу децентралізації було досліджено країни, де така реформа уже відбулася, а саме Німеччина, Італія, Польща, Данія, Франція, Швеція, Фінляндія. Взагалі, модель місцевого самоврядування в Україні подібна до економічно розвинених європейських країн. В нашій країні високо оцінюють польський досвід адміністративно-територіальної реформи. Міжнародні експерти також високо оцінюють досвід Польщі. Французька модель поєднує державне управління та місцеве самоврядування. Прикладом сильних держав, які взяли шлях децентралізації влади є досвід північних країн Європи : Швеція, Фінляндія і Данія. Використання досвіду європейських держав пришвидшить реформу децентралізації та дасть можливість досягти позитивних змін.

Впровадження політики децентралізації дасть змогу створеним громадам забезпечити соціальну та економічну стабільність розвитку, а також ефективно використовувати державні кошти.

### Список використаних джерел

1. Шевченко О.В., Романова В.В., Жаліло Я.А. Децентралізація і формування політики регіонального розвитку в Україні // Наук. доп.: Київ : НІСД, 2020. 153 с.

2. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: Постанова Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. № 333-р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>.

3. Про стратегію сталого розвитку «Україна - 2020»: Указ Президента України від 12 січня 2015 р. : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>

4. Територіальні громади в умовах децентралізації: ризики та механізми розвитку // Монографія / за ред. Кравціва В. С., Сторонянської І. З. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України, 2020. 531 с.

**Василенко В.**

здобувачка 2 курсу, юридичний факультет  
Чорноморський національний університет імені Петра Могили  
*Науковий керівник: д.ю.н., доцент, завідувач кафедри  
конституційного та адміністративного права і процесу  
ЧНУ імені Петра Могили Коваль А.А.*

### ІНСТИТУТ РЕФЕРЕНДУМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Референдум є формою прямої демократії, способом здійснення влади безпосередньо народом, що полягає у прийнятті важливих рішень загальнодержавного значення громадянами шляхом голосування. Проте, на жаль, в Україні право на участь народу у референдумах не забезпечується

протягом багатьох років. Тривалий час українці жили без спеціального закону, що унеможливило проведення референдуму. Нарешті у 2021 році було прийнято Закон «Про всеукраїнський референдум», що закріпив підстави та порядок його проведення.

Як відомо, першим державотворчим всеукраїнським опитуванням став референдум 1 грудня 1991 р. Для голосування було винесено одне питання: «Чи підтверджуєте Ви Акт проголошення незалежності України?». Визначально, що переважна більшість громадян реалізували своє право на пряме народовладдя – майже 32 мільйони виборців підтримали незалежність України. Слід зазначити, що до 1991 р. референдуми в Україні не проводилися ні на республіканському, ні на місцевому рівнях, хоча ця форма безпосередньої демократії формально закріплювалася в Конституціях УРСР 1937 і 1978 рр [1]. Це є свідченням того, що народ був позбавленим реально брати участь в управлінні державними справами.

Другим і останнім, так би мовити всеукраїнським референдумом, був акт народного волевиявлення від 16 квітня 2000 р. На ньому обговоренню підлягали чотири питання щодо реформи системи управління. Проте ніякого значення це голосування не мало, його результати були прирівняні до всенародного опитування. Варто також зауважити, що протягом періоду 2000–2016 рр. в Україні було зареєстровано 178 ініціатив щодо проведення місцевих референдумів, причому найбільша кількість – 25 – у Рівненській області [2]. Проте з різних об’єктивних і суб’єктивних причин дані ініціативи не були задоволені і референдуми не відбулися.

В аспекті дослідження сутності і ролі референдуму у здійсненні прямої демократії, корисним є звернення до досвіду зарубіжних країн: позитивного й ні. Так, у вересні 2021 року уряд Польщі ініціював зміни до регулювання процедури референдуму, в результаті чого було виключено можливість вирішення питання виходу Польщі з Європейського Союзу шляхом всенародного голосування [3]. Це свідчить про те, що влада Польщі звужує право народу впливати на вибір вектору зовнішньої політики країни.

Кількість референдумів у світі з кожним роком зростає. Так, впродовж 1970-1995 рр. в європейських країнах на національному рівні було проведено 46 референдумів з 48 питань, у Швейцарії – 76 референдумів з 217 питань. Кількість референдумів, на яких швейцарці приймали рішення протягом 1970-1995 рр., майже вдвічі перевищує їх число порівняно з 1945-1970 рр. – 64 референдуми з 86 питань [4, с. 138]. За 2020 рік у світі відбулося майже 20 референдумів. Найбільш помітно в прозвучали голосування в Швейцарії, Росії та Чилі. У Швейцарії, до речі, за рік відбулося аж три голосування – взимку та два восени. В загалому вияви народовладдя відбулися й у Гвінеї, Палау, Російській Федерації, Ліхтенштейні, Італії, Фолклендських островах, Новій Каледонії, Північному Кіпрі, Новій Зеландії, Чилі, Алжирі, Пуерто-Ріко, Американських Віргінських Островах, Ліберії» [5]. Референдуми 2020 року мали на меті голосування за зміни Конституції (для чилійців вони мали історичне значення), за незалежність чи входження в союзню державу. Також порушувалися проблеми місцевого значення. Звісно, не всі ініціативи були схвалені, проте громадяни здійснили своє право впливати на майбутнє.

Як вже було сказано, найяскравішим представником проведення референдумів на постійній основі є Швейцарія. Позитивний досвід має й Швеція. В цих країнах народний суверенітет реалізується під час здійснення законодавчих ініціатив [6, с. 33]. Наявність референдуму та права народної ініціативи є інструментами, з допомогою яких швейцарці приймають участь і впливають на прийняття рішень державного і передусім суспільного значення. Тобто громадяни напряму впливають на політичне життя Швейцарії, адже мають право скасовувати рішення уряду та парламенту [4, с. 34]. Цікаво, що не держава, а політичні партії і громадські організації проводять референдуми. Полегшує цей процес застосування інструментів реклами. Враховуючи сучасні можливості, громадяни Швейцарії можуть застосувати як класичні, так і новітні технологічні (Інтернет) варіанти голосування на референдумі. Важливо, що за абсентеїм передбачена юридична відповідальність.

Щодо Швеції варто зазначити наявність референдарного плюралізму з певними особливостями. Від території проведення референдуму залежить його вид: є загальнонаціональні і комунальні. Також бувають дорадчі, установчі та конституційні референдуми [7, с. 150].

Отже, інститут референдуму як дієвої форми прямого народовладдя знайшов законодавче закріплення в Україні. Проте, на жаль, за історію нашої держави відбулося лише два всеукраїнських референдуми, що свідчить про недооцінення з боку влади та громадянського суспільства його ролі у вирішенні питань загальнодержавного значення. Вважаємо корисним використовуючи позитивний досвід зарубіжних держав, активізувати зусилля науковців і практиків на глибшому дослідженні проблем інституту референдуму, та залученні народу до свідомого вирішення важливих питань розвитку держави.

### **Список використаних джерел**

1. Федоренко В.Л. Конституційно-правові основи всеукраїнського референдуму: проблеми теорії та практики: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.ю. наук : 12.00.02. Київ, 1999. 17 с.

2. Досвід застосування місцевого референдуму в Україні як складової місцевої демократії // Громадська експертна доповідь у форматі Shadow 188 Report. URL: <https://parlament.org.ua/wp-content/uploads/2016/11/pdfjoiner.pdf> (дата звернення: 11.11.2021).

3. «Європейська правда» : інтерв'ю чеського видання Novinky із заступником міністра закордонних справ Польщі Павлом Яблонським. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2021/09/22/7128085/> (дата звернення: 15.11.2021).

4. ЛеДюк Л. Учасницька демократія: референдуми у теорії та практиці. Х.: Центр освітніх ініціатив, 2002. 160 с.

5. Золотарьова Я. Референдуми-2020 у світі: де і що вирішували. URL: <https://www.oporaua.org/blog/vybory/referendum/22759-referendumi-2020-u-sviti-de-i-shcho-virishuvali>. (дата звернення: 15.11.2021).

6.Крапчан О. Референдум: світовий досвід і сьогодення України. Право України. 2015. № 8. С. 30–35.

7.Ракитська І.А. Референдум в Швеції: особливості організації та правила. Журнал міжнародного права. 2015. № 3. С. 148–160.

**Великий В.**

к.п.н., доцент, доцент кафедри  
професійних та спеціальних дисциплін  
Херсонського факультету Одеського  
державного університету внутрішніх  
справ

## **ВНУТРІШНЯ ПСИХОЛОГІЧНА КУЛЬТУРА СПІВРОБІТНИКА ПОЛІЦІЇ**

Професія працівника поліції традиційно відноситься до психічно напружених. Це пов'язано з її специфікою: екстремальним характером діяльності; небезпекою для особистого здоров'я і життя; частими переживаннями негативних емоцій та почуттів, обумовлене спілкуванням з правопорушниками та потерпілими від злочинів; суттєвим перевантаженням та обмеженістю можливостей для самовідновлення тощо. Об'єктивно це призводить до низки негативних наслідків: стресових станів та психоемоційної нестабільності; зниження психофізіологічного здоров'я та психологічної стійкості; нездатності адаптуватись до соціальної ситуації та професії; загальної морально-професійної деформації (негативних професійних стереотипів та установок щодо своєї діяльності, гіпертрофованого розвитку небажаних якостей).

Відповідно актуальними є проблема ефективного функціонування психологічної служби МВС України. Їй присвячено роботи В.Г.Андросюка, Ю.Б.Ірхіна, В.О.Коновалової, В.О.Криволапчука, О.В.Тімченко, С.І.Яковенка та багатьох інших. Наказ МВС України від 06.02.2019 року № 88 «Про затвердження Порядку організації системи психологічного забезпечення

поліцейських, працівників Національної поліції України та курсантів (слухачів) закладів вищої освіти із специфічними умовами навчання, які здійснюють підготовку поліцейських» визначає основні завдання системи психологічного забезпечення, напрямки та технології їх виконання [1]. Безумовно, така робота важлива і необхідна. Однак, на нашу думку, не завжди у психолога-співробітника відділу психологічного забезпечення є можливість дійти в будь-який момент до кожного працівника поліції. Тому постає питання формування внутрішньої психологічної культури працівників поліції відповідної до специфіки його діяльності та посади.

Під внутрішньою психологічною культурою поліцейського ми розуміємо сукупність переконань, уявлень про себе; життєвого та професійного досвіду; способів саморегуляції своїх станів, поведінки та діяльності, стосунків у колективі колег та з громадянами; готовність слідувати етичним та правовим нормам у професійній діяльності і повсякденному житті. При цьому психологічна культура є невід'ємною складовою загальної культури особистості.

Потребують дослідження такі аспекти внутрішньої психологічної культури працівника правоохоронних органів, як:

- історичний – стан та зміна уявлень про психологічну культуру працівника правоохоронних органів;
- сучасні уявлення про психологічну культуру: наукові та як очікування з боку громадськості;
- нові та перспективні вимоги до неї;
- індивідуально-особистісний набір сутнісних властивостей, знань та переживань професіонала;
- технології формування внутрішньої психологічної культури.



Аналізуючи сутність внутрішньої психологічної культури поліцейського слід виділити її основні складові:

- орієнтовну – систему особистісних установок, знань про соціальні норми та соціальну взаємодію людей і свою внутрішню психічну сутність;
- операційну – вміння, навички та звички соціальної взаємодії, відповідність загальноприйнятим уявленням про психологічно культурну особистості;
- перцептивну – психологічну проникливість, уважність, здатність відчувати себе і оточуючих людей;
- афективну – розвинену емпатію, чуйність до оточуючих, доброзичливість, емоційну стабільність;
- оціночну – здатність адекватно оцінювати себе, свої можливості і недоліки, оточуючих людей та події;
- прогностичну – здатність передбачати певні події, особливості поведінки людей, наслідки своїх дій;
- вольову – здатність долати перешкоди, протистояти зовнішньому негативному тискові, самоконтролю, витримку та наполегливість у реалізації етичних та правових вимог;
- регулятивну – навички саморегуляції своїх станів та поведінки, володіння собою, вміння управляти психічними процесами, адаптуватись до нових умов.

Внутрішня психологічна культура поліцейського не може з'явитись миттєво, вона формується протягом всього життя під впливом багатьох чинників. При цьому на перших етапах визначальним є вплив зовнішніх чинників, у подальшому все більш вагомими є внутрішні.

На перших етапах професійного становлення поліцейського його внутрішня психологічна культура виступає як частка загальної культури і на

неї найперше впливає загальний рівень культури суспільства, зміст та особливості професійної підготовки і педагогічний вплив викладачів освітнього закладу, де навчається курсант-майбутній поліцейський, курсантський колектив.

В подальшому, на формування психологічної культури поліцейського впливають не лише керівники і колеги, але й власні самоусвідомлення і діяльність. Це потребує усвідомлення особою сутності психологічної культури і технологій впливу на неї; здатності виявляти та адекватно самооцінювати відповідність її вимогам; оволодіння конкретними технологіями саморегуляції та впливу на оточуюче середовище у процесі вирішення професійних задач. Сприяти цьому мають відповідні за змістом курси підвищення кваліфікації та робота відділів психологічного забезпечення територіальних структур Національної поліції України.

Можна зробити висновок, що внутрішня психологічна культура поліцейського є важливою складовою його професіоналізму, утворенням зі складною структурою, яка формується в процесі життя та спеціально організованої діяльності. Психологічна культура поліцейського потребує окремого дослідження та розробки технологій її формування з врахуванням особливостей різних етапів його професійної діяльності.

### **Список використаних джерел**

1. Про затвердження Порядку організації системи психологічного забезпечення поліцейських, працівників Національної поліції України та курсантів (слухачів) закладів вищої освіти із специфічними умовами навчання, які здійснюють підготовку поліцейських. Наказ МВС України від 06.02.2019 року № 88: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0348-19#Text>

**Гавловська А.**  
к.ю.н., доцентка, доценка кафедри міжнародного та національного  
права і правоохоронної діяльності  
Херсонський державний університет  
**Дяченко Н.**  
здобувачка 2 курсу магістратури спеціальності «Право»  
Херсонський державний університет

## **ЖІНКА ЯК ОБ'ЄКТ ЗЛОЧИННОГО ПОСЯГАННЯ**

Кримінологічні дослідження кримінальних правопорушень, їх статистика та науково-визначенні психологічні особливості жертв насильницьких злочинів дозволяють стверджувати, що жінка частіше за чоловіків стає жертвою кримінальних правопорушень.

На це впливає ряд чинників:

- рівень фізичної сили жінки у порівнянні з чоловіком;
- гендерна нерівність в окремі історичні періоди розвитку суспільства, під впливом релігійних, національних традицій та догм у різних країнах;
- нормативно-правове закріплення влади чоловіка над жінкою у сім'ї та шлюбі (наприклад, у Афганістані за правління талібів);
- нерівні умови працевлаштування для жінок та чоловіків, необхідність виконання жінкою обов'язку з догляду за немічними членами сім'ї, виховання дітей, що ставить жінку у матеріально-залежне відношення від чоловіка;
- нерозвинута система центрів захисту жертв домашнього насильства у більшості країн.

Особливе вплив на збільшення кількості злочинних проявів по відношенню до жінки також має т.з. «соціальне схвалення» домашнього насильства через систему:

- національних традицій (наприклад, «бив мене чоловік за довгого язика» - укр..прислів'я);

- нормативно-правове закріплення в законодавстві країни принципу вирішення сімейних конфліктів, в т.ч. і насильницьких, через примирення сторін конфлікту;
- селективні аборти;
- дитячі примусові шлюби;
- практика таких кримінальних правопорушень, як: «смерть за посаг», жіноче обрізання та інші форми калічення жінок (країни Африки), вбивства честі, спалення нареченої, побиття каменями жінки, які «спіймали» на зраді (мусульманські країни), викрадення наречених (Киргизія), обливання кислотою (Індія), сексуальне рабство (більшість країн світу, в т.ч. і розвинутих країни ЄС), зґвалтування чоловіком та іншими членами родини тощо;
- дискримінаційне шлюбне законодавство, що ускладнює розлучення за ініціативою жінки, можливість отримання жінкою громадянства країни тільки після тривалого перебування у шлюбі, традиції патерелінійних суспільств тощо.

Жінка як жертва кримінальних посягань характеризується відхиленнями у психіці, які проявляються у заниженому рівні самооцінки, відчутті сорому, виправдовування злочинця та почуття вини перед ним, потребі у проявах жалю з боку оточуючих, отримання задоволення через страждання, травматична прив'язаність, відсутність здатності опиратися насильницьким діям (т.з. вивчена безпорадність), прийнятті проявів насильства як норми побітово-сімейних відносин тощо.

Наслідками злочинних проявів по відношенню до жінки є не тільки позбавлення її життя та здоров'я, але й народження дітей з психічними та фізичними відхиленнями, схильність до проявів суїциду тощо.

### **Список використаних джерел**

1. Жінки шукають рівності. Офіційний веб-сайт «Український інтерес» URL: <https://uain.press/blogs/zhinky-shukayut-rivnosti-1117666> (дата звернення: 11.11.21 р.)

**Газукін М.**  
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти  
спеціальності 262 Правоохоронна діяльність,  
Херсонський державний університет

## **ПЕРСПЕКТИВИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТИТУТУ СПІВУЧАСТІ З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ КРАЇН ЄС**

Будучи соціологічним та правовим феноменом, який помітно загрожує суспільству, співучасть завжди була головною темою для обговорення у законодавчих, судових та наукових колах у всьому світі.

За статистичними даними Генеральної прокуратури України кількість злочинів, вчинених у співучасті, з кожним роком збільшується, як і розмір збитків, завданий такими злочинними діями. Так, за 2016 роки в Україні було виявлено 136 організованих груп і злочинних організацій відповідно. У 2017 році цей показник зріс до 210 (+54,4%), в 2018-му – до 288 (+37,1%), в 2019-му – до 293 (+1,7%), а у 2020 було виявлено 377 (+28,7%) організованих груп і злочинних організацій. За період січня-квітня 2021 року правоохоронними органами було вже виявлено 217 організованих груп і злочинних організацій [1]. Більшість цих організацій пов'язані з торгівлею наркотиками, людьми та людськими органами, онлайн-шахрайством, кіберзлочинністю, відмиванням грошей тощо. Такі тенденції свідчать про недостатнє правове регулювання та реагування кримінального законодавства та правоохоронних органів на виклики сучасності.

Зважаючи на те, що проблема вчинення злочинів у співучасті є не тільки національною, але й міжнародною, вагомим кроком у її подоланні стало підписання «Проекту плану дій між Україною та ЄС у сфері юстиції та внутрішніх спра: практичний результат до 2025 року», що містить як загальні,

так вузько направленні положення щодо посилення співпраці у боротьбі з організованою злочинністю [2].

Загалом, інститут співучасті – це система правових норм, які регламентують поняття, форми співучасті, поняття співучасників та особливості їх відповідальності та належить до Загальної частини КК України.

Зважаючи на результати вивчення національного та європейського законодавств, можна сформулювати наступні пропозиції, щодо вдосконалення інституту співучасті в українському законодавстві:

- активне впровадження та застосування теорії самостійної відповідальності співучасників;
- ведення поняття ексцесу співучасника в цілому, а не лише виконавця;
- визнання того, що вчинення злочину групою осіб можливе не лише за співвиконавства;
- визначення меж поставлення у вину співучасникам ознак спільно вчиненого кримінального правопорушення;
- встановлення усіх факторів, які мають бути врахованими під час призначенні покарання співучасникам;
- закріплення в тексті КК України категорії "форми співучасті" та надання їй офіційного тлумачення;
- передбачення можливості невичерпного переліку способів пособництва;
- уникнення дворівневості у визначенні поняття та ролі організатора;
- чітке визначення форм співучасті в КК України.

Варто розуміти, що окреслені вище та усі подальші пропозиції по удосконаленню чинного кримінального законодавства мають стати результатом тривалих теоретичних напрацювань та обговорень, які будуть направленні на узгодження із іншими елементами системи кримінального права.

## Список використаних джерел

1. Статистична інформація. Офіс генерального прокурора. URL: <https://www.gp.gov.ua/ua/1stat>.

2. Проект плану дій між Україною та ЄС у сфері юстиції та внутрішніх справ: практичний результат до 2025 року. URL: <https://minjust.gov.ua/uk/m/proekt-planu-diy-mij-ukrainoyu-ta-es-u-sferi-yustitsii-ta-vnutrishnih-sprav-praktichniy-rezultat-do-2025-roku>

**Галаган О.**

старший викладач кафедри міжнародного та національного права і  
правоохоронної діяльності,  
Херсонський державний університет

**Литвинова К.**

здобувачка факультету бізнесу і права,  
Херсонський державний університет

## THE INSTITUTE OF UNKNOWN ABSENCE: COMPARATIVE LEGAL ANALYSIS

The problems that exist in the institution of recognizing an individual as missing are in need of their legal regulation and improvement. The issue of the institute of unknown absence (announcement of the person to be dead) is always relevant because of many factors, connected with wars, armed conflicts, natural disasters, which can lead to the unknown absence of a citizen.

Let's consider this question, according to the legislation of Ukraine. According to the Civil Code of Ukraine (Part 1 of Article 43), an individual is declared missing by a court if there is no information about him at his place of permanent residence for one year, and all the results to determine the location of the individual were unsuccessful [1]. Often, it is impossible to establish when exactly there was information about a person in his place of residence. In this case, the person is declared missing from the first day of the month following the month in which the latest information about him was received. If there is no such information

and it is impossible to establish the month, then the countdown begins on January 1 of the following year (Part 2 of Article 43) [1]. The legal status of persons is regulated by the Law of Ukraine "On the Legal Status of Missing Persons".

The German Civil Code explains to us that a person who is missing may be declared dead 10 years after such absence, but not earlier than 25 years of age, or 5 years after the absence, if before the court decision she would have turned 80 years old when she was declared dead. Soldiers and persons who were in the army during the war or other hostilities and went missing may be declared dead one year after the signing of the peace treaty or the actual cessation of hostilities; or less than 1 year later, if there are additional circumstances in which death was likely to occur. In case of disappearance of persons as a result of accidents, shorter terms are established: in case of death of the sea vessel - 6 months, in plane crashes - 3 months; for other accidents - 1 year [2].

In the French legislation the institution of establishing an unknown absence provides for two stages. Although such an institution did not exist before, it began to operate after the reform in the 70s of the twentieth century. The first stage is the decision on judicial certification of the presumption of absence. The second stage is the very fact of establishing an unknown absence. If the persons concerned did not apply to the court to certify the presumption of absence (ignored the first stage), the decision to declare absence may be made not earlier than 20 years from the date of receipt of the latest information from the person or any information about him [3]. It is here that we can see some similarities with Ukrainian law.

We will also take into account the law of the United States and England. The question of the institution of unknown absence and death is enshrined in procedural law. In the case of a right to property or certain obligations, the court assumes that if the missing person has not been informed for 7 years, he or she may be presumed dead. There are cases when the circumstances of the person should not provide information about his whereabouts, then this presumption does not apply [4].

Based on our theses, it can be noted that each country has its own laws and rules on the issue of the institution of unknown absence of a citizen. Each legislation



establishes its own terms and grounds for a person to be considered dead and missing.

A comparative analysis of different laws encourages to study not only the theoretical norms, but also the circumstances of the disappearance of an individual, his personality, mental and physiological health.

It is also necessary to take into account such features as the legal capacity of the individual, his or her nationality, the environment and place of the former location, the age of the missing person, the presence of debt obligations, etc.

It is necessary to study very carefully the identities of missing individuals who have the status of combatants, employed in police or law enforcement agencies and who could be on the battlefield at the time of disappearance.

Appropriate legal regulation in the field of recognition of a missing person will facilitate the activities and strengthening of international cooperation of diplomatic and consular missions, police bodies with other state and law enforcement agencies in the search for such persons and procedural aspects.

## References

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV// Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40-44. [Електронний ресурс] // Офіц. сайт Верховної Ради України. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/435-15> #Text

2. Шимон С. І. Інститут безвісної відсутності (оголошення померлим) громадянина в праві зарубіжних країн // Цивільне та торгове право зарубіжних країн: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2004. 220 с. [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://buklib.net/books/23487>.

3. Цивільний кодекс Франції (кодекс Наполеона) / пер. із фр. В. Захватаєв; додатки 1-4; відп. ред. А.Довгерт. К.: Істина, 2006. 1007 с.

4. Ануфрієва Л.П. Міжнародне приватне право: У 3-х т. Том 2. Особлива частина. 2002. 656 с.

**Gintaras Jasaitis**  
Prosecutor at Department for Investigation  
of Organized Crime and Corruption  
Prosecutor General's Office of the Republic of Lithuania

## **PROSECUTOR GENERAL'S OFFICE OF THE REPUBLIC OF LITHUANIA**

Historical Developments:

PROSECUTOR'S OFFICE UNDER THE COURT OF APPEALS OF THE  
REPUBLIC OF LITHUANIA 1934-1940 - Prosecutor's Office functioned as an  
integral part of the Court;

SOVIET PROSECUTOR'S OFFICE OF THE LSSR 1945-1990 -  
Centralized prosecution system intended for strengthening of the Soviet system;

LAW ON PROSECUTOR'S OFFICE OF THE REPUBLIC OF  
LITHUANIA 1990-1994 - Prosecutor's Office became an independent law-  
enforcement body;

LAW ON PROSECUTOR'S OFFICE OF THE REPUBLIC OF  
LITHUANIA 1994-2003 - Prosecutor's Office – part of judicial power. Acts under  
the courts, assists in administration of justice and seeks to ensure legitimacy;

LAW ON PROSECUTOR'S OFFICE OF THE REPUBLIC OF  
LITHUANIA SINCE 2003-05-01 - Prosecutor's Office is now a national institution  
and assists in ensuring legitimacy and helps courts to administer justice; Constitution  
of the Republic of Lithuania (Adopted by the citizens of the Republic of Lithuania  
during the referendum of 25 Oct. 1992);

Chapter IX 'The Court' - Article 118:

1. Prosecutors shall organise and direct pre-trial investigation as well as  
prosecute criminal cases on behalf of the State.

2. Prosecutors shall, in cases prescribed by law, defend rights and lawful  
interests of an individual, society and the State.

3. When discharging their functions, prosecutors shall be independent and shall observe only the law.

4. The Prosecutor's Office of the Republic of Lithuania shall comprise the Office of the Prosecutor General and territorial prosecutor's offices.

5. Prosecutor General shall be appointed and dismissed from office by the President of the Republic with the consent of the Seimas.

6. The procedure for the appointment and dismissal from office of prosecutors as well as their status shall be established by the law.

Mission of the Prosecutor's Office as provided by the Constitution is to organize and control pre-trial investigation, conduct public prosecution in criminal cases on behalf of the State, protect public interest, ensure legitimacy and assist courts in administration of justice. Vision of the Prosecutor's Office is to strive to become an independent and leading law enforcement authority which would ensure an effective criminal prosecution, be trusted by the public, and duly protect people, society and the State.

#### Major Functions of the Prosecutor's Office:

1. Organises and directs pre-trial investigation
2. Controls the activities of pre-trial investigation officers in criminal proceedings
3. Paprosecutes on behalf of the State
4. Supervises the submission of the judgements for enforcement and the enforcement thereof
5. Co-ordinates the actions of the pre-trial investigation bodies
6. Conducts pre-trial investigation or individual actions of pre-trial investigation
7. Protects the public interest
8. Examines petitions, applications and complaints submitted by individuals

9. Takes part in the drawing up and implementation of national and international crime prevention programmes

10. Takes part in the legislative process.

Major Documents for the Activities of the Prosecutor's Office: EU acquis communautaire; Criminal Code; Code of Criminal Procedure; Code of Enforcement of Sentences; Civil Code; Code of Civil Procedure; Code of Administrative Law; Violations; Labour Code; Law on Administrative Proceedings, other legal acts and codes

Competence Regulations of the Prosecutor's Office and the Prosecutors of the Republic of Lithuania outline competence powers and limits of the Prosecutor General's Office, territorial (regional and district) offices and prosecutors while performing the functions of the Prosecution Service of the Republic of Lithuania.

When discharging the functions prescribed for the Prosecution Service, prosecutors shall act according to the Constitution of the Republic of Lithuania, legal codes, Law on the Prosecutor's Office, recommendations on criminal proceedings approved by the Prosecutor General, these Regulations and other legal acts.

Prosecutor is a public servant. His status is defined by the law. When discharging his official functions, the prosecutor shall be independent and obey only the laws of the Republic of Lithuania. The prosecutor shall make his decisions independently and individually with regard to the law and principles of reasonableness, respect for human rights and freedoms, presumption of innocence as well as the principle of equality of persons before the law, state institutions and officers irrespective of their social and family status, duties, occupation, convictions, views, origin, race, gender, ethnic origin, language, religious beliefs and education.

Control over Activities and Decisions of a Prosecutor.

1. An appeal against the actions and decisions of a prosecutor shall be made to a superior prosecutor or before the Court.

2. Procedural activities of prosecutors shall be controlled by a superior prosecutor and the courts.

3. Violations of procedural laws committed by a prosecutor shall be determined by a superior prosecutor and/or the Court. They shall also cancel illegitimate decisions.

4. By passing a reasoned decision a superior prosecutor may revoke a procedural decision made by a prosecutor.

5. Status of and procedural activities of a superior prosecutor shall be regulated by procedural laws, Law on Prosecutor's Office and Competence Regulations of Prosecutors and Prosecutor's Office.

Parties to proceedings who disagree with a procedural decision made by a superior prosecutor may appeal against such decision to the Court in accordance with the procedure defined by law.

By way of passing a reasoned decision a superior prosecutor may revoke a procedural decision made by a prosecutor.

A superior prosecutor shall not instruct a prosecutor on what procedural decision he should make.

A prosecutor shall be entitled to demand that the superior prosecutor gave his instructions regarding procedural decisions which are not formalized by decisions in writing.

Pre-trial investigation institutions: Police; State Border Guard Department; Customs Department; Special Investigations Service; Military Police; Financial Crime Investigation Service; Fire and Rescue Department; Department of Prisons; Captain of a vessel.



## Pic. 1 Territorial structure of the Prosecutor's Office

### Prosecutor General's Office

1. Vilnius regional prosecutor office. Vilnius district prosecutor's office (Šalčininkai, Širvintos, Švenčionys, Trakai, Ukmergė, Vilnius).

2. Kaunas regional prosecutor office. Kaunas district prosecutor's office (Jonava, Kaišiadorys, Kaunas, Kėdainiai). Alytus district prosecutor's office (Alytus, Druskininkai, Lazdijai, Prienai, Varėna). Marijampolė district prosecutor's office (Jurbarkas, Marijampolė, Šakiai, Vilkaviškis).

3. Klaipėda regional prosecutor office. Klaipėda district prosecutor's office (Gargždai, Klaipėda, Kretinga, Palanga, Plungė, Skuodas). Tauragė district prosecutor's office (Šilalė, Šilutė, Tauragė)

4. Šiauliai regional prosecutor office. Šiauliai district prosecutor's office (Joniškis, Kelmė, Pakruojis, Radviliškis, Raseiniai, Šiauliai). Telšiai district prosecutor's office (Akmenė, Mažeikiai, Telšiai).

5. Panevėžys Vilniaus regional prosecutor office. Panevėžys district prosecutor's office (Biržai, Kupiškis, Panevėžys, Pasvalys, Ukmergė, Rokiškis). Utena district prosecutor's office (Anykščiai, Ignalina, Molėtai, Utena, Visaginas, Zarasuosai)

Guidelines for Training and Qualification Enhancement of Prosecutors and Personnel of the Prosecutor's Office:

Strive for achieving high-quality qualification of prosecutors and personnel of Prosecutor's Office.

Prosecutors are obliged to engage in in-service training pursuant to the training and qualification enhancement programs developed by the Prosecutor General's Office.

Prosecutor's Office shall provide conditions for prosecutors to independently engage in in-service training.

The expenditure statement of the Prosecutor's Office shall provide for funds meant for trainings, internships and in-service training of the prosecutors. These funds should constitute at least 3 % of assignments allocated for prosecutors' wages

and from 1 to 5 % of assignments allocated for wages of the personnel of the prosecutor's office.

**Гуліч Ю.**

здобувачка вищої освіти,  
Херсонський державний університет

**Мальченко О.**

здобувачка вищої освіти,  
Херсонський державний університет

## **УГОДА ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС.**

### **НЕДОЛІКИ ТА ПЕРЕВАГИ**

Угода про асоціацію між ЄС та Україною - це першочергово, свідомий вибір кожного українця, поштовхом якого стала Революція Гідності 2013-2014 років. Членство в ЄС стає перспективною метою для України, адже за всю історію України це найвагоміший та найважливіший документ який має вплив на всі сфери життя. Історичний відлік цього процесу бере початок з 1997 року, коли наша держава стає незалежною та посідає своє місце на міжнародній арені. Неможливо не зазначити що, там де маються переваги, там і маються недоліки.

Проблемами Європейської інтеграції переймаються вітчизняні дослідники зокрема: О.О. Гайдулін , С.Р. Станік, І.О.Кравчук, Я.Й. Малік, М.В. Павлюк та інші.

Березень 2007 рік, Україна планує замінити Угоду про співробітництво та партнерство на більш вагомий та масштабний міжнародний документ , який без перебільшення, зміг би регулювати майже всі сфери життя та діяльності держави. Потім поступово в два етапи підписується Угода:

а) під час Позачергового Саміту Україна – ЄС було підписано політичну частину Угоди та Заключний акт Саміту, які від імені України підписав Прем'єр-міністр А. Яценюк.

б) 27 червня 2014 р. під час засідання Ради ЄС Президентом України П.Порошенко та керівництвом Європейського Союзу і главами держав та урядів 28 держав – членів ЄС підписалась економічна частина Угоди[1].

Серед переваг варто відмітити наступні:

1) політичні: Створено спеціальну Єврокомісію яка слідкує за реформацією українського законодавства, реформування недієздатного національного судочинства, постійність політичної системи;

2) економічні: Забезпечення розвитку середнього та малого бізнесу, впровадження стандартів, покращення конкурентоспроможності, зниження мит, що в свою чергу надає «зелене» світло для бізнесу, контроль корупції, дешевші ціни;

3) екологічні: Впровадження європейських стандартів якості довкілля;

4) соціальні: Утворення середнього класу, реформування освіти, охорони здоров'я, соціального захисту тощо [3].

Нині близько третини нашої торгівлі – це торгівля з ЄС. Серед недоліків варто виділити те що, активуються кризові та непередбачені процеси в країні.

Також навпаки можна визначити такі недоліки вступу України до ЄС:

- політичні: Часткова втрата суверенітету, невизначеність стратегії розвитку ЄС, погіршення відносин з країнами СНД та іншими країнами;

- економічні: Втрата конкурентоспроможності певних галузей, складність переходу на європейський рівень цін;

- соціальні: Ускладнення візового режиму зі східними державами[4].

Проблема в тому що не всі готові до таких змін. Як зрозуміло без адаптації не обійтись, тому повинно відбутися реформування усіх сфер життя в країні. Гостра потреба виникає в реформуванні правової системи. Серед політичних загроз передбачається втягнення України до так званих «гібридних війн», погіршення політичного клімату з країнами СНД[2].

Якщо проаналізувати вищевикладене між перевагами та недоліками вступу України до Європейського Союзу, слід підкреслити, що входження до Європейського Союзу є послідовним наслідком поривання України до



цивілізованої правової держави та розвитку демократичного суспільства, що зумовлено сучасною дійсністю та побажанням об'єктивних суспільних, економічних, соціальних та в цілому законів розвитку. У теперішньому суспільстві більш за все отримують вигоду тільки ті держави, які поріднюють свої старання задля досягнення спільних та високих ознак росту.

В цілому приєднання України збігається з її національною вигодою маючи на увазі наведені нижче рекомендації, наприклад, впливу на політичну, економічну, соціальну та екологічну сфери держави, створення особистої лінії поведінки у межах, що не заперечує членству України в ЄС[5]. Інтеграція в Європейський Союз є можливістю для України цілковито перетворитися на незмінну та сталу країну, яка має беззаперечні. можливості на майбутнє. Якщо Україна хоче в Європу, то треба підрівняти українське законодавство, тобто його треба адаптувати до європейських стандартів , а це справа не одного року.

### Список використаних джерел

- 1.Європейська інтеграція. Угода про асоціацію. URL:<https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/yevropejska-integraciya/ugoda-pro-asociacyu> ( дата звернення 12.11.2021).
2. Федоришина О.О. Електронний журнал «Ефективна економіка» ПРОБЛЕМИ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.
3. Матейка Р. Політико-економічні переваги, які отримала україна після підписання угоди про асоціацію з ЄС URL:<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/34811/1/145.pdf> ( дата звернення 13.11.2021).
4. Представництво України при ЄС. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua> ( дата звернення 13.11.2021).
5. Осадча Н.В. Характеристика процесу інтеграції України до Європейського Союзу (ЄС) // Економічний Вісник Донбасу. – 2011. - №3 (25). – с.71-81.

**Дурман М.**  
д.держ.упр., доцент, професор кафедри державного управління і  
місцевого самоврядування Херсонського національного технічного  
університету

**Жмак А.**  
студент спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування»  
Херсонського національного технічного університету

## **МЕТОДИ ПЕРЕКОНАННЯ І ПРИМУСУ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ЗМЕНШЕННЯ КОРУПЦІЙНИХ РИЗИКІВ В УКРАЇНІ**

В державному управлінні різні методи можуть використовуватися для досягнення ефективних результатів. Ми хочемо звернути увагу на такі два методи, які часто використовуються паралельно та мають відношення до формування та реалізацію прав і обов'язків у суб'єкт-об'єктних відношеннях, а саме – методи переконання і примусу. Їх застосування забезпечує найбільшу ефективність управлінської та підприємницької діяльності [1].

*Метод переконання* є основою управлінської діяльності, оскільки ухвалення рішень, розроблення проєктів управлінських чи нормативно-правових актів (НПА), формування відповідних їм планів заходів, а, головне, роз'яснення мети таких дій, мають велике значення для взаємовідносин всередині трикутника «влада – бізнес – громадянське суспільство». Незастосування цього методу може призвести до порушень управлінської вертикалі (операційний рівень – тактичний рівень – стратегічний рівень), виникненню конфліктів у взаємовідносинах як усередині управлінської структури, так і з зовнішнім середовищем.

Переконання може носити як позитивний характер (роз'яснення, обговорення, заохочення), так і негативний (показ прикладів правопорушень та відповідних покарань за такі діяння). Проте і те, й інше переконання слугує зміцненню виконавчої дисципліни та досягненню поставлених результатів [2].

*Метод примусу* використовується суб'єктами управління у випадках неможливості виконання об'єктами управління вимог норм, встановлених у законах, НПА (у тому числі й регуляторного характеру), управлінських документах (організаційного чи розпорядчого характеру). Метод примусу, як і метод переконання є складовими соціальних методів управління [3]. Ефективність і законність використання примусу забезпечує встановлення певних прав і повноважень органів державної влади (державних службовців) чи органів місцевого самоврядування (їх посадових осіб) у взаємовідносинах з суб'єктами підприємницької діяльності – юридичними особами (їх керівниками чи посадовими особами), підприємцями – фізичними особами або громадянами, діяльність яких регулюється відповідними нормами. Якщо ж розглядати внутрішні взаємовідносини, то тут необхідна чітка регламентація поведінки як керівників, та і підлеглих, з орієнтацією на дисципліну і результат.

На сьогодні у вітчизняній нормативно-правовій базі присутні декілька нормативно-правових актів, що регулюють застосування тих чи інших методів соціального управління, тобто реалізують методи переконання і примусу (наприклад, встановлюють відповідальність за певні види порушень у сфері публічного управління). Так, у преамбулі до Закону України «Про запобігання корупції» вказано, що він «визначає правові та організаційні засади функціонування системи запобігання корупції в Україні, зміст та порядок застосування превентивних антикорупційних механізмів, правила щодо усунення наслідків корупційних правопорушень» [4]. Тобто, в ньому описуються як методи переконання (превентивність), так і методи примусу (відповідальність) щодо недопущення корупційних діянь.

На рис. 1 подано рівень корупційних ризиків з точки зору підприємців. За визначенням Всесвітнього Банку, дані якого ми взяли для аналізу, «неофіційні виплати державним службовцям – це очікуваний відсоток підприємств та підприємців, які здійснюють неофіційні виплати державним

службовцям, щоб добитися потрібного рішення відносно мита, податків, ліцензій, регулювання, послуг тощо» [5].

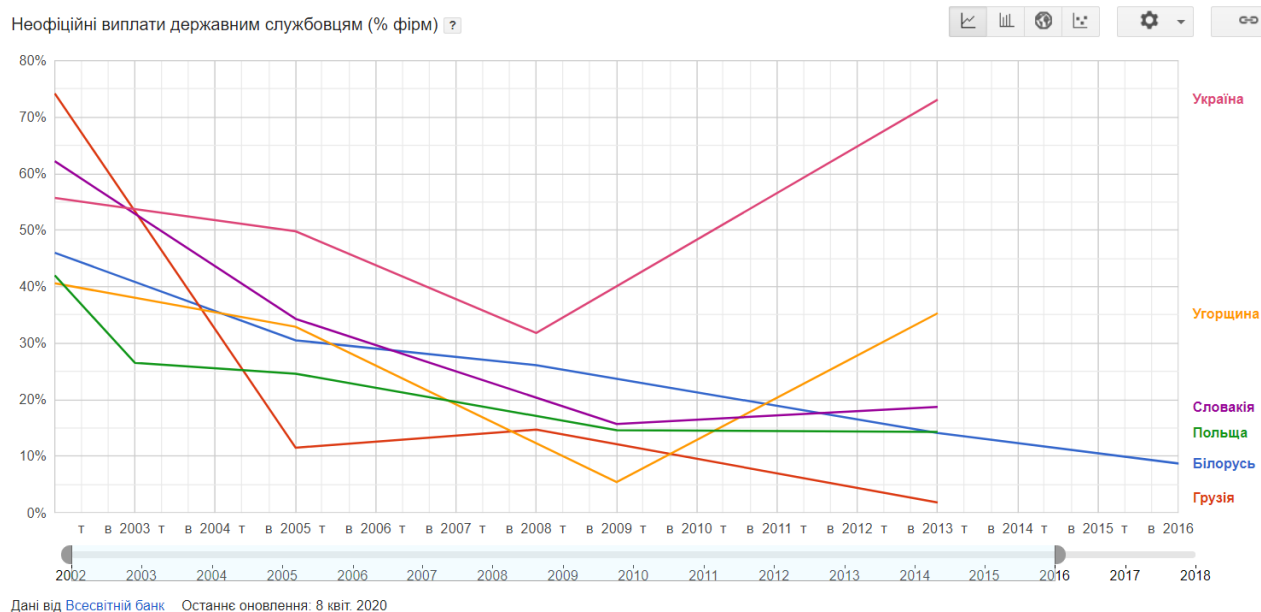


Рис. 1. Динаміка зміни корупційних ризиків [там же].

З діаграми випливає, що 2014 року майже  $\frac{3}{4}$  всіх українських підприємств могли мати намір провести неофіційні виплати посадовцям органів публічної влади для ухвалення тими рішень, що принесли б користь цим підприємствам (у Грузії таких підприємств всього 2%). Тому досягнення такого рівня цього показника, як у Грузії, – це той орієнтир, до якого ми повинні прямувати.

### Список використаних джерел

1. Колпаков В. К. Адміністративне право України. Підручник. К.: Юрінком Інтер. 1999. 736 с.
2. Логунова М. Соціально-психологічні чинники культури державного управління. Вісник УАДУ. 2000. № 3. С. 301.
3. Дурман М. О. Становлення окремих механізмів формування державної регуляторної політики. Держава та регіони: наук.-вироб. журнал. Серія: Державне управління. №1. 2016. Вид-во Класичний приватний університет. Запоріжжя. С. 78-85.

4. Про запобігання корупції: Закон України 14 жовтня 2014 року № 1700-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18>

5. Динаміка зміни корупційних ризиків. Всесвітній Банк. За даними сайту Google Public Data. URL: <https://bit.ly/3koxTdM>

**Дурман О.**

к.держ.упр., доцент кафедри державного управління і місцевого самоврядування Херсонського національного технічного університету

**Цилюрник Є.**

здобувач спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» Херсонського національного технічного університету

## **ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Цілеспрямований, системний та своєчасний вплив влади різних рівнів на туристичну галузь (включаючи вплив на підприємства, що здійснюють діяльність у цій галузі) нині стає невід'ємним фактором створення сприятливих умов для зростання економіки країни в цілому. Важливу роль у процесі розвитку економічної сфери відіграє набір механізмів та інструментів регулювання, які застосовуються для підвищення ефективності діяльності підприємств туристичної галузі – суб'єктів туристичного ринку.

Саме вибір механізмів (інструментів, методів, засобів) регулювання та шляхів їх застосування до суб'єктів туристичного ринку – складний і трудомісткий процес, причому на кожному рівні регулювання – макроекономічному, мезоекономічному та мікроекономічному – він має свої особливості [1].

Нас сьогодні цікавить підвищення ефективності діяльності суб'єктів туристичного ринку на мікроекономічному рівні, який включає в себе окремі підприємства та їх об'єднання (асоціації, об'єднання та інші інституції), за допомогою соціальних інструментів.

Вивчення міжнародного досвіду цих процесів визначає досить багато прикладів механізмів, інструментів, методів та форм партнерства між структурами публічного управління (органами місцевої виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями та підприємницькими структурами) щодо розвитку туристичної галузі, що можуть здійснюватися у таких напрямках [2]:

- органи місцевої виконавчої влади і органи місцевого самоврядування повинні створювати нормативно-правове та регуляторне середовище у сфері туризму, представляти і захищати інтереси усіх учасників і соціальних груп, ініціювати розробку, впровадження і виконання довгострокових програм підтримки розвитку туризму на території регіону чи територіальної громади;

- суб'єкти туристичного ринку, підприємницькі структури та громадські організації, що прямо або опосередковано пов'язані з туризмом, повинні забезпечувати матеріальні, фінансові і людські ресурси, гарантувати цільове й ефективне засвоєння інвестицій, створювати належні соціально-економічні умови для роботи працівникам та інтересантам, розробляти туристичні продукти, які повинні бути привабливими для туристів і майбутніх інвесторів;

- громадські організації (асоціації, об'єднання та інші інституції) у сфері культури, екології і захисту суспільних інтересів повинні гарантувати сталий розвиток туристичної галузі і соціальний ефект від туристичних проектів, при цьому протистояти знищенню природних ресурсів і створювати умови для розвитку і затвердження громадянського суспільства, захисту інтересів соціальних груп тощо.

Як бачимо, більшість з цих напрямків передбачають використання соціальних інструментів підвищення ефективності діяльності підприємств туристичної галузі.

Пропонується додатково застосовувати такі соціальні інструменти непрямого регулювання, як формування на міждержавному та національному

ринках іміджу України як держави, сприятливої для рекреації і туризму. Рекреаційних та природніх ресурсів у нас достатньо, у тому числі й на території Херсонської області – Рожеве озеро, заповідних Асканія-Нова, Олешківські піски, Чорне і Азовське моря тощо.

Влада ще 2015 року розробила промо-ролик, який рекламує принади України [3] і перші «ластівки» цієї реклами нарешті з'явилися – так, літо 2021 року було дуже сприятливим для відвідування України туристами з Аравійського півострова, яких принадили до нас не тільки туристичні послуги, але й кліматичні умови для відпочинку. За даними громадської спілки Visit Ukraine, з червня до середини липня в Україну прилетіли 10 тис. туристів лише із Саудівської Аравії, завдяки чому туристична галузь з червня заробила 25 млн дол. [4].

Наступним соціальним інструментом підтримки розвитку туристичної галузі повинно стати підвищення соціального сприйняття туризму інтересантами разом із акцентом на додану вартість такого підходу, наприклад, активний маркетинг послуг з великою часткою доданої вартості чи створення агротуристичних кластерів на території декількох громад, до складу яких будуть залучатися підприємства, що ведуть діяльність на їх територіях. Використання запропонованих соціальних інструментів дозволить підвищити доходи підприємств туристичної галузі, буде сприяти створенню нових робочих місць та зростанню рівня життя мешканців громад, зменшить соціальну напруженість.

### **Список використаних джерел**

1. Михайліченко Г.І. Інноваційні підходи до формування мультиплікаторів туризму. Економіка і прогнозування / науковий журнал. Ін-т екон. та прогнозів. НАН України. 2012. № 4. С.134-146.

2. Герасименко В., Михайлюк О., Галасюк С., Давиденко І. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За

заг. ред. В.Г. Герасименко, О.Л.Михайлюк. К.: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.

3.Мінекономрозвитку презентувало туристичний промо-ролик України: офіційний сайт ukrinform.ua. URL: <https://bit.ly/3wtuDCW>

4.Арабські туристи заповнили українські курорти: чим їх приваблює Україна та як це використати. Сайт Економічна правда. URL: <https://bit.ly/3wuQ3>

**Журавська А.**

здобувачка 2 курсу юридичного факультету  
ЧНУ імені Петра Могили

*Науковий керівник: д.ю.н., доцент, завідувач кафедри  
конституційного та адміністративного права і процесу  
ЧНУ імені Петра Могили Коваль А.А.*

## **ПРОБЛЕМА ГЕНДЕРНОЇ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ ДИСКРИМІНАЦІЇ РОМІВ В УКРАЇНІ**

Право на захист від дискримінації є одним із фундаментальних прав людини, яке визнане міжнародним правом та законодавством України. Так, положення розділу II Конституції України закріплюють неухильне дотримання принципу рівності в українському суспільстві [1]. У сучасній європейській системі захисту прав людини взірцевою є Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод, в якій у ст. 14 прямо заборонено дискримінацію [2]. За результатами вимірювання соціальної віддаленості за шкалою Богардуса, українці найменш толерантно ставляться саме до ромської національної меншини. Статистика Європейського суду з прав людини налічує тисячі позовів щодо порушення прав та свобод ромів в Україні. Яскравим прикладом є справа «Pastrama v. Ukraine», № 54476/14, у якій йдеться про звернення ромки Ріти Пастрами у 2014 році за спалення її місця проживання (намету) працівниками міліції у цивільному одязі напередодні



чемпіонату з футболу «Євро – 2012». Спалення житла було оцінене Європейським судом з прав людини як порушення права на повагу до свого приватного і сімейного життя. Суд призначив виплату компенсації Україною нематеріальної шкоди в розмірі 2700 євро [3]. На жаль, таких прикладів можна навести багато і ця тенденція не скорочується.

Варто відзначити, що навести точну кількість поселення ромської національності в Україні наразі важко, оскільки дані перепису населення є застарілими. Однак незалежні оцінки показують, що у всій країні може проживати від 200 000 до 400 000 ромів [4, с. 203]. Складність підрахунку також полягає у відсутності в більшості представників даної меншини ідентифікаційних документів. У 2014 році Бюро ОБСЄ з демократичних інститутів та прав людини визначило, що «відсутність ідентифікаційних документів (свідоцтв про народження та паспортів) є однією із ключових проблем, які постають перед ромами в Україні». Проблема відсутності документів найбільш гостро постає перед дорослими ромами та їх дітьми, які прибули до України до проголошення незалежності 1991 року, але не можуть довести, що вони є громадянами України через відсутність доказів постійного проживання в Україні до 24 серпня 1991 року. У контексті відсутності паспортів та свідоцтв про народження ромські жінки та дівчата є ще більш вразливою групою. Однією із причин цього є практика ранніх шлюбів та народження дітей без реєстрації факту народження в органах державної влади. Брак документів породжує ряд складностей: неможливість навчатися в державних освітніх закладах, працевлаштуватися, отримати безоплатну правову допомогу та багато інших.

Також слід акцентувати увагу на вкрай низькому рівні освіченості ромів. Згідно звіту Українського інституту соціальних досліджень, понад 50% з них не мають формальної освіти, причому 68% респондентів стверджують, що вони не можуть навіть читати та писати; лише 2% отримали вищу освіту, 6 % - середню або технічну освіту, 49% отримали початкову освіту, а 34% навіть ніколи не відвідували школу[5]. Як вже зазначалося, це все пов'язано з

відсутністю ідентифікаційних документів, а також незнанням державної мови, що унеможлиблює навчання в державних закладах освіти, і високим рівнем боулінгу ромів з боку школярів. Аналізуючи дані Комітету ООН з економічних, соціальних і культурних прав, ромські діти зазнають дискримінації щодо освіти, а також етнічних знущань, коли вони відвідують змішані школи. Брак сексуальної освіти – ще одна актуальна проблема для ромських жінок. Тому не дивно, що ранній шлюб у ромських громадах в Україні досить поширене явище, яке виступає ще одним відсторонюючим фактором у взаємовідносинах ромів та українців.

Як же діяти, щоб забезпечити ромську національну меншину в Україні, попередивши їхню гендерну та етнічну дискримінацію? По-перше, необхідно законодавчо закріпити перелік положень щодо підтримки ромів в Україні, імплементувавши досвід ЄС (План дій ЄС проти расизму на 2020-2025, Ромський стратегічний рамковий документ Європейського Союзу для рівності, інклюзії та участі на 2020–2030 роки ). Наразі перший крок уже зроблено: уряд України схвалив Стратегію сприяння реалізації прав і можливостей ромів до 2030 року, метою якої є включення цієї національної меншини до всіх сфер життя суспільства [6]. По-друге, слід активізувати соціальну роботу з дівчатами та жінками-ромами, що буде, у першу чергу, направлена на підвищення їх знань з питань планування сім'ї, репродуктивного здоров'я тощо. Особливу увагу також слід приділити просвітницькій роботі серед українського населення з боку органів місцевого самоврядування, громадських організацій, закладів освіти усіх рівнів. Також корисною може стати й волонтерська робота у цьому напрямку. На нашу думку, впровадження та реалізація активної антидискримінаційної політики в державі буде мати результатом підвищення свідомості та утвердження поваги до рівності у суспільстві України.

### **Список використаних джерел**

1. Конституція України. *Відомості Верховної Ради України* (ВВР). 1996. № 30. с. 141. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод з поправками, внесеними Протоколами № 11 та 14. Електронний ресурс. URL: <http://www.echr.coe.int/NR/rdonlyres/888FC791-E2C0-4096>
3. Pastrama v. Ukraine. Application No.54476/14. ECHR Judgment. 2021. 1 April.
4. Паніотто В. Динаміка ксенофобії та антисемітизму в Україні (1994-2007) / Володимир Паніотто. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2008. №1. С. 197-214.
5. Український Інститут Соціальних Досліджень Міжнародний фонд «Відродження», Аналіз реальних проблем та потреб в Україні, жовтень 2003. URL: <http://res.in.ua/zvit-analiz-realenih-problem-ta-potreb-romiv-v-ukrayini-kiyiv.html>
6. Розпорядження Кабінет Міністрів України «Про Стратегію сприяння реалізації прав і можливостей осіб, які належать до ромського населення до 2030 року» від 28.07 2021 року №886-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/pro-shvalennya-strategiyi-spriyannya-realizaciyi-prav-i-mozhливостей-osib-yaki-nalezhat-do-romskoyi-t280721>

**Задорожня О.**

старша викладачка кафедри національного міжнародного права та  
правоохоронної діяльності

**Задорожня Н.**

доцентка кафедри національного міжнародного права та правоохоронної  
діяльності

**Шперун Х.**

старша викладачка кафедри національного міжнародного права та  
правоохоронної діяльності

## **ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ КОНЦЕПЦІЙ КОНСТИТУЦІОНАЛІЗМУ**

Конституціоналізм-це фундаментальне поняття сучасного конституційного права, яке визначає такі цінності західної цивілізації: високий рівень захисту прав людини, свобода та демократія.

Розвиток феномену конституціоналізму пов'язаний з політико-правовими подіями у кінці XVIII- XIX ст. в США, Англії, Франції особливостями історії культури цих держав, а також інтересів політичних еліт. З урахуванням цих та сукупності інших чинників відбувався процес формування в конституційно-правовій теорії трьох основних концепцій конституціоналізму.

Сучасні американська, англійська та європейська моделі конституціоналізму ґрунтуються на першій, формальній концепції, яка визнає конституцію як Основний закон держави. Явище конституціоналізму пов'язується з виникненням та розвитком американської політико-правової думки, а саме поняття конституціоналізм використовується американськими державними діячами, які отримали назву «батьки конституції», для визначення верховенства писаної конституції в системі інших законодавчих актів [1, с.370]. Такі особливі ознаки конституції як верховенство та стабільність на вищому юридичному рівні формують головні засади організації державної влади. Вплив формальної концепції пояснює процес поширення писаної конституції в державах світу. Слід підкреслити, що можливість організації державного буття на основі писаної конституції пояснює, чому конституції почали прийнятися державами не тільки демократичними системами, а і з авторитарними політичними режимами. Такі держави за допомогою верховенства конституції почали використовувати умови для того, щоб забезпечити свою владу в суспільстві.

Друга, матеріальна концепція конституціоналізму зароджуються в Англії, сутність її визначається телеологічним підходом, а саме метою здійснення існування конституціоналізму при відсутності в Англії писаної конституції. Але традиція, правопорядок обмеження державної влади в Англії були закріплені в Великій Хартії вольностей та важливих законах. Наприклад,

Акт про престолонаслідування в регулював відносини між монархом і парламентом, Акт про парламент визначав строк повноважень парламенту. Таким чином можна відмітити, що в Англії конституціоналізм як сукупність засад і понять про право та державну владу існував «як функціональний еквівалент писаної Конституції США» [2, с.84-85]. Матеріальна концепція конституціоналізму розглядає його як засіб обмеженого правління на основі верховенства права та контрольних повноважень судів.

Інституційна, третя концепція конституціоналізму визначає політико-правову практику організації політичного буття держав континентальної Європи. На відмінну від Америки досвід середньовічного абсолютизму в цих державах потребував не гарантування свободи людини, а обмеження свавілля держави та її посадових осіб, а конституціоналізм характеризувався з точки зору стримування тиранії, свавілля уряду. Необхідність обмеження державного свавілля потребувала створення інституційної системи, яка б гарантувала механізм обмеження державної влади в умовах демократії. Джон Локк підкреслював: «там де закінчується закон, починається тиранія». [3, р.103]. Дослідники конституціоналізму Х. Барнетт та Дж. Олдер розглядають його як інструмент обмеження «влади правлячих». [4, с.78].

Представник сучасної німецької доктрини конституціоналізму Е. Кляйн наголошує на необхідності конституційних механізмів обмеженого правління коли одна влада врівноважує іншу. Він зазначає умови, які складають основу німецького конституціоналізму: 1) вільне формування волі більшості, що є єдиним критерієм її істинності, та можливість меншості створити політичну опозицію і мати потенційний шанс стати більшістю; 2) вимога щодо більшості поважати свободу людей та права меншості; це пояснюється тим, що ні держава загалом, ні парламентська більшість не можуть претендувати на необмежену владу; 3) необхідність передбачених Основоположним Законом інституційних гарантій для запобігання централізації та зловживання владою (поділ влади, федералізм, автономія муніципальних органів влади); 4) статус норм Основоположного Закону як найвищого права, що зв'язує навіть

діяльність законодавчого органу; 5) судовий конституційний Федерального конституційного суду, покликаний гарантувати верховенство конституції. [5, с.142].

Європейський конституціоналізм як інституційна система має спільні риси, які пов'язані зі спільними світоглядно-ціннісними установами, історичними та економічними передумовами, спільною боротьбою з антидемократичними викликами, використовує демократичні інститути. Це не передбачає уніфікації поглядів на розуміння сутності конституціоналізму в сучасній конституційно-правовій теорії.

### **Список використаних джерел**

- 1.Берман Г.Дж. Западная традиция права: эпоха формирования /пер. с англ.-2-е изд.-М.:Изд-во МГУ: Издательская группа Инфра-М, 1998. С.370
- 2.James R. Stoner Common Law and Liberal Theory: Coke, Hobbes, and the Origins of American Constitutionalism.- Lawrence: University Press of Kansas.- 1992.-P.84-85
- 3.John Locke. Second Treatise of Government.-Indianapolis: Hachett,1980., P.103
- 4.Конституция в XXI веке: сравнительно-правовое исследование: монография/отв.ред. В.Е. Чиркин. М: Норма: Инфра-М.2011. С.78.
- 5.Шевчук С.Основи конституційної юриспруденції.-Харків: Консум.2002. С.142

**Камуз П.**  
здобувачка вищої освіти,  
Херсонський державний університет

## **ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ЯК ВАЖІЛЬ ДЛЯ РЕФОРМУВАННЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ**

Проводячи реформи в українському законодавстві, судовій системі та правоохоронних органах, немало уваги приділяється питанням впровадження

в законодавство України та інші інституції передових ідей зарубіжних країн, в більшій частині які входять до Європейського Союзу. Прикладом цього являється участь представників Європейського Союзу на 23-му Саміті Україна – ЄС, який відбувся 12.10.2021 у м. Києві, де чітко підтримано судову реформу та прийняття змін до законів України: «Про Вищу раду правосуддя» [1] та «Про судоустрій і статус суддів» [2]. Ці нормативні акти мають велике значення для початку відновлення роботи Вищої кваліфікаційної комісії суддів України. Крім того вони відзначили успіхи Президента України в антикорупційній політиці, у напрямку деолігархізації, привітали ухвалення ЗУ «Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів)» [3] від 23.09.2021 та зауважили необхідність його повної імплементації.

Під час цієї зустрічі також було досягнуто домовленостей про початок діалогу щодо розробки відновлюваних джерел енергії, плану використання газових сховищ України. Зокрема, прийняття законопроекту «Про внесення змін до Закону України «Про альтернативні джерела енергії» щодо зміни коефіцієнту «зеленого» тарифу для електроенергії, виробленої з використанням альтернативних джерел енергії та створення конкурентних умов виробництва електричної енергії з альтернативних джерел енергії» [4] має посприяти наближенню законодавства України до стандартів законодавства Європейського Союзу, щодо надання допомоги у сфері енергетики.

Після підписання Угоди між Україною та ЄС про Спільний авіаційний простір було розглянуто ще одну тему переговорів у галузі інфраструктури, що стосується лібералізації автомобільних перевезень. Зокрема, Україні необхідне визначення позиції Європейської Комісії щодо правових механізмів захисту від обмежень судноплавства для суден України на річці Дунаї після 18 січня 2022 року [5].

Також Україна підтвердила свою відданість ратифікації Римського статуту Міжнародного кримінального суду, що передбачено статтями 8 і 24 Угоди про асоціацію України з ЄС.

Президент В. Зеленський у 2022 році планує підписати Угоду про оцінку відповідності, прийнятність продукції, яка виробляється у промисловому секторі на наступному саміті Україна-ЄС. Вона визначатиме еквівалентність систем технічного регулювання, оцінки відповідності стандартам Європи, що повинно допомогти виробникам-промисловцям отримувати для підтвердження якості своєї продукції необхідні сертифікати на території України. На початку червня ЄС презентував **попередній звіт і рекомендації** для України щодо «промислового безвізу», при цьому було визначено досягнутий прогрес та недоліки, які потрібно виправити. Експертами було надано оцінку рівня транспозиції кожного з 80 нормативних актів ЄС (їх імплементація буде необхідною умовою для укладання угоди з «промислового безвізу»). Нормативні акти було поділено на три групи: найчисельніша, яка складається з 67 документів, є належним чином транспонована. Друга група налічує 13 документів, робота над якими триває. Щодо третьої групи, що складається з 6 документів, що них було надано проекти відповідних нормативних актів ЄС. Експертами Європейського Союзу було надано дуже важливі рекомендації щодо транспозиції їх документів в українське законодавство, перекладу термінів, створення таблиць відповідності тощо. Також вони визначили питання, які необхідно врегулювати до підготовки угоди до укладання. В процесі свого аналізу експерти підсумували, що інфраструктура якості України базується на основі норм і принципів ЄС. Цей висновок дає надію для наступного етапу - узгодження плану дій укладання АСАА (оцінки роботи інституцій). Другий етап попередньої оцінки зосереджуватиметься на імплементації українського законодавства, яке буде піддано аналізу [6].

#### Список використаних джерел



1. Закон України «Про Вищу раду правосуддя» № 1798-VIII від 05.08.2021 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1798-19> (дата звернення 10.11.2021)

2. Закон України «Про судоустрій і статус суддів» 1402-VIII від 05.08.2021 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1402-19> (дата звернення 10.11.2021)

3. Закон України «Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів)» № 1780-IX від 23.09.2021 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1780-20> (дата звернення 10.11.2021)

4. Законопроект "Про внесення змін до Закону України "Про альтернативні джерела енергії" щодо зміни коефіцієнту "зеленого" тарифу для електроенергії, виробленої з використанням альтернативних джерел енергії та створення конкурентних умов виробництва електричної енергії з альтернативних джерел енергії" від 25.06.2018 N 8449-7 URL: <https://ips.ligazakon.net/document/GH6IP1GA> (дата звернення 10.11.2021)

5. Міністр інфраструктури України В. Кирилій. Україна прагне лібералізації автоперевезень в рамках оновлення Угоди про Асоціацію з ЄС. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/ukrayina-pragne-liberalizaciyi-avtoperevezen-v-ramkah-onovlennya-ugodi-pro-asociaciyu-z-yes-vladislav-kriklij> (дата звернення 10.11.2021)

6. Міністерство економіки України. "Промисловий безвіз". URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3247187-ukraina-stala-na-krok-blizce-do-promislovogo-bezvizu-minekonomiki.html> (дата звернення 10.11.2021)

**Kaparulin Y.**

PhD in History, Associate Professor, Department of National, International Law and Law Enforcement, Kherson State University;  
Research Fellow at New Europe College (Bucharest, Romania)

## **THE CRIME OF GENOCIDE: NORMATIVE ENSHRINING IN UKRAINIAN LAW**

For the past 30 years Ukraine has been in a state of overcoming the influence of the Soviet totalitarian past, during which massive gross human rights violations and crimes against humanity took place. In particular, over the past decades, attempts have been made at the legislative level to incorporate the norms of international law on the crime of genocide into national legislation.

Genocide, which received the status of "crime of crimes," was defined by international lawyer and graduate of the University of Lviv Raphael Lemkin (1900-1959) back in the mid-twentieth century [2, p. 230-231]. His work culminated in the adoption of the Convention on the Prevention and Punishment of the Crime of Genocide [3]. Thus, the crime that existed in the history of mankind de facto got its sanction at the highest international level de jure.

On September 1, 2001, the Criminal Code of Ukraine came into force, replacing the Criminal Code of the Ukrainian Soviet Socialist Republic of 1960. The new code included Article 442, which defines the crime of genocide and liability for it [4].

On October 8, 2004, in preparation for the International Day of Commemoration of the Roma Genocide, in particular the 60th anniversary of the tragedy on the territory of Ukraine, the Verkhovna Rada of Ukraine (VRU) adopted a resolution "On commemoration of the International Day of the Roma Holocaust" [9].

In 2006, the Law of Ukraine about the Holodomor of 1932-1933 in Ukraine was passed. Article 1. defines that the Holodomor of 1932-1933 in Ukraine is the genocide of the Ukrainian people [10].

Paragraph 2 of the Decree of the VRU of July 5, 2011 established "to commemorate Holocaust Memorial Day on January 27 every year" [8]. Thus, we see that the recognition of genocides formed a peculiar hierarchy of legislation - from special laws to individual clauses of resolutions of the VRU [Hon, p. 173].

In 2015, the Verkhovna Rada passed a resolution on the recognition of the genocide of the Crimean Tatar people [5]. It was a new step to rethink the national history of Ukraine, which was caused by the annexation of Crimea by the Russian Federation and the beginning of the military conflict in eastern Ukraine. This decision received solid support not only from officials in Ukraine and abroad, but also from many people who supported singer Jamala during her performance and victory at the Eurovision Song Contest in 2016 with the song "1944".

In 2017, at the session of the Verkhovna Rada of Ukraine a draft law was registered on amendments to some legislative acts of Ukraine (concerning criminal liability for denial of the Holodomor as a genocide of the Ukrainian people) [6]. The content of the bill led to a discussion about the admissibility of such sanctions and in 2019 the draft was withdrawn.

On June 3, 2021, at the first reading of the Verkhovna Rada of Ukraine, the Draft Law on Preventing and Combating Anti-Semitism in Ukraine was passed. Article 2 states that denial of the persecution and mass murder of Jews during World War II (the Holocaust) can be considered an expression of anti-Semitism [7].

Thus, Ukraine continues to develop a legal framework that seeks to condemn genocide in the national history of Ukraine and to prevent the recurrence of this crime in the future.

## References

1. Hon M. M. Holodomor, Holokost i Poraimos u politytsi pamiati Ukrainy / M. M. Hon // Panorama politolohichnykh studii. - 2014. - Vyp. 12. - S. 171-182. - Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pps\\_2014\\_12\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pps_2014_12_27)
2. Irvin-Erickson, Douglas. Raphael Lemkin and concept of genocide. Pennsylvania studies in human rights. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, [2017]. Series: Pennsylvania studies in human rights, 2017.
3. Konventsiiia pro zapobihannia zlochynu henotsydu ta pokarannia za noho // Verkhovna Rada Ukrainy. Ofitsiinyi vebportal parlamentu Ukrainy. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_155#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_155#Text)

4. Kryminalnyi kodeks Ukrainy (Stattia 442. Henotsyd) // Verkhovna Rada Ukrainy. Ofitsiinyi vebportal parlamentu Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>

5. Postanova Verkhovnoi Rady Ukrainy Pro vyznannia henotsydu krymskotatarskoho narodu. // Verkhovna Rada Ukrainy. Ofitsiinyi vebportal parlamentu Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/792-19#Text>

6. Proekt Zakonu pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy (shchodo kryminalnoi vidpovidalnosti za zaperechennia Holodomoru) // Verkhovna Rada Ukrainy. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?id=&pf3511=67462](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?id=&pf3511=67462)

7. Proekt Zakonu pro zapobihannia ta protydiu antysemityzmu v Ukraini // Verkhovna Rada Ukrainy. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=71165](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=71165)

8. Pro 70-richchia trahedii Babynoho Yaru // Verkhovna Rada Ukrainy. Ofitsiinyi vebportal parlamentu Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3560-VI#Text>

9. Pro vidznachennia Mizhnarodnogo dnia holokostu romiv // Verkhovna Rada Ukrainy. Ofitsiinyi vebportal parlamentu Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2085-IV#Text>

10. Zakon Ukrainy Pro Holodomor 1932-1933 rokiv v Ukraini. // Verkhovna Rada Ukrainy. Ofitsiinyi vebportal parlamentu Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/376-16#Text>

**Кісіляк Д.**  
здобувачка юридичного факультету  
Чорноморського національного університету  
імені Петра Могили, м. Миколаїв  
*Науковий керівник:*  
*д.ю.н., професор, академік НАНВО України,*  
*професор кафедри цивільного та кримінального права і процесу,*  
*Чорноморський національний університет*  
*імені Петра Могили, Озерський І.В.*

## ДО ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВ РЕАЛІЗАЦІЇ АНТИКОРУПЦІЙНОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ

З підписанням у 2014 році Угоди про асоціацію між Україною і Європейським Союзом й закріпленням у 2019 році в преамбулі Основного Закону європейського та євроатлантичного курсу України, наша держава, серед іншого, взяла на себе зобов'язання по боротьбі із корупцією. На думку, Єврокомісара з питань розширення Європейського Союзу і Європейської політики сусідства О. Варгеї антикорупційна реформа є однією з трьох (до двох інших належать судова і економічна) найважливіших для України реформ [1].

Протягом останніх років в Україні триває протидія корупції перш за все шляхом створення ефективних та незалежних антикорупційних органів й усунення передумов для виникнення цього негативного явища.

Аналізуючи чинне законодавство можна побачити, що в Україні видано понад сто нормативно-правових актів різної юридичної сили, які складають законодавчу базу запобігання та боротьби з корупцією. Проте ці акти приймалися без єдиної обґрунтованої концепції, різними органами, в різний час та з різною метою. І як показує практика, наявність такої кількості правових актів антикорупційного спрямування не свідчить про те, що в нашій державі було створено досконалу систему антикорупційного законодавства [2, с. 46].

Ні в кількісному, ні в якісному вигляді стан протидії корупції, особливо у вищих ешелонах влади, не покращився, незважаючи на те, що за останній час в Україні було створено ряд антикорупційних органів [3, с. 28]. Їх неефективну діяльність науковці, політологи, та експерти пов'язують з відсутністю повної незалежності від інших державних органів (зокрема від Офісу Генерального прокурора України), безсистемністю, необґрунтованістю та непродуманістю деяких положень антикорупційного законодавства, відсутністю зацікавленості керівництва держави до побудови стійкої та

ефективної системи протидії корупції, неготовністю реалізовувати антикорупційні реформи тощо [4].

Одним із підтверджень цього є відсутність в Україні чинної Антикорупційної стратегії. Перша Антикорупційна стратегія була прийнята парламентом 14.10.2014 року на період до 2017 року, на підставі якої Урядом була затверджена Державна програма на 2015 – 2017 роки, яка на сьогодні є останньою.

Наприкінці квітня 2018 року Кабінет Міністрів України схвалив проект Закону України «Про Антикорупційну стратегію на 2018 – 2020 роки», який у зв'язку із обранням нового складу Парламенту так і не був розглянутий. У вересні 2020 року Уряд схвалив новий проект Антикорупційної стратегії на 2020 – 2024 роки, і тільки у вересні цього року він був включений до порядку денного Верховної Ради до другого читання [5].

Ще однією вагомою причиною уповільнення антикорупційної реформи стала так звана конституційна криза, яку спричинило скандальне рішення Конституційного Суду України № 13-р/2020, яким суд скасував кримінальну відповідальність за недостовірну інформацію в деклараціях. В результаті цього фактично було знищено е-декларування (яке було одне з найбільш очікуваних досягнень в боротьбі з корупцією), заблоковано роботу НАЗК, скасовано значну частину результатів інших антикорупційних органів та Вищого антикорупційного суду. Доступ НАЗК до декларацій було відновлено, проте через рішення Конституційного суду 17 чиновників, щодо яких на той момент в ВАКС розглядалися кримінальні справи, що стосуються неправдивого декларування, не зможуть притягнути до відповідальності. Хоч дане рішення значно послабило антикорупційну систему, ця подія має стати мотивацією для подальших дій з посилення антикорупційних заходів у державі [6].

Підводячи підсумки, можемо сказати, що на перший погляд, в Україні розроблено достатню організаційно-правову базу для знищення корупції, проте антикорупційне законодавство не узгоджене між собою, що спричиняє

виникнення колізій та протиріч в його застосуванні. Тому найближчим часом Верховна Рада України має усунути суперечності в законодавстві та прийняти Антикорупційну стратегію, відсутність якої на сьогодні гальмує реалізацію антикорупційної реформи. А органам влади слід активніше вживати конкретні, практичні заходи, спроможні забезпечити подолання корупції, ефективно реалізуючи на практиці прописані антикорупційні норми.

### Список використаних джерел

1. Драчук С. ЄС: реформа судочинства – «мати всіх реформ» для України  
URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/jees-ukrajina-asociacija-reformy/31098839.html> (дата звернення: 15.11.2021).

2. Дралюк І.М. Антикорупційне законодавство України та європейські стандарти. *Реалізація державної антикорупційної політики в міжнародному вимірі*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 9 грудня 2016 року). Київ, 2016. С. 45-48.

3. Баганець О.В. Реальний стан протидії корупції в Україні. *Реалізація державної антикорупційної політики в міжнародному вимірі*: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 9–10 груд. 2020 р.). Київ, 2020. С. 28-31.

4. Телішевська С. Контроль ОП та суди: що стримує антикорупційну реформу в Україні. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/05/13/statija/polityka/kontrol-op-ta-sudy-strymuye-antukorupczijnu-reformu-ukrayini> (дата звернення: 15.11.2021).

5. Яременко О., Яременко С. Антикорупційний калейдоскоп: деякі питання антикорупційної стратегії. *Держслужбовець: електронний журнал*. 2020. Жовтень (№ 10). URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ds/2020/october/issue-10/> (дата звернення: 15.11.2021).

6. Дискусія «Конституційна криза: рік потому». URL: [https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch\\_permalink&v=832670284071822](https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=832670284071822) (дата звернення: 15.11.2021).

## **ПОЛІТИЧНА СИСТЕМА ЯК ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВИЙ КОНЦЕПТ: УКРАЇНСЬКА ТА ЗАРУБІЖНА ІНТЕРПРЕТАЦІЇ**

Концепт політичної системи є одним із центральних у сучасних суспільно-політичних науках. Неабиякого значення він набуває і в юридичній науці, зокрема, у теорії держави і права. Але попри значущість цього концепту мусимо визнати, що у визначенні змісту і сутності терміну «політична система» вітчизняними та зарубіжними вченими існує певна принципова різниця. Тож варто проаналізувати інтерпретації вказаного терміну українськими і зарубіжними дослідниками та встановити відмінності у його розумінні.

Термін «політична система» та відповідний концепт були сформульовані та розроблені у ХХ ст. західними політологами Д. Істоном, К. Дойчем, Г. Алмондом, Н. Луманом, У. Мітчелом, Г. Пауеллом, Д. Труменом та іншими. Наукові інтереси цих дослідників стосувалися різних аспектів політичної системи, а відтак в їхніх працях можна побачити різні варіанти дефініцій політичної системи. Однак у сучасній зарубіжній юридичній науці превалює погляд на політичну систему, як на сукупність офіційних легальних інституцій; узяті разом, ці інституції складають державу [1]. Тож політична система, згідно з такою позицією, отожднюється з державою. Політична система, якщо її розуміти як сукупність інституцій, разом із верховенством права та підзвітним урядом складають політичний порядок та визначають його сутність [2, с. 38].

Однак деякі англійські правознавці пропонують і більш широке розуміння поняття політичної системи, включаючи до нього і політичну поведінку. Суб'єктами такої поведінки виступають як держава, так і спільноти та окремі індивіди. Політична поведінка всіх суб'єктів має реалізовуватися



виключно у правовому полі, тобто відповідати існуючим у державі правовим приписам [1].

Українська політична і правова наука трактує політичну систему в іншому ключі. Так, офіційний портал Ліга Закон визначає цей концепт як «єдність політичних спільнот (народу, громад) і політичних організацій (ними є держава, політичні партії) соціально неоднорідного суспільства» [3]. В. Крутій пропонує вважати політичною системою «інтегровану сукупність політичної влади, політичних суб'єктів, політичних відносин, політичної організації і політичної культури суспільства, які забезпечують його стабільність, визначений порядок та мають певну соціально-політичну орієнтацію» [4, с. 6]. У навчальній літературі наводиться вужче розуміння політичної системи, ніж у літературі науковій. Наприклад, О. Скакун визначає політичну систему як «упорядковану на засадах права систему всіх політичних явищ, що функціонують і взаємодіють у суспільстві з метою завоювання, утримання або участі у політичній владі» [5, с. 62–63]. В. Кириченко під політичною системою розуміє «сукупність державних і недержавних політичних інститутів, які ... здійснюють політичне керівництво суспільством та управління суспільними справами» [6, с. 7].

Як можна переконатися, визначення досліджуваного концепту різняться між собою. Проте варто зауважити, що всі науковці – як зарубіжні, так і українські – сходяться в одному: держава (або її інституції) становить центральну частину, ядро політичної системи розвинених демократичних країн сучасного світу. Разом із тим, вчені констатують, що в умовах глобалізації можлива поява нових політичних і правових реалій, котрі піддають корекції традиційні уявлення про правову систему. Наприклад, А. Лясота наголошує на тому, що Європейський Союз є прикладом унікальної політичної системи, в якій відсутня держава як центральний елемент [7, с. 119]. На нашу думку, вживання дослідником терміну «політична система» щодо Європейського Союзу є цілком прийнятним, оскільки можна говорити про здійснення ним владних повноважень на відповідній території. Крім того,

наявність владних інституцій робить ЄС політичним утворенням, аналогічним державі; це дає підстави деяким науковцям називати його квазидержавою.

Отже, інтерпретація концепту політичної системи в зарубіжній та вітчизняній правовій науці має як спільні, так і відмінні риси. Спільним є включення держави (або її інституцій) в дане поняття, а також визначення її ролі як основної, центральної. Відмінності стосуються насамперед обсягу та структури концепту. Українська наука трактує його ширше, ніж це робить зарубіжна.

### Список використаних джерел

1. Heslop D.A. Political system. Britannica. URL: <https://www.britannica.com/topic/political-system>
2. Фукуяма Ф. Витоки політичного порядку. Від прадавніх часів до Французької революції. К.: Наш формат, 2019. 576 с.
3. Політична система. *Ліга Закон*. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/TS001473>
4. Крутій В. Трансформація політичної системи суспільства в умовах гібридної війни. Автореферат дисертації ... кандидата політичних наук (спеціальності 23.00.02 – політичні інститути та процеси). К., 2018. 22 с.
5. Скакун О. Теорія держави і права: Підручник. Х.: Консум, 2011. 656 с.
6. В. Кириченко. Політична система світу. Кредитно-модульний курс. Навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2013. 218 с.
7. Лясота А. Політична система Європейського Союзу: особливості та основні центри прийняття політичних рішень. *Вісник Дніпропетровського університету. Політологія*. 2015. № 1. С. 119–128.

**Лагодина Є.**  
здобувачка вищої освіти факультету бізнесу і права  
Херсонського державного університету

## ПОНЯТТЯ ТА ЗМІСТ ВИБОРЧОГО ПРОЦЕСУ УКРАЇНИ

Правовий інститут виборчого процесу потребує удосконалення та оптимізації виборчої системи з урахуванням досвіду розвинених країн. Існує потреба постійного контролю за демократизмом виборів, реалізацією відповідних прав та свобод громадян, що тісно пов'язане з підтримкою демократизму та легітимністю у державі в цілому.

Вибори є найпростішою формою прямого народовладдя та цивілізованою формою вибору влади [2]. Через вибори громадяни здійснюють належну їм державну владу. З одного боку, вибори можна вважати певним способом залучення громадян до виконання публічних функцій в державних та самоврядних установах за допомогою голосування. З іншого боку, за допомогою певної сукупності організаційно-правових норм виборцям гарантується участь у формуванні представницьких органів державної влади. Проте така участь в у всьому світі обмежується певними цензами, що склалися історично та знайшли своє відображення у сучасних правових системах. Найпоширенішим обмеженням у реалізації активного виборчого права є вік виборців.

Виборчий процес є різновидом юридичного процесу. Тому варто зазначити, що юридичний процес має ряд специфічних ознак, що є характерними для всіх правових форм діяльності державних органів. Юридичний процес як загальне поняття, складається зі стадій, як динамічної сукупності законодавчо закріплених способів, методів, форм, що містять в собі чітко визначені процедурно-процесуальні вимоги, закріплюють принцип здійснення конкретних та послідовних дій для досягнення кінцевого процесуально-правового результату [5]. Виборчий процес, у свою чергу, складається з чітких стадій, що передбачають конкретні дії суб'єктів виборчого процесу при формуванні органів влади або обранні посадових осіб. Для стадій виборчого процесу характерно: встановлений процесуальний строк, за який повинні бути здійснені всі передбачені законодавством етапи

виборчого процесу, а кінцевим етапом є оприлюднення результатів виборів. Також визначаються необов'язкові стадії виборчого процесу, такі як: повторне голосування або повторні вибори.

Виборче право – це сукупність правових норм, що регулює сферу суспільних відносин, пов'язаних з виборами органів державної влади та місцевого самоврядування [4]. Предметом виборчого права будуть виступати суспільні відносини, що безпосередньо пов'язані з виборчим процесом, тобто з підготовкою та проведенням виборів. Зміст зазначеної системи правових норм варто охарактеризувати через систему принципів, а саме:

1. вибори є вільними. Людина самостійно приймає рішення брати участь у виборах чи ні. Відмови участі у виборах дістала назву абсентеїзм.
2. загальність виборів передбачає можливість участі у виборчому процесі усіх громадян, що відповідають вимогам виборчого права своєї держави;
3. рівність виборчого права передбачає закріплене за одним виборцем одного голосу;
4. вибори є таємними, тобто встановлений такий порядок голосування, за якого виборець таємно заповнює бюлетень і особисто вкидає його до спеціальної скриньки тощо[3].

Історичний аспект розвитку виборчого права в Україні досліджували такі науковці як В.Д. Гончаренко, М.Л. Копиленко, В.С. Макаручук, А.Й. Рогожин, Ю.С. Шемшученко, О. Н. Ярмиш, О.М. Мироненко, П.П. Толочко та інші.

Найперша форма народовладдя в Україні, ще за часів Київської Русі, обмежувала право народу на вільне волевиявлення певним цензом — брати участь у загальних зборах мали право лише вільні повноправні громадяни. За часів польсько-литовського панування на українських землях, поширення Магдебурзького права з'являється досвід проведення виборів для обрання шляхтою представників до Вільного Сейму, а також проведення народних

сходів для обрання міських рад шляхом відкритого голосування. Під час існування Гетьманської держави обиралися гетьмани на загальних козацьких зборах, а перевагу у вирішенні державних питань мала козацька старшина. Після скасування кріпосного права почала формуватися система виборних органів та посад, з'являються нормативні акти центральних органів влади, що регулювали процедуру виборів, але цензи, квоти залишалися, обмежуючи волевиявлення деяких верств населення.

Такі принципи виборчого права як загальність, рівність, таємність голосування, пропорційне представництво було вперше запроваджено Законом Центральної Ради «Про вибори до Установчих Зборів Української Народної Республіки» у 1917 році. Активне виборче право надавалося усім громадянам Російської республіки від 20 років. Згодом було прийнято Конституцію УРСР у 1937, якою було закріплено загальні принципи виборчого права, а також встановлювався ценз мажоритарної виборчої системи абсолютної більшості. Із здобуттям незалежності Україною почався процес демократизації та вдосконалення виборчої системи, що отримав своє закріплення у Конституції України 1996 року. Даний етап на законодавчому рівні закріпив вільне волевиявлення громадян, гарантії виборчих прав громадян України, а також право громадян брати участь у референдумах, відкликанні депутатів місцевих рад [4].

Отже, виборчий процес в Україні мав довгий шлях історичного формування. На його постійні перетворення та зміни впливали суміжні держави, яким в різний час підпорядковувалися землі української держави. В сучасних реаліях виборче право розвивається, враховуючи досвід розвинених демократичних країн світу і в результаті набув форми демократичного права, відповідає завданням сучасного українського правового розвитку та удосконаленню правового статусу виборців у системі народовладдя.

#### **Список використаних джерел**

1. Історія державності України: Експериментальний підруч. / За заг. ред. Бандурки О.М., Ярмиша О.Н. – Х., 2004.

2.Копиленко О.Л., Копиленко М.Л. Держава і право України. 1917–1920: Навч. посіб. – К., 1997.

3.Конституція України. Науково-практичний коментар / Редкол.: В.Я. Тацій (гол. ред.), О.В. Петришин (відп. секретар), Ю.Г. Барабаш та ін. – 2-е вид., переробл. і допов. – Х., 2011.

4.Ключковський Ю. Б. Принципи виборчого права: законодавче застосування і реалізація / Ключковський Ю. Б. // Вибори і референдум в Україні: законодавче забезпечення, проблеми та шляхи вдосконалення : збірник матеріалів міжнародної наук.-практ. конф. Е К. : Нора-друк, 2003.

5.Оніщенко Н. М. Правова система: проблеми теорії : монографія / Наталя Миколаївна Оніщенко. – К. : Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2002. – 69 с.

**Маковій В.**

к.ю.н., доцент, завідувач кафедри цивільно-правових дисциплін,  
Одеський державний університет внутрішніх справ

## **ПРАВО НА СПРАВЕДЛИВИЙ СУД: ПОШИРЕНЕ ТЛУМАЧЕННЯ ПРЕДМЕТНОЇ ЮРИСДИКЦІЇ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ СУДОВОЇ ПРАКТИКИ)**

Право на справедливий суд серед прав та основоположних свобод людини, визначених Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод, є чи не найпріоритетнішим, оскільки фактично відтворюється статтею 6 даного міжнародного нормативно-правового акту та простежується прямо або опосередковано у нормативних приписах щодо інших прав людини. При цьому виникає питання щодо предметної юрисдикції справ, на які поширюються наведені норми.

Досліджуючи судову практику України на предмет імплементації практики Європейського суду з прав людини з питань забезпечення реалізації права на справедливий суд необхідно вказати таке.

Українські судові інстанції поширюють юрисдикцію Європейського суду з прав людини не тільки на суто цивільні спори, а також сферу встановлення обґрунтованості висунутого проти особи кримінального обвинувачення, але й широко використовують відповідні судові рішення даної міжнародної судової інституції у сфері публічних спорів. Прикладом цього можуть бути справи, пов'язані з захистом прав та свобод особи у відносинах з органами публічної влади. Так, наявна численна кількість рішень судів адміністративної юрисдикції, у яких реалізація права на справедливий суд розглядається у площині відповідних рішень Європейського суду з прав людини.

Серед них ухвала Одеського окружного адміністративного суду від 09 листопада 2016 року у справі № 815/5876/16 щодо розгляду клопотання про відвід головуючому судді в рамках адміністративного позову про до органів публічної влади з приводу оскарження здійснених реєстраційних процедур, де застосована позиція Європейського суду з прав людини з приводу прояву безсторонності та неупередженості суду у справі *Piersack v. Belgium* (1982), згідно з якою, незважаючи на той факт, що безсторонність зазвичай означає відсутність упередженості, її відсутність або, навпаки, наявність може бути перевірено різноманітними способами. Наведене дає можливість провести розмежування між суб'єктивним підходом, який відображає особисте переконання даного судді у конкретній справі, та об'єктивним підходом, який визначає, чи були достатні гарантії, щоб виключити будь-які сумніви з цього приводу. Звідки судом зроблено висновок, що при оцінці безсторонності суду слід розмежовувати суб'єктивний та об'єктивний аспект.

Рішення Донецького окружного адміністративного суду в межах розгляду справи № 200/9979/19-а від 29 листопада 2019 року щодо визнання протиправною діяльності суб'єкта публічної влади з оперує поняттям «майна», до якого відносить дозвільні документи (дозволи чи ліцензії), що має місце у рішенні Європейського суду з прав людини *Tre Traktor Aktiebolag v. Sweden* (1989). Наведена позиція безпосередньо забезпечує впровадження у

судову практику механізму справедливого вирішення справи по суті у розрізі реалізації принципу верховенства права, де спори потребують врахування не лише національного законодавства, але й Конвенції та практики Європейського суду з прав людини.

У справі № 728/968/17, яку розглядав Бахмацький районний суд Чернігівської області 19 липня 2017 року, щодо стягнення з суб'єкта публічної влади соціальної виплати у вигляді пенсії з посиланням на матеріали справи *Salesi v. Italy* (1993) витлумачено зміст цивільних прав та обов'язків згідно статті 6 Конвенції у ширшому розумінні, ніж то передбачено національним законодавством, як наслідок у розрізі реалізації права на справедливий суд витлумачено абсолютність похідного права на доступ до суду. Наведене дало можливість пов'язати зміст наведених гарантій, закріплених у статті 6 Конвенції, зі створенням державою правового механізму виконання остаточного та обов'язкового для всіх рішення суду.

З метою застосування загальних засад реалізації права на справедливий суд при вирішенні спорів в сфері державної служби Одеський окружний адміністративний суд при розгляді справи № 420/3574/19 7 листопада 2019 року щодо визнання незаконним наказу органу публічної влади стосовно звільнення державного службовця та поновлення його на державні службі застосував рішення Європейського суду з прав людини *Pellegrin v. France* (1999), в якому поширюється на вказані відносини зміст частини 1 статті 6 Конвенції.

З урахуванням викладеного українськими судами робиться висновок щодо розмежування предметної юрисдикції трудових спорів за участю суб'єкта публічної влади, на які не поширюються положення частини 1 статті 6 Конвенції, де визначальним критерієм є ознака сформульована Європейським судом з прав людини у справі *Vilho Eskelinen and others v. Finland* (2007): із сфери застосування частини 1 статті 6 вилучаються лише такі спори, що порушуються державними службовцями, чиї обов'язки є типовим прикладом специфічної діяльності, пов'язаної з державною службою, оскільки



останні діють як представники державної влади і відповідають за захист загальнодержавних інтересів та інтересів інших державних органів. Саме наведена ознака стала підставою до висновку П'ятого апеляційного адміністративного суду у справі 400/2892/19 2 червня 2020 року щодо не поширення наведених положень Конвенції на відносини за участю поліцейського до тих пір, поки він не втратить свій специфічний статус у зв'язку зі звільненням зі служби.

Отже, за предметною юрисдикцією право на справедливий суд також поширюється судовою практикою на справи адміністративного провадження, що створює поширене тлумачення поняття «прав та обов'язків цивільного характеру» у контексті змісту частини 1 статті 6 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод.

Викладені міркування стануть у нагоді дослідникам питань, пов'язаних із забезпеченням прав та свобод людини у світлі української судової практики та практики Європейського суду з прав людини.

**Медведська В.**  
аспірантка кафедри міжнародного права та порівняльного правознавства,  
Національний університет біоресурсів і природокористування України

## **СПІВВІДНОШЕННЯ НАСИЛЬСТВА В СІМ'Ї ТА ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА**

В 2001 році Україна стала першою пострадянською державою, яка проблему насильства в сім'ї визнала на найвищому рівні, у зв'язку з чим прийнято закон «Про попередження насильства в сім'ї», який встановлював правові й організаційні засади і органи та установи, на які покладається здійснення заходів з попередження насильства в сім'ї [1]. Згодом термін «насильство в сім'ї» поступово був замінений терміном «домашнє насильство», що вбачається із Закону України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» від 07 грудня 2017 року [2]. Якщо співставити

законодавчі дефініції «насильство в сім'ї» та «домашнє насильство», то слід зазначити, що в цілому вони є подібними.

Зарубіжними країнами також не вироблено єдиного підходу щодо назви насильницьких дій, що вчиняються в сім'ї. Законодавство Боснії та Герцеговини, Австрії, Польщі, Сполученому Королівстві Великої Британії та Північної Ірландії визначає зазначені дії як домашнє насильство, тоді як у Албанії, Грузії, Болгарії аналогічні дії іменуються як насильство в сім'ї.

В науковій спільноті теж ведеться дискусія щодо того, яке з понять «домашнє насильство» та «насильство в сім'ї» слід використовувати. Так, Т.Р. Гуменникова та А.С. Метіль не виділяють «домашнє насильство» і «насильство в сім'ї» в окремі категорії [3, с. 14].

Подібною за змістом є позиція А.Б. Благої, яка пропонує віддавати перевагу використанню терміна «насильство в сім'ї», оскільки він є більш широким і охоплює всі випадки в межах досліджуваного явища: вчиняється з боку лише теперішніх або колишніх членів однієї сім'ї, не враховуючи найманих працівників (нянь, хатніх робітниць тощо); застосовується не тільки в домашньому середовищі, а й у будь-якому іншому місці [4, с. 117].

У протиріччя вищевикладеному, В.О. Горбова наголошує на необхідності використання поняття «домашнє насильство» замість «насильство в сім'ї», пояснюючи це тим, що використання зазначеного терміна розширить коло осіб, які будуть підпадати під адміністративно-правовий захист у сфері протидії насильству в сім'ї [5, с. 26].

Розглядаючи питання про співвідношення термінів «домашнє насильство» та «насильство в сім'ї», О.М. Ткаленко пропонує розширити категорії осіб, які відносяться до членів сім'ї в розумінні законодавства, спрямованого на попередження насильства в сім'ї, не вдаючись до заміни терміну «насильство в сім'ї» на термін «домашнє насильство» [6, с. 39].

Ми погоджуємось з думкою О.М. Ткаленко, що потреба у заміні терміну «насильство в сім'ї» на термін «домашнє насильство» відсутня, та підтримуємо позицію А.Б. Благої, яка віддає перевагу використанню терміна

«наси́льство в сім'ї», який є більш ширшим порівняно з терміном «домашнє наси́льство». Слід зазначити, що основоположними ознаками домашнього насильства є особи кривдника та постраждалої особи, а не місце, де вчиняються потиправні дії. Це безпосередньо впливає із визначення «домашнього насильства», зазначеного у законодавстві та ст. 3 Закону України «Про запобігання та протидію домашньому насильству», яка містить перелік осіб, на яких поширюється дія даного законодавства. Зазначений перелік осіб можна узагальнити як особи, які пов'язані сімейними або родинними стосунками. При цьому, місце вчинення домашнього насильства не має значення для кваліфікації дій кривдника. Звісно, що найчастіше такі дії вчиняються у місці, де проживає постраждала особа, але не виключено застосування насильницьких дій до постраждалої особи у гостях, за місцем роботи, на вулиці, у місцях відпочинку, будь-якій адміністративній будівлі, тощо. При цьому, термін «домашнє насильство» асоціюється з тим, що насильство має вчинятись виключно вдома. І це не випадково, адже слово «домашній», який утворений від іменника «дім», означає «той, який виконується дома або стосується дому» [7, с. 361]. З огляду на це, вважаємо, що термін «домашнє насильство», яке на разі вживається у законодавстві слід замінити на «наси́льство в сім'ї».

### **Список використаних джерел**

1. Про попередження насильства в сім'ї: Закон України від 15 листопада 2001 р. № 2789-III. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2789-14> (дата звернення: 14.11.2021).

2. Про запобігання та протидію домашньому насильству: Закон України від 07 грудня 2017 р. № 2229-VIII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2229-19> (дата звернення: 14.11.2021).

3. Гуменникова Т.Р., Метіль А.С. Характеристика домашнього насильства: відповідальність і наслідки. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція. 2018. №35. Том 2. С. 12-14.

4. Блага А. Б. Насильство в сім'ї (кримінологічний аналіз і запобігання): монографія. Харків: ФО-П Макаренко, 2014. 360 с.

5. Горбова В.О. Адміністративно-правове регулювання протидії насильству в сім'ї: дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право». В. Горбова, 2015. 239 с.

6. Ткаленко О.М. «Адміністративно-правове забезпечення діяльності органів публічної адміністрації щодо попередження насильства в сім'ї відносно дітей»: дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право». О. Ткаленко, 2016. 237 с.

7. Словник української мови: в 11 томах. АН Української РСР, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні; редкол. І. К. Білодід (голова) [та ін.]. Київ : Наук. думка, 1970 – 1980. Том 2: Г-Ж / П. П. Доценко, Л. А. Юрчук. 1971. 550 с.

**Піскун Н.**

здобувачка 4 курсу факультету бізнесу та права  
Херсонського державного університету

## **ПРИМИРЕННЯ З ПОТЕРПІЛИМ У МЕХАНІЗМІ КРИМІНАЛЬНО – ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

Поширеним у напрямку врегулювання кримінально – правових відносин є використання каральних методів, якими не завжди досягається необхідний результат, а саме: виправлення правопорушника. Це зумовлює впровадження інших способів впорядкування кримінально – правових відносин. Так, поширення набуває інститут угоди про примирення, що є широко використовуваним у практиці інших країн, завдяки якому потерпіла сторона

може відновити права, порушені у зв'язку із вчиненням кримінального правопорушення щодо неї, а правопорушник має змогу виправитися.

У кримінальному законодавстві не визначено поняття «угоди про примирення», проте постановою Верховного Суду, яку беруть до уваги суди при вирішенні питання щодо затвердження або відмови у затвердженні зазначеної угоди, у справі № 756/11661/17 закріплено, що «угода про примирення є ключовим інструментом узгодження інтересів учасників кримінально – правового конфлікту та забезпечення їх балансу». Що пояснюється тим, що сторони кримінально – правового конфлікту досягають певного консенсусу в межах законодавства, враховуючи свій випадок, тим самим задовольняючи не лише особисті, а й публічні інтереси [1].

Поняття примирення досліджувалося значною кількістю науковців. Так, А.М. Яценко визначив, що «примирення є належним чином оформлена письмова угода, юридичний зміст якої в тому, що суб'єкт, який вчинив суспільно небезпечне діяння, відшкодував завдані ним збитки або усунув заподіяну шкоду, а потерпіла особа висловила своє задоволення вжитими щодо неї заходами і дала згоду на звільнення першого від кримінальної відповідальності або на настання іншого кримінально – правового наслідку» [2; с.6].

Серед характерних особливостей укладення угоди про примирення можна виділити:

1) ініціювання укладення угоди законодавством передбачено тільки потерпілим чи підозрюваним, обвинуваченим, що можливо після повідомлення особі про підозру та до виходу суду до нарадчої кімнати, щоб ухвалити вирок;

2) можливість укладення угоди у справах про домашнє насильство лише у випадку наявності ініціативи безпосередньо потерпілої сторони, її представника чи законного представника;

3) виділення в окреме провадження кримінальне провадження у разі, якщо угода укладається з одним або кількома потерпілими та одним або кількома підозрюваними, обвинуваченими;

4) укладення угоди про примирення з неповнолітніми особами з обов'язковою участю їх законних представників та захисників;

5) неможливість брати участь у перемовинах щодо укладення угоди прокурору, слідчому та судді;

6) перевірка судом наявності добровільності укладення угоди, усвідомлення потерпілим та підозрюваним, обвинуваченим наслідків затвердження цієї угоди, можливості виконання угоди підозрюваним, обвинуваченим.

Однією з важливих рис для укладення угоди про примирення в Україні є проведення перемовин щодо такої угоди не лише безпосередньо потерпілим та підозрюваним, обвинуваченим, а й за участю визначеною сторонами кримінально – правового конфлікту певної особи, метою якою є допомогти сторонам у досягненні консенсусу та визначити зміст зазначеної угоди. Тож, необхідним стає прийняття відповідного закону, яким на законодавчому рівні було б закріплено інститут медіації, встановлено вимоги до медіатора, а також віднесено медіатора до числа осіб, які не можуть бути допитані у якості свідка стосовно отриманої інформації під час проведення процедури медіації.

Щодо укладення угоди про примирення з неповнолітнім, то особливої уваги заслуговує Пілотний проект «Програма відновлення для неповнолітніх, які є підозрюваними у вчиненні кримінального правопорушення», яким за більше ніж рік після введення його в дію було звільнено від кримінальної відповідальності за допомогою затвердження угоди про примирення 60 осіб зі 137 учасників [3; 4].

Участь у такій Програмі можлива у наступних випадках: вчинення неповнолітньою особою вперше кримінального правопорушення (кримінального проступку або нетяжкого злочину) та визнання такою особою

факту його вчинення; наявність згоди сторін кримінально – правового конфлікту (неповнолітнього та потерпілого) в участі у зазначеній Програмі [3].

Отже, угоду про примирення можна визначити, як досягнення певного консенсусу між сторонами кримінально – правового конфлікту, в результаті якого правопорушник відновлює порушені права потерпілого через відшкодування тієї шкоди, яка була спричинена вчиненням ним кримінального правопорушення, та звільняється від кримінальної відповідальності. Серед визначальних рис зазначеної угоди є: суб'єкти ініціювання; можливість укладення угоди з кількома потерпілими або підозрюваними, обвинуваченими; перевірка судом добровільності укладення угоди, можливості виконання вимог угоди правопорушником.

### Список використаних джерел

1. Постанова Верховного Суду від 06.12.2018 № 756/11661/17 URL:<https://reyestr.court.gov.ua/Review/78496216>(дата звернення:08.11.2021).

2. Яценко А.М. Примирення з потерпілим у механізмі кримінально – правового регулювання : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.08. К., 2006. 20 с.

3. Порядок реалізації пілотного проекту «Програма відновлення для неповнолітніх, які є підозрюваними у вчиненні кримінального правопорушення»: Наказ Міністерства юстиції України, Генеральної прокуратури України від 21.01.2019 № 172/5/10 URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0087-19#n20>(дата звернення: 08.11.2021).

4. Програма відновного правосуддя для неповнолітніх запрацює по всій Україні. URL:[https://www.gp.gov.ua/ua/news?\\_m=publications&\\_t=rec&id=271210&fbclid=IwAR1qAYKyBIPqjRWqX1cSxBD9IqPj7zLGmmYGdHW6pYJrCP61hDF5aMnu2zo](https://www.gp.gov.ua/ua/news?_m=publications&_t=rec&id=271210&fbclid=IwAR1qAYKyBIPqjRWqX1cSxBD9IqPj7zLGmmYGdHW6pYJrCP61hDF5aMnu2zo)(дата звернення: 08.11.2021).

**Ракова Ю.**  
здобувачка 4 курсу факультету бізнесу та права  
Херсонського державного університету  
*науковий керівник: доктор юридичних наук, професор,  
Заслужений юрист України Стратонов В.М.*

## **ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА НЕЗАКОННУ ТОРГІВЛЮ ЛЮДЬМИ НА ПРИКЛАДІ ПОСТРАДЯНСЬКИХ КРАЇН**

Проблема незаконної торгівлі людьми є транснаціональним злочином 21 століття. Його часто називають «рабством нашого часу», оскільки людина розглядається не лише як об'єкт посягання, а її діяльність як предмет злочинного посягання. Жертвами торгівлі людьми є наші співвітчизники, які хочуть будь-якою ціною уникнути важких умов життя, тому часто відчайдушно погоджуються покинути свої домівки і наївно вірять у пусті обіцянки швидкого зростання доходів. Як наслідок, багато з них опиняються у скрутному становищі, стають жертвами невпинної фізичної та психологічної експлуатації, змушені виконувати важку, неоплачувану роботу понад свої можливості, їх б'ють, погрожують, принижують. Питання торгівлі людьми стало спільною турботою всього цивілізованого людства. Хоча все більше і більше країн об'єднують зусилля для боротьби з цим явищем, сучасне рабство залишається суворою реальністю сьогодення. Від двох з половиною до трьох мільйонів осіб – такі підрахунки постраждалих від незаконної торгівлі людьми у всьому світі, та це не точні підрахунки.

Стосовно проблеми торгівлі людьми як транснаціонального злочину, попередження здійснюється на багатьох рівнях, а саме: регіональному, національному та глобальному. У більшості країн це передбачено нормативно-правовими актами які регулюють діяльність установ та організацій, а на попередження виділяються певні ресурси діяльності в цій сфері (але їх завжди бракує).



Розглядаючи механізм торгівлі людьми, необхідно виділити поняття «транзитна країна». Це країна, куди через її територію перевозяться «живі істоти» до країни-отримувача. Країни з високим рівнем корупції та відносно «прозорими» кордонами в основному використовуються як транзитні країни. Сьогодні Україна є країною-донором і транзитером. Основними країнами-одержувачами українських «живого товару» є країни Західної Європи (Німеччина, Італія, Іспанія, Бельгія), а також Туреччина, Греція, Ізраїль, США, Об'єднані Арабські Емірати. Останнім часом потік громадян України, які відвідують Австралію різними шляхами, неухильно збільшується [1, с. 36].

У звіті Держдепартаменту США про торгівлю людьми у світі за 2019 рік Україна вказана як «країна походження, транзиту та продажу чоловіків, жінок і дітей, які залучаються до примусової праці та сексуальної експлуатації». В Україні зросла кількість випадків торгівлі людьми та рабства [2, с. 67].

З метою підвищення ефективності та результативності розслідування кримінальних справ та притягнення винних до відповідальності необхідно детально проаналізувати законодавство, зокрема положення Кримінального кодексу України (далі – КК).

Наразі єдиною нормою, яка карає за кримінальні правопорушення – торгівлю людьми – чи інші незаконні угоди, є стаття 149 Кримінального кодексу України.

Відповідальність у сфері незаконної торгівлі людьми вперше було затверджено в Законі України від 24.03.1998 року №210/98 ВР, відповідно з яким Кримінальний кодекс України доповнено статтею 124-1 «Торгівля людьми». За роки дії цієї норми її редакція змінювалася чотири рази, що само по собі створює труднощі під час її застосування на практиці.

Поточна українська система боротьби з торгівлею людьми, що складається з національного та міжнародного законодавства, потребує доповнення та уточнення, хоча вона загалом застосовна для створення ефективних механізмів протидії торгівлі людьми.

Відповідно до національного кримінального законодавства, цей злочин, згідно з ч. 1 ст. 149 КК України, являє собою «вербування, переміщення, переховування, передачу або одержання людини, вчинені з метою експлуатації, з використанням обману, шантажу чи вразливого стану особи» [3].

Кваліфікаційною ознакою даного правопорушення є торгівля неповнолітніми за участю кількох осіб, чи то повторна торгівля людьми, чи то групою осіб, чи посадовими особами, які займають службове становище, чи особами, які мають значні стосунки з потерпілим.. Під особливо кваліфікованими умовами розуміються дії, вчинені організованими групами щодо неповнолітніх, або поєднані з насильством, що загрожує життю чи здоров'ю потерпілого чи їхніх родичів, або загрожує таким насильством, або якщо ці дії спричинили тяжкі наслідки [3].

Розглянемо, на прикладі пострадянських країн, відповідальність у сфері незаконної торгівлі людьми.

Особливістю Кримінального кодексу Грузії у встановленні кримінальної відповідальності за торгівлю людьми (ст. 143-1) є те, що у Кримінальному кодексі Грузії «вивезення потерпілого за кордон» зазначено як особлива обмежена ознака злочину. Це і передбачає більш суворе покарання – позбавлення волі від 12 до 15 років (п. 3 ст. 143-1). Крім того, окремим пунктом передбачено торгівлю неповнолітніми (торгівля людьми). Стаття 143-2 Кримінального кодексу Грузії передбачає більш суворі покарання за такі дії. Наприклад, за наявності подібних спеціально визначених ознак «вивезення неповнолітніх за кордон» може каратися позбавленням волі на строк від 14 до 17 років [4].

Аналізуючи Кримінальний кодекс Киргизької Республіки, слід зазначити, що однією з визначальних ознак злочину «торгівля людьми» (ст. 171 ч. 2 п. 5) також є діяння, пов'язане з переміщенням людей. Незаконне затримання за кордоном, на відміну від вітчизняного законодавства, однією з найбільш кваліфікованих ознак (ст. 171, ч. 3, п. 1) є вжиття заходів щодо

вилучення органів або тканин для трансплантації. Закон також передбачає, що потерпілі можуть бути звільнені від кримінальної відповідальності, якщо вони сприяють правоохоронним органам у виявленні та притягненні до відповідальності організаторів, виконавців та інших співучасників процесу торгівлі людьми (ст. 171 ч. 4 Кримінального кодексу Киргизької Республіки) [5].

Можна зробити висновок, що відповідальність пострадянських країни є дещо жорсткішою ніж в Україні. Торгівля людьми є злочином із транскордонними ознаками, тобто процес вчинення злочину виходить за межі країни та має ознаки міжнародного злочину. Тому боротьба та запобігання таким злочинам виходить за межі країни і стає предметом міжнародного нагляду, особливо в рамках глобальних та регіональних міжнародних організацій. Україні терміново необхідно створити ефективний національний механізм управління імміграційним процесом, який допоможе вжити дієвих заходів для боротьби з нелегальною імміграцією та торгівлею людьми. Важливою частиною процесу є використання досвіду європейського державного управління, особливо у боротьбі з нелегальною імміграцією та торгівлею людьми.

### **Список використаних джерел**

1. Гуторова Н. О. Реалізація кримінальної відповідальності за торгівлю людьми або іншу незаконну угоду щодо людини (на підставі аналізу судової практики за 2014-2018 роки). *Протидія незаконній міграції та торгівлі людьми*: матеріали III Міжнар. наук.-практ. симпозіуму (м. Івано-Франківськ, 12-13 квіт. 2019 р.). Івано-Франківськ, 2019. С. 35-38

2. Йосифович Д.І., Братковський В.М. Причини торгівлі людьми В Україні. *Сучасні механізми протидії торгівлі людьми*: збірник тез Міжнародної науково-практичної конференції (4 грудня 2020 року). Львів : ЛьвДУВС, 2020. С. 67-70

3. Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 р. №2341-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. №25-26. Ст. 149

4. Кримінальний кодекс Грузії від 22.07.1999. №2287. URL: <https://matsne.gov.ge/ru/document/view/16426?publication=212> (дата звернення: 08.11.2021)

5. Кримінальний кодекс Киргизької Республіки від 02.02.2017. №19. URL: [https://www.legislationline.org/download/id/8264/file/Kyrgyzstan\\_CC\\_2016\\_am2019\\_ru.pdf](https://www.legislationline.org/download/id/8264/file/Kyrgyzstan_CC_2016_am2019_ru.pdf) (дата звернення: 08.11.2021)

**Репетюк І.**

здобувачка вищої освіти 2 курсу СВО «магістр»  
Херсонський державний університет

## **ПРОЦЕСУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ВСТАНОВЛЕННЯ ОСІБ, ЯКІ МАЮТЬ ПІДВИЩЕНИЙ ЗЛОЧИННИЙ ВПЛИВ**

В світі одне із пріоритетних місць серед злочинності займає організована злочинність, серед якої переважають так звані «злочини в законі». Аналіз наукової літератури показує, що «злочини в законі» є одним із ключових елементів організованої злочинності. Зазвичай даний вид злочинності притаманний державам пострадянського режиму. Кримінальне співтовариство, сформувалося в 30-х роках ХХ ст., характеризується кодексом кримінальних традицій (спеціальними правилами поведінки, таємності та секретності), наразі в світовій кримінальній практиці не має аналогів таких угруповань.

У своїх дослідженнях Бодунова О.М. зазначає, що ««злочини в законі» займають лідируючі позиції серед інших суб'єктів організованої злочинності. Вони формують певні правила і традиції кримінального світу, створюють злочинні угруповання та злочинні організації, об'єднують навколо себе людей, які бажають втягнутися в злочинну діяльність» [1, с. 225] Проте загальної кількості лідерів злочинного світу назвати неможливого, адже офіційної статистики не ведеться.

В законодавстві України, передбачено кримінальну відповідальність осіб, які мають статус «вора в законі», у ст.255 Кримінального кодексу України передбачена кримінальна відповідальність за створення злочинної організації, керівництво такою організацією, керівництво структурними підрозділами злочинної організації, участь у злочинній організації [2]. Кримінальним кодексом України у ст.255 розкрито сутність поняття «особа, яка перебуває у статусі підвищеного злочинного впливу», під яким слід розуміти особу, яка завдяки авторитету, якостями чи іншими особистими здібностями здійснює злочинний вплив та координує злочинну діяльність інших осіб, які здійснюють злочинний вплив.

Під злочинним впливом законодавець розуміє будь-які дії особи, яка в силу свого авторитету, якостей чи інших особистих здібностей спонукає, заохочує, координує чи здійснює інший вплив на злочинну діяльність, організовує чи безпосередньо поширює засоби, майно чи інші засоби (дохід від них), спрямовані на забезпечення такої діяльності.

При розгляді питання щодо встановлення особи з підвищеним злочинним впливом, оперативні підрозділи повинні мати достатню інформацію про те, що особа має підвищений злочинний вплив. Інформаційним елементом організаційної форми взаємодії особи з підвищеним злочинним впливом є організація процесу збору та аналізу інформації, що становить оперативний інтерес для взаємодіючих сторін, та обміну ними [4, с. 102]. Взаємодія оперативних підрозділів і слідчих слід розуміти як необхідну, виходячи з нормативно-правових актів законодавства, узгоджену діяльність незалежних адміністративних органів (розслідування та дізнання), що керуються слідчими чи прокурорами та здійснюються в формі юридичних повноважень.

Для виявлення осіб з підвищеним злочинним впливом слід зазначити, що невід'ємним елементом на початку будь-якої процесуальної дії у кримінальному провадженні є передумови (підстави). У своїх дослідженнях Гриньків О.О. визначає, що під приводом необхідно розуміти «визначену

законом процесуальну передумову, за наявності якої починається кримінально-процесуальна діяльність, джерело перевірки фактів, за наявності яких закон визначає виникнення охоронних відносин» [5, с.174].

Одним із способів отримання оперативно-розшукової інформації, яку використовують оперативні підрозділи, є проникнення в злочинну групу. Закон дозволяє працівнику приєднатися до злочинної групи під виглядом оперативного підрозділу або особи, яка з ним співпрацює, з метою збереження конфіденційної інформації про свою особу [6, с. 13].

О.М. Бандурка визначає, що «оперативне проникнення - це комплексний оперативно-розшуковий захід, який застосовується, коли використання інших форм та методів оперативно-розшукової діяльності не дозволяє виконувати завдання, покладені на оперативний підрозділ» [4, с. 105].

Таким чином, під «злочинним впливом» потрібно розуміти будь-які дії особи, під впливом авторитету, особистих якостей чи здібностей впливає на злочинну діяльність, організовує, координує чи надає інший вплив на злочину діяльність, в тому числі розпоряджається коштами, майном чи іншим майном. Задля викриття «злочинного впливу» у своїй діяльності правоохоронні органи здійснюють інформаційний збір, перевірку фактів. Одним із способів отримання інформації є оперативне проникнення у групування під прикриттям.

### **Список використаних джерел**

1.Бодунова О.М. Проблематика кримінальної відповідальності осіб, що віднесені до категорії «злочинців у законі». *Юридичний науковий електронний журнал*. 2021.(№1). С 224-226

2.Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 25–26. Ст. 131

3.Елеськин М. В. О преступном сообществе «воров в законе» (криминологическая характеристика личности «вора в законе» и преступного сообщества «воров в законе»). *Следователь*. 2001. № 5. С. 35-41.

4.Бандурка О.М. Оперативно-розшукова діяльність. Частина I: [підручник] / О.М. Бандурка. Харків: НУВС, 2002. 336 с.

5.Кримінальний процес України: навч. Посіб. / А.В. Молдован, С.Мельник К.: Центр учбової літ-ри, 2013. -368с.

6.Азаров М.Ю. Особливості виконання спеціального завдання з розкриття злочинної діяльності організованої групи чи злочинної діяльності. *Боротьба з організованою злочинністю і корупцією* (теорія і практика). 2013. № 1 (29). С. 11–18

**Русалович М.**  
здобувачка факультету бізнесу і права  
Херсонський державний університет

## **ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ КВАЛІФІКАЦІЇ КРИМІНАЛЬНОГО ПРАВОПОРУШЕННЯ: НЕЗАКОННЕ ЗБАГАЧЕННЯ**

На сьогоднішній день одним із найбільших проблем в державі являється корупційна злочинність, що провокує постійне реформування українського кримінального законодавства стосовно впровадження належного рівня відповідальності. Проте нестабільність законодавчого механізму протидії корупції не надає ефективних зрушень у антикорупційній боротьбі. А лише навпаки, ширше проникнення у всіх сфери суспільного життя, корупційні прояви деформуються, змінюються і таким чином відбувається розширення способів протиправного збагачення. Особливо є небезпечними ті правопорушення, котрі здійснюються посадовими особами органів державної влади і місцевого самоврядування, тому що таким чином виникає ще одна шкода – зростання рівня недовіри з боку громадян до владних структур.

Відповідно до статті 368<sup>2</sup> Кримінального кодексу –отримання тією особою, котра володіє повноваженнями на здійснення функцій держави чи органів місцевого самоврядування, як власність активів у значному розмірі, правомірність підстав їх отримання не підтверджується відповідними доказами, а також передавання цих активів такою особою іншим особам [2].

Детальний аналіз характерних властивостей зазначеної норми міститься в рішенні Конституційного Суду України № 1-р/2019 від 26 лютого 2019 р., де було зазначено, що протидія корупційним виявам являється головним завданням державного значення, а криміналізація незаконного збагачення важлива як основний правовий засіб здійснення правової політики у даній галузі [2]. При характеристиці незаконного збагачення потрібно брати до уваги конституційні норми, котрі стосуються правової відповідальності, прав та свобод людини та громадянина. З урахуванням ст. 62, 63 Конституції України, законодавчим формулюванням складу такого кримінального правопорушення як незаконне збагачення не можна зобов'язувати особу до доказового підтвердження правомірності підстав отримання нею як власність активів – тобто таким чином підтверджувати власну невинуватість; надавати стороні обвинувачення можливість витребувати від особи підтверджень певними доказами отримання таких активів; не є правомірним притягувати відповідну особу до кримінальної відповідальності базуючись лише на непідтвердженості доказами законних підстав отримання у власність відповідних активів [3]. Тож, варто наголосити, що на підставі такого рішення Конституційного Суду вдалося уникнути відповідальності народним депутатам, посадовим особам органів державної влади, суддям, прокурора, працівникам СБУ, поліції тощо. Кінцева сума активів, правомірність котрих аналізували детективи НАБУ в даних провадженнях перевищувала 500 млн грн.

Під час ухвалення редакції статті 368<sup>2</sup> Кримінального кодексу не було враховано позицію Голови юридичного управління апарату Верховної ради до проекту Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо забезпечення діяльності Національного антикорупційного бюро України та Національного агентства з питань запобігання корупції». Зокрема, виловлювалося попередження що формулювання диспозиції статті 368<sup>2</sup> – а саме доведення факту отримання активів у значному розмірі, з метою не звинувачення у вчинення такого кримінального правопорушення як



незаконне збагачення. Зауваження стосувалося саме того, що таке законодавче формулювання статті не відповідає ст. 62 Конституції України щодо дотримання презумпції невинуватості.

Відповідно, наступні пояснення, що постійні внесення змін чи доповнень до ст. 368<sup>2</sup> Кримінального кодексу обумовлюється потребою у пошуку найкращої моделі формулювання положення про незаконне збагачення – не відповідає дійсності. Тому, що під час ухвалення даної редакції статті – така норма перестала бути ефективною та створила проблеми для практичного її застосування. В доктрині кримінального права – відсутність системного підходу та недотримання засад верховенства права, і використання котрого на практиці спричиняє шкоду суспільним інтересам та права отримало назву законодавчий вірус. Такий підхід ще пояснюється тим, що шкода у не систематичності нововведень полягає у тому, що вона не є очевидною, а перебуває у змісті кримінальної правової норми, а зовні лише прикрита формою закону.

Враховуючи зазначене, можна відмітити, що ухвалення саме такої редакції статті 368<sup>2</sup> Кримінального кодексу підтверджує тезу, що під час її прийняття народні депутати переслідували в першу чергу власні інтереси, котрі не відповідають ні інтересам держави, ні інтересам громадян. Дану тезу можна підтвердити тим, що протягом 2011-2019 рр. неодноразовим змінам піддавалася стаття щодо незаконного збагачення, що у результаті призвело до проблематичності та неможливості її практичної реалізації. Тому, криміналізація незаконного збагачення підтверджує те, що Верховна Рада України не планує адаптовувати дієві міжнародні практики, котрі допомагають мінімізувати та запобігають корупційним проявам. Відповідно, способи імплементації європейських стандартів та рекомендацій в нормотворчий процес є безсистемними. Щодо стадії виконання даної норми, то виникають труднощі під час розтлумачення її змісту, що в свою чергу призводить до нівелювання роботи антикорупційних установ.

## Список використаних джерел

1. Зауваження Головного юридичного управління Апарату Верховної Ради України до проекту Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо забезпечення діяльності Національного антикорупційного бюро України та Національного агентства з питань запобігання корупції» (реєстраційний № 1660-д). URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=53755](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=53755). (дата звернення: 10.11.2021).
2. Кримінальний кодекс України : Закон України від 5 квітня 2001 р. № 2341-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>. (дата звернення: 11.11.2021).
3. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням 59 народних депутатів України щодо відповідності Конституції України ст. 368-2 КК України від 26 лют. 2019 р. № 1-р/2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v001p710-19>. (дата звернення: 12.11.2021).

**Скребовська С.**  
здобувачка I бакалаврського рівня  
вищої освіти, спеціальності 081 «Право»,  
Херсонський державний університет

## **ПРАВОВИЙ МЕХАНІЗМ ПОЗБАВЛЕННЯ БАТЬКІВСЬКИХ ПРАВ В УКРАЇНІ**

В Україні у випадках неналежного виконання батьками своїх обов'язків, жорстокого ставлення до дитини та інших неправомірних дій, вони можуть бути притягнуті до різних видів юридичної відповідальності: цивільно-правової, кримінальної, адміністративної чи сімейно-правової. Особливим прикладом сімейно-правової відповідальності є позбавлення батьків їх прав на виховання дитини, яке спрямоване не тільки на захист прав та інтересів

дитини, але і породжує настання несприятливих для несумлінних батьків наслідків, тому актуальним залишається дослідження правового механізму позбавлення батьківських прав, його всебічний аналіз [1].

Позбавлення батьківських прав може застосовуватися виключно на підставах зазначених в статті 164 Сімейного кодексу України [2]. Згідно цього документу підставами можуть бути як винні дії по відношенню до дитини: жорстоке поводження, фізичне або психічне насильство, недопустимі методи виховання, що принижують людську гідність дитини, різні види експлуатації, тяжка праця, злочинні дії, примус до жебракування, бродяжництва, умисного кримінального правопорушення щодо дитини, так і свідомого ухиляння від виконання своїх прямих обов'язків: не забрали дитину із пологового будинку, свідомо не піклуються про фізичний та духовний розвиток дитини, не забезпечують необхідного харчування, медичного огляду, навчання тощо.

Позбавлення батьківських прав є виключною мірою, яка несе за собою серйозні правові наслідки, як для батька (матері), так і для дитини (стаття 166 СК України). Батьки втрачають особисті немайнові права щодо дитини та звільняються від обов'язків щодо її виховання, перестають бути законними представниками дитини, втрачають право на пільги з боку держави, не можуть бути в усиновителями, опікунами, втрачають і інші права, засновані на кровній спорідненості, однак не звільняються від обов'язку щодо утримання дитини.

Застосування такого правочину відносно батьків, не впливає на обсяги прав самих дітей. За нею зберігаються всі майнові права, зокрема право на аліменти, право власності на нерухоме майно або право на користування житловим приміщенням, а також відповідно до Статті 1261 Цивільного кодексу України за дитиною залишаються права спадкоємців першої черги [3].

Отже, позбавлення батьківських прав є крайньою мірою у випадках, коли фізичне, психічне благополуччя дитини знаходиться під загрозою або перебуває у небезпеці, однак застосування такого правочину не являє собою повний розрив і припинення відносин батьків із дітьми. Звісно, вони втрачають певні права щодо них, право на виховання та інші, проте водночас

вони зобов'язані матеріально утримувати своїх дітей до повноліття, тобто майнові права зберігаються. У разі, коли позбавляють прав обох батьків, у такому випадку, частіше дитина відправляється до спеціалізованого закладу або залишається в колі родичів, які мають право бути опікунами дитини. Позбавлення батьківських прав носить і превентивний характер, що дає змогу іншим батькам переосмислити відносини з дітьми і стати на шлях виправлення задля збереження повноцінної сім'ї.

### Список використаних джерел

1. Масюк В.В. Німащук М.Д. Позбавлення батьківських прав. Юридичні аспекти. Харків: Право, 2020. 246 с.
2. Сімейний кодекс України. *Відомості Верховної Ради України*, 2002, №21-22, ст.135. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2947-14#Text>
3. Цивільний кодекс України. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. №40-44. Ст. 356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

**Тищенко Т.**  
здобувачка вищої освіти 2 курсу СВО «магістр»  
Херсонський державний університет

### ПРАЦІВНИКИ ПРАВООХОРОННИХ ОРГАНІВ, ЯК СПЕЦІАЛЬНИЙ СУБ'ЄКТ КРИМІНАЛЬНОГО ПРАВОПОРУШЕННЯ

Довготривалий час у кримінальному законодавстві закріплювалися положення, в котрих висвітлювалася сутність предмета кримінального правопорушення. Чинний Кримінальний кодекс України у Загальній частині містить окремий розділ «Особа, яка притягується до кримінальної відповідальності (суб'єкт кримінального правопорушення)». Відповідно до ч.1 ст.18 законодавець визначає суб'єктом кримінального правопорушення:

«осудну особу, яка вчинила кримінальний злочин у віці, з якого відповідно до цього Кодексу може настати кримінальна відповідальність» [1].

Мартиненко О.А., у своїх дослідженнях зазначає, що «особа співробітника поліції, який вчинив кримінальний злочин, є предметом незалежного кримінологічного розслідування» [2 с. 209-229].

В своїх дослідженнях Савченко А. В., Кришевич О.В. зазначають: «до представників органів влади, що здійснили кримінальне правопорушення у сфері службової діяльності відносять працівників правоохоронних органів, серед яких працівники Служби безпеки України, поліції, прокуратури. Дана категорія відноситься до спеціального суб'єкта кримінального правопорушення» [3, с.44].

Крім наукових поглядів віднесення працівників правоохоронних органів до спеціального суб'єкта кримінального правопорушення, на законодавчому рівні закріплюється, що працівники поліції відносяться до спеціального суб'єкта кримінального правопорушення. Згідно до ч.2 ст.18 Кримінального кодексу України, спеціальним злочинцем вважається фізична осудна особа, яка вчинила кримінальне правопорушення у віці з якого настає кримінальна відповідальність, за загальним правилом вік з якого починається кримінальна відповідальність 16 років, в деяких випадках з 14 років. Окрім загальних ознак суб'єкта кримінального правопорушення (фізична особа, осудність, вік), спеціальному суб'єкту кримінальних правопорушень притаманні додаткові ознаки до яких можна віднести сімейні відносини, посади, професії, норми які закріплені в Особливій частині Кримінального злочину.

В ст.365 Особливої частини Кримінального кодексу України законодавець зазначає форму скоєння правопорушення правоохоронцем, до якої відносить: «перевищення влади або службових повноважень». Під цим злочином законодавець розуміє: «умисне вчинення працівником правоохоронного органу дій, які явно виходять за межі наданих йому прав чи повноважень, якщо ці дії завдали істотної шкоди конституційним правам

окремих громадян, державним чи громадським інтересам, інтересам юридичних осіб» [1].

В своїх дослідженнях В. В. Устименко зазначає, що характеристика спеціальних суб'єктів безпосередньо повинна визначатися об'єктом кримінального правочину, в одних випадках прямо вказуючи на специфіку вчинених працівником правоохоронних органів дій або через скоєнні дії, що входять до об'єктивної сторони правопорушення, тобто через другорядні ознаки [4, с. 45]. Кримінальний кодекс України зазначає, що безпосереднім об'єктом кримінальних правопорушень є суспільні відносини.

Правопорушенням, які вчинені працівниками правоохоронних органів притаманні специфічні методи, серед яких основне місце посідають методи підготовки та метод приховування неправомірних дій. Як правило готуючись до вчинення правопорушення службовець ретельно приховує свої дії, завчасно вживає заходів приховати свої дії. Тому розкриття таких правопорушень включає комплекс процесуальних та оперативно-розшукових дій, напрями розслідування, вилучення документів, опитування свідків, призначення судово-медичної експертизи, огляд місця подій та ін.

### **Список використаних джерел**

1. Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 25–26. Ст. 131
2. Мартыненко О. А. Детерминация и предупреждение преступности среди персонала органов внутренних дел Украины: монографія. Харьков: Изд-во ХНУВС, 2005. 469 с.
3. Савченко А. В., Кришевич О. В. Злочини у сфері службової діяльності та професійної діяльності, пов'язаної з наданням публічних послуг. *Науково-практичний коментар до Розділу XVII Особливої частини Кримінального кодексу України/за заг. ред. В. І. Шакуна*. Київ: Алерта, 2012. 160 с.

4. Устименко В.В. Специальный субъект преступления (понятие и виды): учеб. Пособие. Харьков. Юрид. Ин-т. 1986. 58 с.

**Федак І.**

здобувачка 2 курсу факультету бізнесу і права,  
Херсонський державний університет  
*науковий керівник: д.ю.н., професор*  
*Стратонов В.М.*

## **КРИМІНАЛІСТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗЛОЧИНІВ ПОВ'ЯЗАНИХ З КОМП'ЮТЕРНОЮ ТЕХНІКОЮ ТА ІНФОРМАЦІЙНИМИ СИСТЕМАМИ**

Високий темп розвитку комп'ютерних технологій, а також їх інтеграція в усі сфери життя, глобалізація інформаційних процесів і поява глобальних комп'ютерних мереж призвели до виникнення нового виду злочинів, пов'язаних з комп'ютерною технікою та інформаційними системами.

Стрімкий розвиток суспільства, науково-технічний прогрес, суцільна інформатизація та комп'ютеризація всіх сфер життєдіяльності, відповідно вплинули й на економіку держави, військово-промисловий комплекс, геополітику, екологію, торгівлю, культуру та інші сфери діяльності держави. В той же час, як зазначає В.М. Стратонов, інформатизація, як і будь-яке соціальне явище, має і негативні прояви: можливість використання комп'ютерних технологій для вчинення правопорушень, зокрема злочинів, у т. ч. організованими злочинними формуваннями [4, с. 84].

М.В. Старичков вбачає суспільну небезпеку злочинів у сфері комп'ютерної техніки та інформаційних систем в тому, що неправомірний доступ або зміна комп'ютерної інформації може порушувати діяльність різних систем забезпечення держави [3, с. 109].

На нашу думку, злочини пов'язані з комп'ютерною технікою та інформаційними системами – це правопорушення, які тягнуть за собою

кримінальну відповідальність, що здійснюються за допомогою комп'ютерної техніки та посягають на конфіденційні дані, чим порушують право власності на інформацію чи інформаційні системи, здійснюючи на них негативний вплив.

На даний момент існує багато різних визначень криміналістичної характеристики злочинів, багато науковців досліджують її з різних боків, що підтверджує актуальність і важливість вивчення її структури та складових компонентів.

Серед основних структурних елементів криміналістичної характеристики злочинів пов'язаних з комп'ютерною технікою та інформаційними системами О. Мотлях пропонує розглянути такі:

- способи скоєння злочинів цієї категорії;
- слідова картина цих злочинів (слідова картина незаконного втручання, викрадення, привласнення, вимагання, заволодіння інформацією; слідова картина порушення правил експлуатації комп'ютерних систем);
- особа злочинця, мотиви й мета скоєння злочину;
- деякі обставини скоєння злочину [3, с. 13].

Одним із важливих складових криміналістичної характеристики злочинів пов'язаних з комп'ютерною технікою та інформаційними системами є спосіб вчинення злочину, а іноді саме він служить й кваліфікуючою обставиною.

Якщо за основу класифікації способів вчинення злочинів пов'язаних з комп'ютерною технікою та інформаційними системами використовувати методи, якими злочинці отримують доступ до комп'ютерної техніки та інформаційних систем, можна виділити такі п'ять основних груп: вилучення засобів комп'ютерної техніки; перехоплення інформації; несанкціоноване втручання; маніпулювання даними та керуючими командами; комплексні методи.

П.В. Берназ зазначає, що складність розслідування дій комп'ютерного злочинця полягає в тому, що він може здійснювати злочин в кіберпросторі, у



якого не має кордонів, що значно підвищує ступінь її суспільної небезпеки. Вважається, що часом вчинення злочину в сфері комп'ютерної інформації слід визнавати момент натискання керуючої клавіші комп'ютера, запуску кінцевої команди. При цьому не має істотного значення, через який проміжок часу настали передбачені небезпечні наслідки. Складно також визначити місце вчинення комп'ютерного злочину, адже більшість злочинів у сфері комп'ютерної інформації відбувається в комп'ютерних мережах [1, с. 14].

Сучасний стан розслідування злочинів пов'язаних з комп'ютерною технікою та інформаційними системами характеризується відставанням рівня науково-методичних рекомендацій від потреб практики. Ідеться про відсутність методик розслідування таких злочинів, про застарілість підходів до розслідування тих діянь, адже комп'ютерна техніка розвивається дуже стрімко. Нині розробка окремих методик у криміналістиці ведеться за шаблоном, у якому практичний аспект незрідка загалом відсутній, тоді як їх основою мають бути саме методи, адаптовані до рівня сприйняття конкретним користувачем.

Таким чином, криміналістична характеристика злочинів пов'язаних з комп'ютерною технікою та інформаційними системами включає в себе різні структурні елементи, що характеризують цей специфічний вид злочинів, пов'язаних із протизаконним використанням комп'ютерної техніки та інформаційних систем з корисною метою. У методиці розкриття таких злочинів, криміналістична характеристика займає важливе місце, адже вона спрямована на правильне визначення всіх обставин скоєння злочину (місце, особа злочинця, засоби, предмет, шляхи), які мають допомогти його розкрити. Втім існують значні труднощі розкриття таких злочинів, адже, як правило, злочини здійснюються через комп'ютерні мережі, мобільні пристрої.

#### **Список використаних джерел**

1. Берназ П.В. Структура криміналістичної характеристики злочину. Південноукраїнський правничий часопис. 2017. № 3. С. 11-14.
2. Мотлях О. І. Питання методики розслідування злочинів у сфері

інформаційних комп'ютерних технологій : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.09. Київ, 2005. 20 с.

3. Старичков М.В. Умышленные преступления в сфере компьютерной информации: уголовно-правовая и криминологическая характеристики: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.08. Иркутск, 2008. С. 269.

4. Стратонов В. М. Інформація та інформаційні відносини як новий криміналістичний об'єкт. Правова система: теорія і практика. 2019. №2. С. 84-88.

Наукове електронне видання  
«СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ  
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ,  
СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ПРАВА  
В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ»

Матеріали міжнародної науково-практичної конференції  
ISBN 978-617-7941-59-9 (електронне видання)

Комп'ютерна верстка Казакова Т.  
Відповідальний за випуск Ушкаренко Ю.В.

Підписано до друку 08.12.2021. Формат 60x 84/8.

Гарнітура Times New Roman.

Ум. друк. арк. 32,44. Обл.-вид. арк. 34,89.

Замовлення № 3024.

Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В. С.  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб'єктів видавничої справи серія ХС № 48 від 14.04.2005 р.  
видано Управлінням у справах преси та інформації

73000, Україна, м. Херсон, вул. Соборна, 2,  
тел. (050) 133–10–13, e-mail: printvvs@gmail.com