

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**МАТЕРІАЛИ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ
ТА АСПІРАНТІВ, ПРИСВЯЧЕНОЇ
МІЖНАРОДНОМУ ДНЮ СТУДЕНТА**

(17-21 листопада 2025 р., м. Суми)

Рекомендовано до друку науково-координаційною радою Сумського національного аграрного університету (протокол № 4 від 19.11.2025 р.)

Редакційна рада:

Коваленко І.М., д.б.н., професор
Данько Ю.І., д.е.н., професор
Ярощук Р.А., к.с.-г.н., доцент

Редакційна колегія:

Геєнко М.М., к.е.н., професор
Думанчук М.Ю., к.т.н., доцент
Кисельов О.Б., к.с.-г.н., доцент
Масик І.М., к.с.-г.н., доцент
Михайліченко М.А., к.і.н., доцент
Синенко Т.П., PhD, доцент
Срібняк Н.М., к.т.н., доцент
Шкромада О.І., д.вет.н., професор

Матеріали Всеукраїнської наукової конференції студентів і аспірантів, присвяченої Міжнародному дню студента – (17-21 листопада 2025 р.). – Суми, 2025. – 611 с.

У збірку увійшли тези доповідей Всеукраїнської наукової конференції студентів і аспірантів, присвяченої Міжнародному дню студента.
Для викладачів, студентів, аспірантів.

ФАКУЛЬТЕТ АГРОЕХНОЛОГІЙ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**ВПЛИВ МІНЕРАЛЬНОГО ЖИВЛЕННЯ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ КУКУРУДЗИ**

Адамчик Є. В., Пономаренко М. О, аспіранти 3-го року навчання, спец. 201 «Агрономія»
Цибульник М. С., студ. 2м курсу ФАтП, спец. 201 «Агрономія»
Науковий керівник: доц. Е. А. Захарченко
Сумський НАУ

Умови воєнного часу та коливання цін на ресурси змінюють як структуру посівів, так і підходи до удобрення кукурудзи. За офіційними даними ГУС у Сумській області під урожай 2025 р. площа кукурудзи становить 349,3 тис. га, що на 33% більше, ніж у 2024 р (показник 2025/2024 = 133,1%) [1].

У Чернігівській області під урожай 2024 року кукурудзою було засіяно 423,5 тис. га (+2,2% до 2023 р.), що підтверджують як обласна статистика, так і коментарі профільного департаменту ОВА [2]. Додатково, загальна посівна площа в області під кукурудзою зросла у 2025 році на 2,7% і наблизилася до 1,3 млн.га, що вказує на відновлювальний тренд після просідання 2022-2023 рр. На загальнонаціональному рівні у 2025 році кукурудза знову лідирує за площами [3]. Водночас 2024 рік характеризували як «мінімальний» за площею і валовим збором за останнє десятиріччя, що частково пояснює відскок у 2025 році [4].

Мінеральне живлення залишається ключовим фактором урожайності. Під час війни господарства вимушено оптимізували норми: у 2023 році середнє скорочення внесення добрив сягало близько 49% порівняно з технологічними схемами до війни, при цьому добрива були найбільшим відсотком серед статей витрат на гектар (17-28%). У відповідь на дефіцити й логістику міжнародні програми підтримки частково закривали потреба в азоті (зокрема, безоплатні поставки карбаміду для дрібних і середніх виробників у сезон 2024 року), що додатково зміщувало баланс у бік азотних форм. У 2025 році повідомлялося про зростання споживання добрив більш як на 20% порівняно з 2024 роком, причому найбільше – саме азотних.

Типова «антикризова» система удобрення кукурудзи нині включає:

- Стартове фосфорно-азотне живлення (мікродози/стрічкове внесення під насінину або в рядок);
- Акцент на азот у вегетації (КАС/аміачна селітра, інколи з інгібіторами нітрифікації чи стабілізаторами);
- Перенесення частини фосфорно-калійного живлення на осінь або на поля з доведеним дефіцитом за результатами аналізу ґрунту;
- Точкові позакореневі підживлення за стресу.

Такі підходи описані в українських агроджерелах і практиках використання КАС-стабілізаторів, що підвищують ефективність азоту та дають змоги знижувати загальні доходи без втрати віддачі.

На чому економлять? По-перше, зменшують «фонові» дози фосфору й калію, переводячи їх у локальне/стрічкове стартове внесення та віддаючи пріоритет азоту в критичні фази (V6–V12), коли він найбільш окупний. По-друге, частіше застосовують рідкі форми (КАС) і дробне внесення – це дає кращу керованість та менші витрати. По-третє, поширені рішення зі скороченням загальної дози на 25-30% від «класичних» рекомендацій за рахунок оптимізації строків і способів внесення, що підтверджують виробничі дані та польові досліді. Нарешті, у структурі витрат більше уваги приділяють аналізам ґрунту й диференційованому внесенню (економія по полю, а не «середньою нормою»), що резонує з опитуваннями та аналітикою після 2023 р.

Таким чином, для Сумщини та Чернігівщини 2025 рік відмітився відновленням та розширенням площ під кукурудзою після провального 2024 року по країні в цілому. В умовах обмежень ресурсів продуктивність забезпечують не «максимальні» норми, а технологічна точність: стартове локальне внесення P-N, керований азот (КАС, інгібітори), дробні підживлення та пріоритизація полів із доведеним дефіцитом P/K. У поєднанні з погодним супроводом та гібридною політикою це дозволяє утримувати врожайність на рівні, конкурентному до довоєнних сценаріїв, за менших витрат на одиницю продукції.

Використані джерела

- 1.Посівні площі сільськогосподарських культур за категоріями господарств у Сумській області під урожай 2025 року 25.07.2025. Головне управління статистики у Сумській області. <https://sumy.ukrstat.gov.ua/index.php?level=3&menu=1371>
- 2.Посівні площі сільськогосподарських культур за категоріями господарств в Чернігівській області під урожай 2024 року https://www.chnigivstat.gov.ua/statdani/S_hos
- 3.Гусарова А. Посівна-2025: кукурудзу посіяно на 93% площ, соняшник на 86%, сою на 84%. 23 травня 2025. <https://superagronom.com/news/20795-posivna-2025-kukurudzu-posiyano-na-93-plosch-sonyashnik-na-86-soyu-na-84>
- 4.Кукурудзяна статистика: площі, валовий збір та урожайність зернової за 2017-2024 рр. 10 січня 2025 <https://superagronom.com/articles/764-kukurudzyana-statistika-ploschi-valoviy-zbir-ta-uroжайnist-zernovoyi-za-2017-2024-rr>

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОЛІАКРИЛАМІДНИХ ГІДРОГЕЛІВ У ВЕТЕРИНАРІЇ

Устименко Дар'я, учениця 9 кл. ХГ № 86

Наукові керівники: доц. Р.В. Долбаносова, Сумський НАУ, О.І. Іванова, вчитель хімії, ХГ № 86

Сучасна ветеринарна медицина активно впроваджує інноваційні матеріали для лікування та реабілітації тварин, серед яких особливе місце займають поліакриламідні гідрогелі. Завдяки здатності утримувати значну кількість води та формувати стабільну тривимірну сітчасту структуру, такі матеріали створюють оптимальне вологе середовище, необхідне для ефективного загоєння ран. Це забезпечує прискорення регенеративних процесів, зменшення ризику інфікування та мінімізацію травматизації тканин під час перев'язок, що є особливо важливим у ветеринарній практиці.

Особливу актуальність використання поліакриламідних гідрогелів має при лікуванні коней, оскільки саме у цих тварин загоєння часто ускладнюється повільною епітелізацією та надмірним розростанням грануляційної тканини. Гідрогелі пов'язки сприяють підтриманню оптимального рівня вологості, зменшують механічний стрес для ушкоджених тканин, забезпечують захисний бар'єр від патогенних мікроорганізмів і створюють умови для формування повноцінного, еластичного рубця. Крім того, гідрогелі можуть виконувати функцію носіїв біологічно активних речовин, що розширює можливості їх застосування у комплексній терапії.

Водночас важливим аспектом використання поліакриламідних гідрогелів є їх хімічна безпечність. У процесі синтезу полімеру можливе збереження залишкової кількості мономеру – акриламід-органічна сполука, амід акрилової кислоти складу $\text{CH}_2\text{CHCONH}_2$. За звичайних умов є білою, твердою речовиною. Має високу розчинність у воді, спиртах. Проявляє сильні нейротоксичні властивості, тоюто є токсичною речовиною. Саме тому контроль його вмісту є необхідною умовою застосування таких матеріалів у ветеринарній медицині.

У ході виконання дослідження було поставлено мету - дослідити наявність залишкового акриламід-органічного мономеру та визначити основні фізико-хімічні властивості поліакриламідних гідрогелевих пов'язок, що застосовуються для лікування коней. З використанням методу високоефективної рідинної хроматографії з мас-спектрометричним детектуванням (HPLC–MS) було проаналізовано зразки на різних етапах виробництва: первинному, проміжному та фінальному.

Отримані результати свідчать, що у первинних зразках фіксується наявність акриламід-органічного мономеру (пік з часом утримання 1,86 хв та іоном $m/z = 72$), однак на наступних стадіях обробки його сигнал поступово зникає. У фінальних виробках акриламід практично не виявляється, що свідчить про ефективність процесів промивання, сушіння та стабілізації матеріалу. Додатково було ідентифіковано поліетиленгліколь та його олігомери, які є складовими технологічного процесу та не становлять токсикологічної загрози у встановлених концентраціях.

Фізико-хімічні дослідження гідрогелів підтвердили високу гідрофільність і здатність досліджених гідрогелів до значного набухання, що є ключовими факторами у підтриманні вологого ранового середовища. Значення рН водних екстрактів у фінальних зразках знаходяться в межах 6,6–7,0, що є близьким до фізіологічного та оптимальним при контакті з ушкодженими тканинами. Також відзначено покращення механічних характеристик матеріалу, що забезпечує його міцність і еластичність у процесі клінічного застосування.

Таким чином, проаналізувавши фізико-хімічні властивості поліакриламідних гідрогелів із ретельним аналітичним контролем залишкового мономеру дозволяє розглядати використання даних гідрогелів як ефективний і безпечний засіб для лікування коней. Отримані результати мають практичне значення для впровадження системи систематичного контролю якості гідрогелевих матеріалів у ветеринарній медицині.

Список використаних джерел

1. Варваренко С. М., Фігурка Н. В., Самарик В. Я., Воронов А. С., Тарнавчик І. Т., Носова Н. Г., Дронь І. А., Тарас Р. С., Воронов С. А. (2013). Синтез та поверхнево-активні властивості нових поліестерів-псевдополіамінокислот на основі природних двоосновних α -амінокислот. Доповіді НАН України. – 2013. – № 5. – С. 131–139.
2. НАДТОКА, О., ВІРИЧ, П., & КУЦЕВОЛ, Н. (2025). АНТИБАКТЕРІАЛЬНІ ВЛАСТИВОСТІ ГІДРОГЕЛІВ НА ОСНОВІ ПОЛІАКРИЛАМІДУ ТА ПОЛІГЕКСАМЕТИЛЕНГУАНІДИНГІДРОХЛОРИДУ. *Науковий збірник за матеріалами конференції «Медична фізика – сучасний стан, проблеми, шляхи розвитку. Новітні технології»*, 1(1), 281-286. <https://doi.org/10.17721/3041-1491/2024.11-37>
3. Salmanov, A.G. (2017). Resistance to antibiotics and biocides. *International Journal of Antibiotics and Probiotics*, 1(2), 92–125 [in Ukrainian]. <https://doi.org/10.31405/ijap.1-2.17.07>

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІД ВПЛИВОМ ESG-ФАКТОРІВ

Глух В. П., здобувач PhD, спец. 073 «Менеджмент»
Науковий керівник: доц. С. В. Башлай
Сумський НАУ

Постійне зростання масштабів глобалізації, що притаманне всьому цивілізованому світу, невпинно охоплює все більшу кількість суб'єктів економічних відносин. Результатом цього є посилення конкуренції, з одночасним підвищенням уваги до якості та умов життєдіяльності, через усвідомлення підходів до прагнення зберігати репутацію та стійкість підприємницької структури.

Процеси прискорення переходу до інформаційного суспільства, чітко наголошують на очевидному вичерпанні свого потенціалу традиційними інструментами компаній для забезпечення власної конкурентоспроможності. Подібний стан речей, вочевидь, вимагає розробки нових підходів, а також механізмів, спрямованих на поглиблення взаємодії в мережі «бізнес – суспільство». В контексті зазначеного, формується об'єктивна необхідність все більшої уваги на вплив, так званих, ESG-факторів на різні аспекти життя людини.

Сучасний діловий світ, зокрема інвестиційні фонди і компанії, банки, корпорації та різнопланові інститути розвитку, все більше підходить до питань ESG, безпосередньо, зі стратегічної точки зору. Тобто, вони намагаються враховувати потенційний вплив критеріїв ESG на стан власної операційної діяльності, формування репутації, а також процеси залучення інвестицій з метою задоволення зростаючих очікувань суспільства.

Результативним фактом, подібної тенденції, стає те, що компанії активно коригують свої стратегічні цілі та завдання розвитку з метою досягнення саме сталого зростання власного бізнесу. Акценти, найчастіше, фокусуються на відповідальних екологічних практиках, вагомій соціальній відповідальності та підвищеній увазі до якості корпоративного управління.

Результати дослідження світового досвіду, свідчать про те, що у більшості країн спостерігається послідовне впровадження критеріїв ESG у підприємницьку діяльність та процеси інвестування. Звичайно, суспільство стає, все більш чутливими до соціальних аспектів, а тому світові бренди активно впроваджують стратегії, з урахуванням всіх ключових напрямків діяльності ESG: охорону навколишнього середовища, соціальну відповідальність, а також корпоративне управління. Більше того, вони також активно застосовують принципи ESG з урахуванням міжнародних вимог та стандартів.

Діяльність у сфері ESG доцільно сприймати саме з точки зору процесів менеджменту, спрямованого на досягнення цілей сталого розвитку. Досягнення бажаних цілей спирається на реалізацію тісної взаємодії, окремо взятої компанії, із зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами. Підвищення уваги до застосування чинників сфері ESG розглядається не тільки як засіб посилення конкурентних позицій компанії, але, водночас і як прогресивна стратегія довгострокового розвитку.

За результатами дослідження, проведеного Європейською бізнес-асоціацією, питома вага інвестицій компаній у діяльність ESG коливається від 5 % до 16 %. Надактивною позицією відрізняється бізнес-середовище США, де цей показник становить 68 %, а це, безумовно, підкреслює пріоритетність цієї сфери для бізнес-середовища країни.

Крім цього, висновки агентства Bloomberg, вказують на те, що обсягам активів ESG й надалі буде притаманна тенденція до зростання, а їхні масштаби, після 2025 року, мають перевищити 53 трлн. дол. США. Такий обсяг їхньої вартості досягне більше 1/3 від загального обсягу активів під управлінням (загальна оціночна вартість активів – 140,5 трлн. дол. США). В свою чергу, найбільш динамічним сегментом виступає біржовий ESG ETF, обсяг якого вже наближається до позначки в 1 трлн. дол. США, (для порівняння, на початок 2022 року – 378 млрд. дол. США). Переважна частка (більше 50 %) цих ресурсів спрямовується на розвиток відновлюваних джерел енергії та збереження водних ресурсів. Разом з цим, обсяг, так званих «соціально-екологічних» облігацій, спроможний досягти 11 трлн. дол. США, що буде, рівно в 5 разів більше проти обсягу 2020 року – 2,2 трлн. дол. США.

Вітчизняні реалії сьогодення, безумовно, в першу чергу, суттєво залежать від тривалої повномасштабної війни, російського агресора проти нашої країни. Тому, активні бойові дії на окремих територіях, додають необхідності вести перспективні обговорення планів післявоєнного відновлення України, як за участю вітчизняного потенціалу, так і міжнародної участі. За подібних умов, вочевидь, надважливим стратегічним завданням стає відбудова національної економіки та формування міцного фундаменту для подальшого її розвитку в модернізованому, європейському форматі.

Вже сьогодні триває активна робота над формуванням організаційно-економічних механізмів, з метою досягнення такої складної, але, край необхідної, мети. Наукові розробки та модельовані проекти спрямовані, в першу чергу, на обґрунтування шляхів та способів повернення країни до мирного життя в проєвропейському векторі сталого розвитку. Відповідно, можливості досягнення визначеної мети, будуть базуватися на інтеграції підходів ESG у процеси фінансового забезпечення проєктів відбудови та розвитку вітчизняної економіки. Що буде забезпечуватися застосуванням сучасних ресурсо- та енергозберігаючих технологій, зверненням до альтернативних сировинних матеріалів і розробкою нових механізмів менеджменту та взаємодії між всіма стейкхолдерами, залучених до таких проєктів.

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Пахоленко О. О., студ. 2 курсу ФЕІМ, спец. 076 «Підприємництво та торгівля»

Науковий керівник: доц. С. В. Башлай

Сумський НАУ

У XXI столітті цифровізація стає ключовим чинником розвитку національних економік, зокрема аграрного сектору, який є стратегічною галуззю для України. Проникнення цифрових технологій у всі сфери суспільного життя формує нову економічну парадигму, де дані, знання та інновації виступають головними ресурсами. Перехід до цифрової економіки є невідворотним процесом, який визначає конкурентоспроможність підприємств і країн у глобальному середовищі. За даними Світового Банку, частка цифрової економіки у світовому ВВП перевищує 17 %, а в країнах ЄС – понад 22 % [1].

В Україні цифрова трансформація аграрного сектору економіки, в першу чергу, відображена в державних стратегіях, зокрема у Національній стратегії розвитку аграрного сектору до 2030 р. Згідно з даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, близько, 45 % агропідприємств уже впровадили елементи цифрового моніторингу, точного землеробства, супутникової навігації, телематики та аналітики великих даних [2].

Цифрові технології трансформують усі етапи агровиробництва – від аналізу ґрунту до логістики врожаю. Серед найбільш поширених рішень в агробізнесі варто визначити:

- телематичні системи моніторингу техніки (використовуються 70 % інноваційних господарств);
- автопілоти та системи точного позиціонування, що підвищують ефективність використання пального та ресурсів (80 % сучасних агрокомпаній);
- дрони для внесення добрив і засобів захисту рослин (59-65 % агропідприємств);
- цифрові платформи управління земельним банком (AgroOnline, Cropio, SmartFarming, Soft.Farm тощо);
- сервіси аграрного фінансування та аналітики (AgriAnalytica, AgroXY).

Результати досліджень ФАО та Організації економічного співробітництва і розвитку свідчать про те, що використання цифрових технологій у аграрних суб'єктах підприємництва підвищує продуктивність праці на 10-25 %, а ефективність використання ними добрив і палива – на 15-20 %. Водночас збільшення частки автоматизованих процесів скорочує виробничі витрати в галузі на 8-12 % і сприяє зниженню вуглецевого сліду [3].

Цифровізація, фактично, змінює структуру людського капіталу в аграрному секторі. Попит на фахівців із цифрових технологій, агроінформатики, GIS-аналітики та управління даними зростає щороку. Заклади аграрної освіти активно інтегрують курси з цифрових інновацій у навчальні програми, що сприяє підготовці фахівців нового покоління аграріїв – цифрового гатунку.

Водночас цифрова трансформація супроводжується низкою викликів. Серед ключових проблем:

- низький рівень цифрової грамотності персоналу в малих фермерських господарствах;
- обмежений доступ до високошвидкісного інтернету в сільській місцевості;
- висока вартість впровадження цифрових рішень;
- потреба у стандартизації даних та забезпеченні кібербезпеки в аграрному секторі.

Подолання цих перешкод вимагає збільшення державної підтримки, залучення інвестицій та міжнародної технічної допомоги. Перспективним напрямом є формування національної цифрової платформи аграрного ринку, що здатна об'єднати дані про земельні ресурси, виробничі потужності, агрологічні показники та канали збуту.

У перспективі, в період 2025-2030 рр., очікується подальше зростання цифрової інтеграції в агробізнесі. За прогнозами компанії McKinsey, автоматизація агровиробництва та використання штучного інтелекту можуть забезпечити до 35 % приросту операційної ефективності аграрних підприємств [3]. А самі цифрові інновації не лише підвищують продуктивність, але й створюють основу для сталого розвитку сільських територій, скорочення екологічного навантаження та формування нової аграрної культури.

Сьогодні, саме цифровізація виступає потужним каталізатором інноваційного розвитку аграрного підприємництва. Вона забезпечує підвищення продуктивності, зниження витрат, підвищення якості продукції та конкурентоспроможності українського агросектору на світовому ринку. Цифрова економіка формує нові можливості для інтеграції аграріїв у глобальні ланцюги вартості та переходу до моделі сталого розвитку.

Література:

1. Цифрова економіка 2024 : використання даних для інклюзивного зростання. Вашингтон: World Bank Group, 2024. 182 с.
2. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Цифрова трансформація аграрного сектору: аналітичний звіт 2025 року. Київ: Мінагрополітики України, 2025. 64 с.
3. OECD. Digital Agriculture and Smart Farming: Innovation Outlook 2025. Paris: OECD Publishing, 2025. 98 p.

АГРАРНА СФЕРА ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ОБ'ЄКТ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ВКЛАДЕНЬ

Шевченко А. В., студ. 2 курсу ФЕІМ, спец. 076 «Підприємництво та торгівля»

Науковий керівник: доц. С. В. Башлай

Сумський НАУ

Аграрний сектор традиційно належить до провідних галузей економіки України. Його розвиток має першочергове значення не лише для забезпечення продовольчої безпеки країни, а й для формування сталих позицій на міжнародному ринку. Розвиток сільського господарства в Україні має глибоку історію та базується на унікальних природних ресурсах. В першу чергу, варто вести мову про родючі чорноземи, що становлять майже 30 % світових запасів. Це створює суттєвий потенціал для залучення інвестицій у сферу аграрного підприємництва.

Інвестиції в аграрний сектор завжди мали стратегічне значення. З часів здобуття незалежності України він залишався ключовим джерелом валютних надходжень, формуючи позитивне сальдо зовнішньої торгівлі. Сьогодні аграрна галузь забезпечує приблизно 40 % валютних надходжень до державного бюджету, а за окремими категоріями (зерно, соняшникова олія, кукурудза) Україна входить до трійки провідних світових експортерів.

У 2024 році експорт агро-харчової продукції України становив 24,6 млрд. дол. США або, близько, 59 % від загального обсягу експорту. Це створює суттєву привабливість аграрного сектору для внутрішніх та зовнішніх інвесторів. А у маркетинговому сезоні 2023/24 рр. Україна експортувала зерна та олійних культур в обсязі, майже 70 млн. т., в т. ч. 6,5 млн. т. соняшникової олії, а це на 22,8 % більше, а ніж в попередньому маркетинговому році.

В сучасних умовах інвестиційна спрямованість аграрної сфери зміщується не лише на розширення земельного банку чи нарощення виробництва сировини. Все більшого значення набувають інноваційні напрями: впровадження цифрових технологій, автоматизація та роботизація виробничих процесів, використання безпілотних літальних апаратів для моніторингу стану ґрунтів і посівів, застосування супутникових технологій для прогнозування врожайності. Такі інвестиції дадуть змогу підвищити продуктивність праці, зменшити залежність від людського фактору та знизити ризики втрат.

Так, наприклад, запас прямих іноземних інвестицій в аграрному секторі України на 2024 рік складав приблизно 3,3 млрд. дол. США, що становило, близько, 6 % від загального їх обсягу. А сума капітальних інвестицій в аграрний сектор України перевищила 45 млрд. грн., що склало, близько, 12 % від загального обсягу капітальних інвестицій в національній економіці.

Одним із перспективних напрямів для інвесторів є розвиток органічного виробництва. Попит на екологічно чисту продукцію стрімко зростає як у Європі, так і в Азії. Україна має значні перспективи в цій галузі завдяки великим площам земель, які можуть бути сертифіковані під органічне землеробство. Інвестиції в органічне виробництво дозволяють отримати високу додану вартість, формувати позитивний імідж держави та розширювати експортні ринки. Зокрема, тільки в 2025 році International Finance Corporation (IFC) інвестувала 40 млн. дол. США у проект Astarta-Kiev (конструювання першого в Україні заводу з виробництва соєвого протеїну), як половину всього фінансування – 80 млн. дол. США.

Соціальний вимір інвестування в аграрну галузь також має важливе значення. Кожне нове підприємство або модернізація існуючої виробничої системи створює робочі місця в сільській місцевості, сприяє розвитку інфраструктури, підвищує якість життя населення. Для України, де значна частка населення проживає у сільській місцевості, це є надзвичайно актуальним. Таким чином, інвестиції виступають не лише економічним, але й соціальним механізмом розвитку територій.

Водночас інвестори стикаються з низкою викликів. Серед них – воєнні ризики, кліматичні зміни, коливання світових цін на продовольство, правова нестабільність, бюрократичні бар'єри та недостатній захист прав власності. Подолання цих перешкод вимагає державної підтримки, прозорої законодавчої бази та створення сприятливого інвестиційного клімату.

У першому півріччі 2025 року обсяг експорту агро-харчової продукції України склав 11,3 млрд. дол. США, що було, майже, на 9 % менше, ніж за аналогічний період минулого року; частка експорту аграрної товарної продукції у загальному експорті країни знизилася, приблизно, до 57 %.

Важливими інструментами в цьому контексті можуть стати державні гарантії для інвесторів, податкові пільги, розвиток державно-приватного партнерства. У перспективі післявоєнного відновлення України аграрна галузь може стати локомотивом економічного зростання.

Відбудова інфраструктури, відновлення зрошувальних систем, залучення міжнародних інвестиційних фондів відкривають нові можливості для розвитку підприємництва у сільському господарстві. Україна в змозі зміцнити свої позиції як провідного експортера продовольства та стати гарантом продовольчої безпеки у світі.

Підсумовуючи, можна констатувати, що аграрна сфера підприємництва є одним із найперспективніших напрямків для інвестування. Вона поєднує в собі економічну вигоду, соціальний ефект, а також інноваційний потенціал. Розширення інвестицій сприятиме сталому розвитку економіки країни, продовженню інтеграції її у світове господарство та підвищенню міжнародного авторитету України.

МЕХАНІЗМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Шевченко А. С., здобувач 1м курсу, ОПП «Підприємництво»
Науковий керівник: доц. С. В. Башлай
Сумський НАУ

Питання щодо підвищення ефективності діяльності суб'єктів малого підприємництва, в сучасних умовах діяльності, набувають очевидної та все більшої актуальності. Це обумовлено як загальними тенденціями глобалізації та цифрової трансформації національної економіки, так і потребою вітчизняного бізнесу адаптуватися до викликів сьогодення, забезпечуючи стійкість власного розвитку. Одним із ключових інструментів зростання ефективності та конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва малого формату виступають інновації, що здатні створювати передумови: для технологічного оновлення, оптимізації бізнес-процесів, а також підвищення якості продукції (робіт, послуг).

Малі підприємницькі структури, на відміну від крупних корпорацій, відрізняється значно більшою гнучкістю, а також швидше реагують на зміни кон'юнктури, відповідних сегментів ринку, що, в свою чергу, робить їх природними агентами інновацій. Водночас, інноваційний потенціал таких суб'єктів підприємництва, часто обмежений впливом чинників: недостатнім доступом до зовнішнього фінансування, кадровими проблемами, низьким рівнем співпраці із закладами науки, і як наслідок, обмеженими можливостями впровадження цифрових технологій.

Згідно з даними Міністерства економіки України, лише близько 6-8 %, у структурі витрат малих підприємств, становлять вкладення в інноваційну діяльність (наприклад, дослідження, розробки чи модернізація виробництва). Такий рівень інноваційного інвестування суттєво нижчий від середньоєвропейських показників. Позитивним аспектом при цьому, є те, що, все одно, спостерігається поступове зростання зацікавленості малого бізнесу до впровадження новітніх технологій. Найбільше це можна відзначити для сфер підприємництва, пов'язаних з виробничими інноваціями, цифровими сервісами та енергозбереженням.

Серед головних тенденцій розвитку інноваційної діяльності вітчизняних суб'єктів малого бізнесу також варто виділити активізацію процесів цифровізації, застосування механізмів електронної комерції, дистанційних сервісів, а також впровадження прикладних програм обліку та менеджменту.

За окремими галузями, можна виділити, що в аграрному секторі, інновації активно впроваджуються через розвиток «точного землеробства», досліджень та аналізу із використання GPS-технологій, аграрних дронів, моніторингових систем і біотехнологічних підходів до виробництва сільськогосподарської продукції.

Переробна промисловість, також відзначається активністю інтересу до інноваційних технологій, зокрема, енергоефективного обладнання, автоматизації технологічних процесів та використання (повторно) вторинної сировини.

Суб'єкти підприємництва в сфері ремонтно-будівельного обслуговування, все частіше, продукують інновації, пов'язані з використанням сучасних матеріалів, 3D-моделюванням, екологічно чистими технологіями, а також проектними інформаційними системами.

Перелічені напрями не лише знижують рівень витрат при виробництві, а й підвищують якість та конкурентоспроможність кінцевого продукту (наданих послуг чи виконаних робіт). Популярним напрямком розвитку взаємовідносин є встановлення партнерських механізмів між суб'єктами малого підприємництва та інноваційними хабами, науковими установами, бізнес-інкубаторами та ін. Також, в Україні, вочевидь, зростає роль державних і міжнародних програм інноваційно-фінансової підтримки, зокрема, за рахунок грантів на інновації, стартап-проектів чи цифрової трансформації економіки бізнесу. Зокрема, активізується інтеграція малих підприємств у цифрові екосистеми, що сприяє спрощенню доступу до відповідних сегментів ринку, фінансових ресурсів чи консультаційної підтримки.

Ефективність інноваційних процесів у малому підприємстві значною мірою залежить від спроможності та схильності керівництва до сприйняття глобальних змін, інвестицій у людський капітал та орієнтування на постійне вдосконалення. Вочевидь, значно зростає роль внутрішніх механізмів управління знаннями, застосування сучасних аналітичних інструментів, а також звернення до цифрових платформ з постійного моніторингу результативності. Через поєднання технологічних інновацій із менеджерськими підходами, що спрямовані, безпосередньо, на підвищення ефективності бізнес-процесів, може формуватися основа довгострокової конкурентоспроможності малого бізнесу в країні.

Перспективним сприймається і подальше поширення інновацій малого підприємництва, як важливої умови післявоєнного відновлення вітчизняної економіки. Це має дозволити підвищити продуктивність праці, створювати нові робочі місця, а також, в цілому, стимулювати розвиток локальних економічних екосистем.

Формування та реалізація компонентів сучасних механізмів інноваційного розвитку, що будуть поєднані з ефективними моделями державної підтримки, буде сприяти побудові більш стійкого й конкурентоспроможного підприємницького середовища в Україні.

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Кобильченко А.О., студ. 2 курсу ФЕІМ, спец. «Підприємництво та торгівля»

Науковий керівник: доц. Н.М. Пилипенко

Сумський НАУ

В умовах посилення глобальної конкуренції, кліматичної нестабільності та волатильності ринків, аграрний сектор України зазнає глибокої трансформації. Сучасний аграрний сектор України перебуває в процесі постійних змін, що обумовлено впливом глобальних трендів, інтеграцією в світову економіку, впровадженням цифрових технологій та екологічними проблемами. Для успішного функціонування в умовах ринку сільськогосподарським підприємствам необхідно переходити до інноваційних методів ведення бізнесу, активно впроваджувати новітні технології, ефективно використовувати ресурси та забезпечувати конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Сучасний розвиток агробізнесу характеризується інтеграцією цифрових технологій, біотехнологічних досягнень та оптимізацією виробничих процесів через автоматизацію.

За даними Державної служби статистики України, у 2024 році частка аграрного сектору у ВВП країни становила 10,8 %, а обсяг експорту агропродукції – понад 45 % у структурі зовнішньої торгівлі [1]. Це підтверджує, що сільське господарство залишається одним із ключових драйверів національної економіки. Застосування інноваційних технологій дає змогу значно підвищити ефективність аграрного виробництва. Використання систем точного землеробства зменшує витрати на добрива та паливо на 15-20 %, а врожайність культур у господарствах, що застосовують ІТ-рішення, зростає на 12-18 % [2].

Одночасно із цифровізацією важливим залишається впровадження біотехнологій. Створення сортів культур, стійких до хвороб і змін клімату, застосування біопрепаратів та органічних добрив сприяють підвищенню якості продукції та екологічній безпеці виробництва. Одночасно з цим поширюється застосування альтернативних джерел енергії - біогазових установок, сонячних електростанцій, енергозберігаючих систем. Це мінімізує енергозалежність господарств і скорочує негативний вплив на довкілля.

У 2024 році площа органічних угідь в Україні перевищила 470 тис. га, а кількість сертифікованих виробників зросла до 550 підприємств [2]. Це свідчить про позитивну динаміку інноваційного розвитку галузі. Впровадження органічного виробництва, розвиток екологічних технологій та застосування альтернативної енергетики (біогазових установок, сонячних панелей) знижує навантаження на довкілля та підвищує енергоефективність аграрних господарств.

Сучасна модель аграрного бізнесу передбачає інтеграцію науки, освіти та виробництва. Створення агрокластерів, інноваційних парків, дослідних лабораторій і стартап-інкубаторів забезпечує ефективну взаємодію між науковими установами, університетами та підприємцями. Це прискорює впровадження наукових результатів у практику, формує сприятливе середовище для залучення інвестицій та розвитку підприємництва.

Невід'ємною складовою є розвиток людського капіталу. Інноваційність аграрної сфери неможлива без кваліфікованих кадрів, здатних працювати з цифровими системами, аналізувати великі дані та приймати управлінські рішення. Тому в Україні важливо розширювати програми підготовки фахівців аграрного профілю, впроваджувати курси з інноваційного менеджменту, підприємництва й аграрного маркетингу. Сьогодні дедалі більшого значення набуває державно-приватне партнерство у сфері інновацій. Спільні програми державних структур, банків та міжнародних фондів сприяють фінансуванню «зелених» технологій, переробки агровідходів і розвитку органічного виробництва. Важливо, щоб інвестиційні механізми були прозорими та орієнтованими на довгостроковий ефект.

Крім того, інноваційність аграрного бізнесу проявляється не лише у впровадженні технологій, а й у нових формах кооперації. Сільськогосподарські кооперативи, логістичні альянси та агростартапи дозволяють дрібним і середнім виробникам конкурувати з великими корпораціями, знижуючи собівартість продукції та забезпечуючи стабільність постачання. Такий підхід сприяє розвитку сільських територій і зміцненню соціальної відповідальності бізнесу.

Отже, для розвитку аграрного бізнесу в Україні необхідно інтегрувати інновації у всі напрями діяльності підприємств – виробничий, управлінський, енергетичний, маркетинговий та освітній. Впровадження новітніх технологій сприятиме підвищенню ефективності аграрного виробництва, раціональному використанню ресурсів і зменшенню екологічного навантаження на довкілля. Інноваційна стратегія має стати основою державної політики у сфері сільського господарства, адже саме вона забезпечує зростання конкурентоспроможності української аграрної продукції, зміцнення продовольчої безпеки країни та сталий розвиток сільських територій.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. *Офіційний сайт*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 17.10.2025).
2. Міністерство аграрної політики та продовольства України. *Розвиток органічного виробництва в Україні: аналітичний огляд 2024*. URL: <https://minagro.gov.ua> (дата звернення: 17.10.2025).

РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Будикіна В.О., студ. 2 курсу ФЕІМ, спец. «Підприємництво та торгівля»

Науковий керівник: доц. Н.М.Пилипенко

Сумський НАУ

В умовах зростаючої конкуренції, вимог до якості та швидкості виробництва, змін на ринку праці, а також соціально-економічної нестабільності, успіх підприємства все більше залежить від того, наскільки його персонал мотивований і залучений у робочий процес. Мотивовані працівники складають основу ефективної організації, визначаючи її здатність до досягнення цілей, інновацій та адаптації. Високий рівень мотивації сприяє кращій продуктивності праці та конкурентоспроможності бізнесу. Мотивація безпосередньо впливає на результативність діяльності підприємства. Висока зацікавленість працівників веде до зростання продуктивності, зниження плинності кадрів, підвищення якості роботи та активнішої участі у командних процесах.

Згідно з мета-аналізом Gallup, що охопив понад 100 тисяч команд у різних країнах, підрозділи з найвищим рівнем залученості працівників показують значно кращі бізнес-результати у порівнянні з підрозділами з низькою залученістю [1]. Згідно з даними, організації, що потрапляють до верхнього квартилю за рівнем залученості працівників, мають удвічі вищі шанси досягнення позитивних бізнес-результатів, зокрема за такими критеріями, як фінансова ефективність, якість обслуговування клієнтів, утримання персоналу, безпека праці та стабільність у виробничих процесах. У компаніях із високим рівнем залученості фіксується на 78% менше випадків прогулів, продуктивність праці зростає на 14%, а рівень плинності кадрів зменшується на 21% в організаціях з високою плинністю та на 51% – у компаніях із низькою плинністю кадрів. Компанії з високо вмотивованими колективами мають на 18% вищу продуктивність (за обсягом продажів) і на 23% вищу прибутковість у середньому (рис.1).

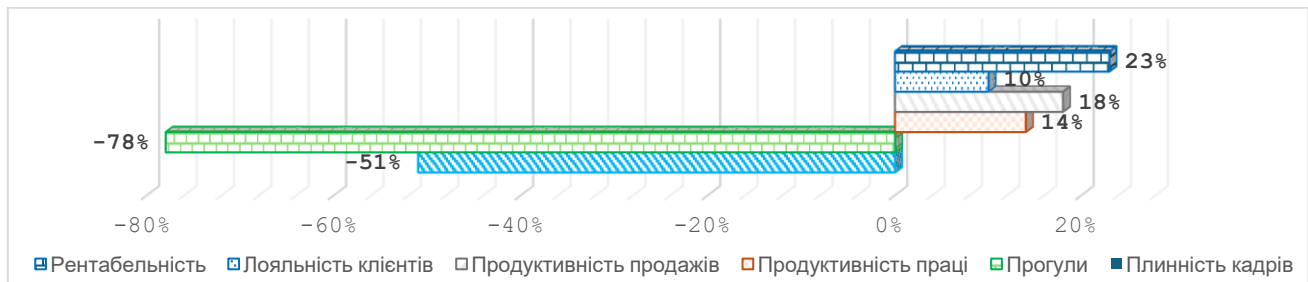


Рис.1. Вплив залученості працівників на ключові бізнес-показники організації

Джерело: побудовано автором за [1]

Отже, мотивовані співробітники працюють ефективніше, надають кращий сервіс і рідше звільняються, що прямо позначається на доходах і витратах підприємства. Особливості українського бізнес-середовища формують специфічні очікування працівників. В умовах інфляції та економічної нестабільності вони перш за все цінують гарантовану зарплату та стабільність. Водночас важливим залишається соціально-психологічний клімат у колективі, рівень довіри до керівництва та відчуття справедливості. Дослідження вказують, що поширеними проблемами у вітчизняних компаніях є непрозорість у системах винагороди, нерівність у розподілі бонусів та невідповідність очікувань працівників можливостям підприємства [2]. Практичні методи підвищення мотивації включають коригування системи винагород відповідно до результатів, можливості професійного розвитку, запровадження гнучкого графіка, покращення умов праці. Ключовим чинником є забезпечення справедливості та прозорості управлінських рішень, що формує довіру і зміцнює корпоративну культуру. При ефективній мотиваційній системі зменшується кількість прогулів, зростає ініціативність та інноваційність, покращується командна взаємодія. Для українських підприємств важливо проводити регулярний аналіз потреб працівників, створювати збалансовані системи стимулів, поєднуючи матеріальні й нематеріальні елементи, забезпечувати чіткі та прозорі критерії винагороди. Отже, мотивація персоналу є стратегічним інструментом управління, що визначає рівень результативності підприємства та конкурентоспроможності сучасного підприємства. Вона впливає не лише на продуктивність і якість роботи, а й на стабільність колективу, зменшення плинності кадрів та формування позитивного іміджу компанії. У сучасних умовах найефективнішими є комплексні системи мотивації, які враховують специфіку потреб персоналу та поєднують матеріальні й нематеріальні стимули.

Література

1. The Benefits of Employee Engagement. Gallup. 20.06.2013. Updated: 07.01.2023. URL: <https://www.gallup.com/workplace/236927/employee-engagement-drives-growth.aspx> (дата звернення: 08.11.2025).
2. Квасній Л. Г., Солтисик О. О., Федішин В. В. Роль мотивації і стимулювання персоналу в системі забезпечення розвитку підприємства. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 11. С. 233–237. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/11_ukr/39.pdf (Дата звернення: 05.10.2025).

АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Мірошниченко А.О., студ. 2 курсу ФЕіМ, спец. «Економіка»

Науковий керівник: доц. Н.М. Пилипенко

Сумський НАУ

На сьогодні питання удосконалення системи мотивації персоналу на підприємствах є надзвичайно актуальним. Адже для ефективного функціонування організації недостатньо просто мати кваліфікованих працівників, важливо вміти їх зацікавлювати, стимулювати до результативної праці та професійного розвитку.

Мотивація – це сукупність зовнішніх та внутрішніх чинників, які забезпечують процес спонукання працівника до діяльності, спрямованої на досягнення особистих та колективних цілей. Підсистемами мотивації розглядають механізми, що стимулюють персонал підприємства до підвищення рівня продуктивності праці для досягнення цілей підприємства. Процес формування системи мотивації персоналу є складний процес, бо включає в себе вивчення мотивів, які заохочують працівників до продуктивної праці. Кожна організація розробляє індивідуальну систему мотивацій, яка має як переваги, так і недоліки. Система мотивацій, має нести у собі тенденції розвитку відносин власності, економічного становища підприємства і працівників, враховувати джерела, розмір, склад та структуру доходів в умовах постійних змін.

У системі стимулювання праці важливу роль відіграють матеріальні та нематеріальні чинники. Матеріальний спосіб відображає роль фінансових стимулів і механізмів оплати праці в для підвищення продуктивності персоналу. Кожний керівник використовує різні методи матеріальної мотивації: заробітну плату, регулярні та одноразові премії, спеціальні індивідуальні винагороди та інші грошові виплати. Водночас важливо використовувати й нематеріальні форми, які спрямовані на задоволення внутрішніх стимулів. Нематеріальна мотивація персоналу включає заохочення до продуктивної праці, які не пов'язані з грошовими виплатами, проте вимагають від підприємства інвестицій у підготовку та розвиток персоналу. Вони включають мотиваційні наради, публічну похвалу, привітання з важливими датами, гнучкий графік, комфортні умови праці, додаткові вихідні, можливості професійного зростання, пільгове харчування та знижки на продукцію підприємства [1, с. 3]. Також важливу роль у мотивації працівників відіграють добрі стосунки в колективі та підтримка з боку керівництва. Атмосфера взаємоповаги, відкритого спілкування й командної роботи допомагає підвищити зацікавленість працівників у результатах своєї діяльності. Такі умови формують довіру, зменшують напруження та сприяють стабільності. Таким чином ефективна система мотивації має бути комплексною, поєднувати різні види стимулів, враховувати потреби працівників і специфіку підприємства.

Система мотивації персоналу залишається недостатньо вивченою в Україні, що обмежує ефективність підприємств. Зарубіжні компанії показують, що ефективна мотивація передбачає баланс між фінансовими та нематеріальними стимулами, а також врахування психологічних і соціальних потреб працівників. Для сучасних працівників пріоритетними є самовираження, самореалізація, соціальне визнання та підтримка міжособистісних відносин, що підкреслює значущість нематеріальних методів стимулювання. Важливе значення має робоча атмосфера, командна взаємодія, здоров'я та комфорт співробітника, які забезпечуються через медичне страхування, скорочений робочий тиждень та належні умови праці. Рейтингові системи оцінки результатів роботи дозволяють об'єктивно визначати розмір винагороди та стимулювати продуктивність. Вітчизняна практика потребує розробки комплексних систем мотивації адміністративно-управлінського персоналу, що дозволяють відобразити матеріальні та нематеріальні стимули, особливо при високій частці розумової праці [2, с.3].

Отже, ефективна система мотивації персоналу виступає одним із ключових чинників підвищення результативності праці та розвитку підприємства. Її побудова вимагає комплексного підходу, який поєднує економічні, соціальні та психологічні аспекти стимулювання. Важливо не лише створити сприятливі умови для роботи, а й забезпечити можливості самореалізації працівників, що формує їхню зацікавленість у досягненні спільних цілей організації. Саме поєднання матеріальних і нематеріальних стимулів дозволяє підвищити рівень мотивації, зміцнити корпоративну культуру та забезпечити стабільний розвиток підприємства. Досягнення високої ефективності системи мотивації потребує її постійного моніторингу та адаптації до змінних економічних і соціальних умов, а також врахування індивідуальних потреб персоналу. Такий системний підхід дозволяє забезпечити стабільну продуктивність, оптимізувати результати праці та підтримувати стійкий розвиток підприємства.

Список використаних джерел:

1. Оксенюк К.І. Формування системи мотивації персоналу на підприємстві. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 45. С. 3-4. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-59> (дата звернення 08.10.2025)
2. Кравченко О.А. Організація системи мотивації праці управлінського персоналу на виробничому підприємстві. *Ефективна економіка*. 2020. №8. С. 2-3. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/62.pdf (дата звернення 10.10.2025)

ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКУ ПРАЦІ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Савенко Д.В., студ. 2 курсу ФЕІМ, спец. «Підприємництво та торгівля»

Науковий керівник: доц. Н.М. Пилипенко

Сумський НАУ

Аграрний сектор України, будучи стратегічним драйвером національної економіки, входить у фазу глибокої технологічної трансформації. Процеси діджиталізації фундаментально змінюють парадигму ведення сільського господарства, переводячи його з ресурсовитратного на наукоємний, високотехнологічний рівень. Впровадження систем точного землеробства, роботизації та засобів предиктивної аналітики на основі великих даних не лише підвищує операційну ефективність та рентабельність, але й неминуче трансформує ринок праці в галузі. З одного боку, інноваційні технології створюють попит на нові компетенції, з іншого – автоматизація рутинних операцій призводить до вивільнення значної частини традиційної робочої сили. Це формує системний виклик для державної політики зайнятості, вимагаючи науково обґрунтованого аналізу майбутніх потреб ринку.

Сільськогосподарський сектор України впроваджує цифрові та робототехнічні технології для оптимізації виробництва та скорочення витрат на робочу силу, ініціюючи трансформацію ринку праці попри триваючі порушення, пов'язані з війною. Сільськогосподарський сектор України зазнав серйозних порушень через триваючий конфлікт, але незважаючи на ці виклики, сектор почав впроваджувати цифрові та робототехнічні технології для модернізації та оптимізації виробництва. В Україні ринок сільськогосподарської сервісної робототехніки, за прогнозами, у 2027 році принесе дохід у розмірі 706,16 тис. доларів США. Очікується, що дохід буде зростати, що призведе до обсягу ринку в 692,50 тис. доларів США до 2030 року [1].

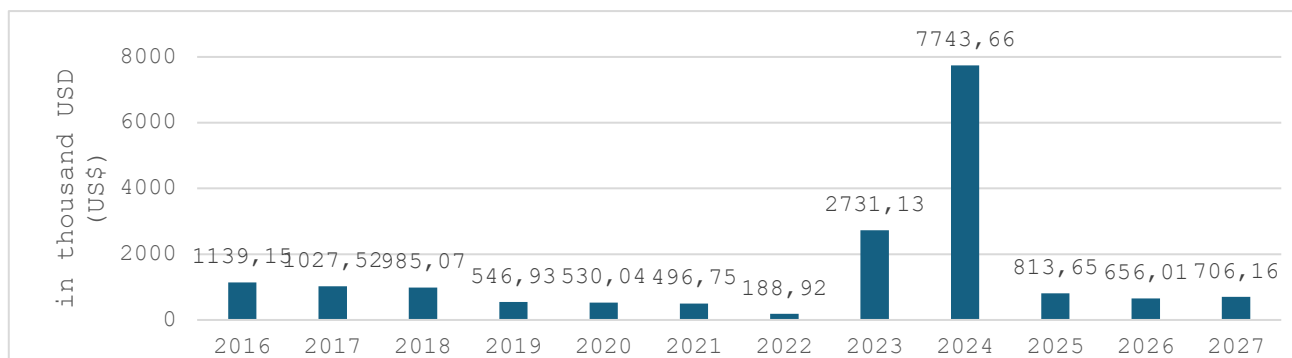


Рис.1. Фактичні та прогнозовані обсяги доходів ринку сільськогосподарської сервісної робототехніки в Україні, 2016–2027 рр.

Джерело: побудовано автором за [1]

Одним із основних технологічних векторів, що безпосередньо впливають на ринок праці, є технології точного землеробства, що включають використання GPS-навігації, систем диференційованого внесення добрив, супутникового моніторингу. Дані технології кардинально знижують потребу в традиційних механізаторах та агрономах, робота яких базувалася на візуальній оцінці та усереднених нормах. Натомість виникає гострий попит на операторів високотехнологічної техніки, агрономів-аналітиків, здатних інтерпретувати геопросторові дані, та інженерів-програмістів для калібрування обладнання. У тваринництві роботизовані доїльні зали, системи автоматичної годівлі та моніторингу мікроклімату заміщують значну кількість низькокваліфікованого персоналу. Автоматизація та цифровізація зменшать попит на низькокваліфіковану сільськогосподарську робочу силу, одночасно збільшивши потребу в технічних навичках, пов'язаних з обслуговуванням та експлуатацією нових технологій. Унаслідок діджиталізації в аграрному секторі спостерігається структурний дисбаланс на ринку праці. Очікується поступове скорочення робочих місць, пов'язаних із рутинною фізичною працею через впровадження цифрових технологій.

Отже, діджиталізація аграрного сектору України є одночасно джерелом значних економічних можливостей і викликом для ринку праці. Продуктивність і додана вартість можуть істотно зрости за умови інвестицій, доступної інфраструктури та кваліфікованої робочої сили. Однак без цілеспрямованої політики підтримки малих господарств, програм перепідготовки та інклюзивних моделей доступу до технологій трансформація ризикує посилити нерівність та регіональні дисбаланси.

Список використаних джерел:

1. Statista. (2025). Agriculture Service Robotics - Ukraine. Statista. https://www.statista.com/outlook/tmo/robotics/service-robotics/commercial-service-robotics/agriculture-service-robotics/custom?token=560iQFGIMW'sWJTSyie9c7omUYpE1ECibcwarUmXiecKsdSNiErNz65 a576Ysd3Psa7nM-fO-l_55XR2yGtD5dZQwEVCKI2LGRv9pg%3D%3D&cy=USD

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Сайко І.О., студ. 3 курсу ФЕІМ, спец. «Підприємство та торгівля»
Науковий-керівник: доц. Н.М. Пилипенко
Сумський НАУ

Аграрний сектор є основою сучасної економіки України і світу і завжди вдосконалюється новими інноваційними процесами. Одним із ключових нововведень є штучний інтелект, який відкриває величезні можливості розвитку для оптимізації багатьох процесів в агропромисловості. Штучний інтелект все більше впливає на сільськогосподарський сектор України, насамперед завдяки впровадженню сервісної робототехніки, рішень для точного землеробства та автономних технологій [1]. Внаслідок впровадження штучного інтелекту сільськогосподарські підприємства мають можливість більш точно контролювати вирощування різних культур та оптимізувати використання ресурсів.

Штучний інтелект в Україні, включаючи сільськогосподарський сектор, демонструє значні перспективи зростання, з швидким впровадженням сервісної робототехніки для підвищення ефективності, незважаючи на помірне зростання доходів від сільськогосподарської робототехніки.

Україна швидко впроваджує ці технології для оптимізації врожайності та зниження витрат на робочу силу, хоча темпи зростання сільськогосподарської робототехніки, зокрема, очікуються помірними -3,17% CAGR до 2030 року, досягнувши 692 504 доларів США до 2030 року [1]. За прогнозами, ринок штучного інтелекту в сільському господарстві збільшиться з \$2,08 млрд у 2025 році до \$5,76 млрд у 2029 році зі середньорічним темпом зростання 22,6% , досягнувши 3,22 млрд доларів США до 2031 року [2]. Штучний інтелект в українському аграрному секторі має досить великий потенціал у робочому процесі, адже автоматизація процесів робить роботу більш точною, ефективнішою та продуктивною. Технології штучного інтелекту дозволяють автоматизувати процеси управління, здійснювати точніше прогнозування даних, для кращого використання земель сільськогосподарського призначення. Впровадження штучного інтелекту в аграрний сектор дозволяє обробляти великі обсяги даних з метою пошуку інноваційних рішень для ефективності використання ресурсів, вирощування сільськогосподарських культур та оптимізації аграрних процесів.[2]

Завдяки тенденціям штучного інтелекту, фермери можуть вчасно реагувати на потенційні проблеми та оптимізувати використання ресурсів. Відстеження даних про зміну кліматичних умов, значно полегшує роботу. Системи моніторингу можуть аналізувати дані та рекомендувати оптимальні стратегії зрошення, добрив та захисту врожаю [1]. Можливості штучного інтелекту можуть ідентифікувати ознаки хвороб рослин або появу шкідників, і саме це може запобігти втрати врожаю, що за оцінками експертів може знизити витрати на 15-30% [2]. Сучасна техніка, що використовує штучний інтелект може значно покращити систему автоматичного управління та керування і зменшити використання гербіцидів на 96%. Також, штучний інтелект використовують для кращого сортування врожаю, адже з впровадження новітніх систем можливе автоматичне розпізнавання продукції та поділ її на критерії.

Важливою складовою через декілька років буде впровадження систем розумного землеробства, до яких буде входити автоматизовані системи поливу, моніторинг вологості та контроль якості ґрунту. Завдяки цих систем аграрії зможуть ефективніше контролювати ресурси, та знизити втрати врожаю через несприятливі технології. Реалізація розвитку штучного інтелекту в аграрному секторі піде тільки на користь, він підвищить продуктивність робіт, знизить витрати і ризики та покращить якість виробництва. Застосування штучного інтелекту зможе значно розширити ринок збуту. Новітні технології допомагають забезпечити стабільну виробничу активність та ефективність, що буде основним інструментом в конкурентному середовищі на ринку. Впровадження автоматизації виробництва не лише підвищить продуктивність господарства, але й допоможе досягти екологічної стійкості та оптимізувати управління ресурсами. Використання автономної техніки для систем обробки ділянок значно знизить витрати на робочу силу, що підвищить ефективність господарської діяльності. За оцінками Goldman Sachs, до 2030 року штучний інтелект може значно підвищити продуктивність аграрного сектору на \$5 трлн за рахунок підвищення ефективності господарської діяльності та зниження витрат [2]. Розвиток штучного інтелекту зможе значно покращити рівень життя населення та сприяти економічному зростанню.

Таким чином, перспективи штучного інтелекту в українському сільському господарстві залишаються позитивними завдяки потребі сектора в підвищенні продуктивності та ефективності, постійному впровадженню технологій та його стратегічному значенню для економіки.

Література:

1. Statista. (2025). Agriculture Service Robotics - Ukraine. Statista. <https://www.statista.com/outlook/tmo/robotics/service-robotics/commercial-service-robotics/agriculture-service-robotics/ukraine> (дата звернення 05.11.2025)
2. Пронько Л., Змієвцев Д. Використання аграрними підприємствами штучного інтелекту, *Актуальні проблеми економіки*. 2025. №4. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2025/04/4.25_topic_Lyudmila-Pronko-Dmytro-Zmiievets-130-138.pdf (дата звернення 08.11.2025)

СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ: ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ

Полетаєва А. Ю., студентка 2ст курсу ФЕІМ, спец. «Економіка»

Науковий керівник: доц. Н.М. Пилипенко

Сумський НАУ

Соціальний капітал стає одним із найважливіших нефінансових активів, що визначає конкурентоспроможність та потенціал розвитку підприємств. Дослідження його формування та ефективного використання є критично важливим для розуміння сучасного підприємництва. На процеси накопичення та мобілізації соціального капіталу впливають як внутрішні, так і зовнішні чинники. Соціальний капітал відіграє ключову роль у прискоренні господарського прогресу, оскільки його накопичення виражається у розвитку інтелектуальних, творчих та комунікативних здібностей суб'єктів.

Один із фундаментальних чинників формування соціального капіталу – це наявність активних соціальних зв'язків. Вони охоплюють членство у формальних та неформальних структурах (громадських організаціях, місцевих ініціативах, волонтерських програмах) та інших формах колективної дії. Саме через ці мережеві взаємодії люди обмінюються досвідом, знаннями, інформацією, встановлюють довірчі відносини та формують спільні норми поведінки [1]. Соціальні контакти, що виникають у межах цих структур, створюють основу для розвитку відчуття спільності та взаємної підтримки.

Когнітивна компонента соціального капіталу, яка є не менш важливою, охоплює узагальнену та інституційну довіру, почуття солідарності та готовність до взаємодії та співробітництва. Саме довіра забезпечує сталість соціальних зв'язків: вона дає людям упевненість у надійності партнерів, стимулює колективні дії та сприяє соціальній згуртованості. У суспільствах із високим рівнем довіри громадяни більш схильні дотримуватися норм взаємності, брати участь у спільних проєктах і виявляти громадянську активність.

Формування соціального капіталу значною мірою залежить від ширшого соціокультурного контексту – історичного, культурного та політичного. Стабільні політичні інституції, відкриті суспільні процеси, наявність свободи слова та толерантність до різноманітності стимулюють розвиток горизонтальних зв'язків і взаємної довіри. Як будь-який інший вид капіталу, соціальний капітал не виникає автоматично. Його формування потребує систематичних вкладень часу, уваги та взаємодії. Люди, які освічені і залучені у громадські процеси, частіше створюють та підтримують мережі довіри й співпраці, що сприяє соціальній стійкості громад. Особистісна активність, поєднана з культурною зрілістю та соціальною відповідальністю, стає рушійною силою його зростання.

Соціальний капітал можна використовувати в багатьох сферах – від особистісного розвитку до економічного зростання та підвищення добробуту суспільства. Його вплив виявляється через формування довіри, налагодження соціальних зв'язків і підтримку норм взаємодопомоги.

В економічній площині соціальні зв'язки, довіра та норми співпраці сприяють підвищенню ефективності господарських процесів, зокрема зниженню транзакційних витрат, швидшому обміну інформацією та покращенню координації дій між суб'єктами економічної діяльності. Емпірично доведено, що високий рівень соціального капіталу позитивно корелює з темпами економічного зростання та рівнем економічного розвитку держави. Так, мета-аналіз 993 оцінок показав наявність статистично значущого зв'язку між соціальним капіталом і рівнем економічного розвитку [2]. У соціально-політичній сфері соціальний капітал виступає чинником активізації громадянської участі, формування локальних ініціатив і підвищення довіри до державних інституцій. Громади з високим рівнем соціального капіталу здатні ефективніше мобілізувати ресурси, брати участь у колективних діях та підтримувати сталий розвиток на місцевому рівні. Крім того, соціальний капітал відіграє важливу роль у забезпеченні стійкості та згуртованості суспільства. Соціальне середовище з розвиненими мережами, високим рівнем довіри й нормами взаємодопомоги краще реагує на кризи, катастрофи та соціальні зміни, демонструючи здатність до самоорганізації й взаємопідтримки.

Таким чином, соціальний капітал є не лише соціальною характеристикою, а й стратегічним ресурсом економічного розвитку, який забезпечує ефективну взаємодію між людьми, інституціями та бізнесом. Його розвиток сприяє зміцненню соціальної стійкості, інноваційності та конкурентоспроможності підприємств.

Список використаних джерел:

1. Mishchuk, H., Štofková, J., Krol, V., Joshi, O., & Vasa, L. (2022). Social Capital Factors Fostering the Sustainable Competitiveness of Enterprises. *Sustainability*, 14(19), 11905. <https://doi.org/10.3390/su141911905> (дата звернення: 07.11.2025)
2. The impact of social capital on the entrepreneurial intention of small and microenterprise managers / M. P. Anis, D. F. M. Viana. Research Square, 2023. URL: <https://www.researchsquare.com/article/rs-2544979/v1> (дата звернення: 07.11.2025).

ПОВЕДІНКОВІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Пилипенко М.В., здобувач PhD, спец. 073 «Менеджмент»
Науковий керівник: проф. Н.І. Строченко
Сумський НАУ

Сучасний аграрний сектор функціонує в середовищі, що характеризується безпрецедентним рівнем невизначеності. Авторитарні моделі, орієнтовані на жорстке дотримання планів, втрачають ефективність через швидку втрату актуальності цих планів. В умовах невизначеності, ризиків та інформаційної асиметрії людина залишається головним елементом системи управління, а отже, рушієм і обмеженням розвитку. В цих умовах зростає роль стилю лідерства. Натомість, актуалізуються моделі адаптивного лідерства. Традиційні моделі, що ґрунтувалися на припущенні про раціональність економічного суб'єкта, не пояснюють реальні рішення керівників сільськогосподарських підприємств. Ефективність управління аграрним підприємством дедалі більше залежить не лише від фінансових чи технологічних ресурсів, але й від здатності керівництва розуміти та корегувати власні когнітивні обмеження та мотивувати персонал в умовах постійного стресу [1].

Поведінкова парадигма управління розглядає економічну діяльність не як механічну оптимізацію, а як процес, що відбувається під впливом когнітивних, емоційних і соціальних чинників. Керівник агропідприємства не завжди діє за принципом максимізації прибутку; його рішення формуються у просторі психологічних обмежень, минулого досвіду, очікувань і норм колективу [2]. У цьому контексті ефективність управління визначається здатністю менеджера усвідомлювати власні когнітивні викривлення, регулювати ризик і приймати адаптивні рішення. Поведінкова парадигма управління забезпечує методологічну базу для формування стійких управлінських практик у кризовій та посткризовій економіці. Поведінкова парадигма поєднує контекстуальність та гуманістичність управління, створюючи умови для переходу аграрного бізнесу від реактивних рішень до адаптивного розвитку. Її сутність полягає у визнанні того, що економічні рішення є також результатом довіри, емоцій, досвіду та культури. Людський фактор у цій системі стає основою ефективності та стійкості підприємства. Ключовими детермінантами довгострокової стійкості стають впровадження адаптивних стилів лідерства, спрямованих на підтримку персоналу та децентралізацію рішень.

Особливістю аграрного сектору є поєднання високих технологічних ризиків, сезонності та соціальної залежності від громади. Поведінкові чинники в управлінні аграрними підприємствами проявляються у вигляді страху змін, ефекту статус-кво або уникнення ризику, формуючи характер управлінських стратегій. Поведінковий підхід розглядає аграрне підприємство як соціальну систему, у якій економічні результати залежать від рівня довіри, комунікації та взаємної підтримки. Відтак, ефективність управління зростає не лише завдяки технічним інноваціям, а й завдяки розвитку організаційної культури довіри та навчання.

Формування поведінкової парадигми в управлінні аграрними підприємствами означає зсув акцентів до психологічно-інституційного виміру розвитку. Застосування поведінкових інструментів дозволяє скоротити розрив між економічною логікою та реальною поведінкою аграріїв [2]. Саме соціально-психологічна інтеграція колективу, гнучкість мислення керівника та його здатність до рефлексії стають ключовими чинниками конкурентоспроможності підприємства.

На рівні державної політики впровадження поведінкових підходів відкриває можливість для розроблення програм підтримки, що враховують реальну мотивацію цільових груп. Замість абстрактних стимулів доцільно створювати механізми, які формують довіру, спрощують вибір, підштовхують до інновацій і кооперації. Це означає перехід від директивного до поведінково орієнтованого регулювання, у центрі якого – людина як активний учасник змін.

Таким чином, в умовах невизначеності аграрного виробництва поведінкові фактори стають вагомим чинником, що визначає ефективність управління. Успішність функціонування агропідприємств залежить від здатності менеджменту ідентифікувати та мінімізувати вплив власних когнітивних упереджень при прийнятті рішень. Інтеграція поведінкових аспектів у систему управління є необхідною умовою для забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Врахування цих факторів забезпечує більшу гнучкість, інноваційність і стійкість підприємств, що є критично важливим у період воєнної й післявоєнної трансформації аграрного сектору та економіки України.

Список використаних джерел:

1. Осадчук І., Боліла С., Кириченко Н. Поведінкові аспекти в процесі управління агроформуваннями. *Соціально-економічні проблеми і держава*, 2019. Вип. 1 (20). С. 97-106. DOI: <https://doi.org/10.33108/sepd2019.01.097>
2. Пилипенко Н., Пилипенко М. Поведінкова парадигма управління аграрними підприємствами в умовах сучасних економічних трансформацій. *Успіхи і досягнення у науці*. № 7(17). С. 602-621. [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-7\(17\)-602-621](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-7(17)-602-621)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИЙ ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ - ЗАПОРУКА УСПІХУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ

Козлова В.В., студ. 2 курсу ФЕІМ, спец. 076 ПТБ
Науковий керівник: проф. В. В. Пилипенко
Сумський НАУ

Сьогоднішній ринок розвивається надзвичайно динамічно, тому підприємствам необхідно оперативно адаптувати свій товарний асортимент. Регулярне оновлення продукції та орієнтація на запити споживачів дають змогу зберігати конкурентні позиції та забезпечувати стабільний прибуток.

Сьогодні будь-яка компанія працює в умовах високої конкуренції, тому важливо не просто мати широкий вибір товарів, а робити його максимально корисним для клієнтів. Коли бізнес добре розуміє, чого хочуть покупці, легше планувати асортимент, ефективно керувати запасами та отримувати прибуток. Продуманий вибір товарів допомагає не лише розвивати стратегію, а й зміцнювати позиції на ринку [1, с. 15].

Питання формування ефективного та конкурентного асортименту вже тривалий час привертає увагу науковців. Вони підкреслюють, що важливо знаходити баланс між широтою та глибиною асортименту, а також використовувати аналітичні інструменти для вивчення попиту. Зокрема, Леськів Г. З., Франчук В. І., Левків Г. Я. та Гобела В. В. [2, с. 20–37] зазначають, що управління асортиментом потребує комплексного підходу, тоді як Шевченко Л. С. [1, с. 15–30] акцентує увагу на практичних методах аналізу товарів і контролю їхньої ефективності. Такі наукові напрацювання допомагають підприємствам краще розуміти, як оптимізувати асортимент, щоб підвищити рівень конкурентоспроможності та прибутковості.

Конкурентоспроможний асортимент — це не просто набір товарів, а продуманий вибір, який дозволяє компанії виділитися на ринку та задовольняти потреби різних клієнтів. Важливо знайти золоту середину: занадто вузький асортимент обмежує покупців, а надто широкий ускладнює управління і збільшує витрати. Найуспішніші компанії постійно аналізують свій асортимент, залишаючи прибуткові позиції і прибираючи ті, що не користуються попитом. Аналітичні інструменти, як-от ABC- та XYZ-аналіз, допомагають визначити перспективні товари, але ключове — швидко реагувати на зміни ринку та приймати рішення на основі власних спостережень.

Підприємства, які враховують сезонні, регіональні та соціальні особливості попиту, здатні точніше планувати свій асортимент, раціональніше використовувати ресурси й підвищувати товарообіг. Застосування сучасних аналітичних інструментів допомагає не лише визначити найприбутковіші позиції, а й прогнозувати зміни попиту, запобігаючи утворенню надлишкових запасів. Постійне оновлення асортименту та введення товарів, що відповідають актуальним тенденціям, дозволяє компанії вирізнитися на ринку й підтримувати стабільний дохід. Не менш важливо вивчати поведінку споживачів, їхні вподобання та відгуки, щоб асортимент справді відповідав очікуванням клієнтів. Крім того, асортиментна політика тісно взаємопов'язана з маркетинговими стратегіями та ціноутворенням, що робить продажі більш результативними. Підприємства, які інтегрують управління асортиментом у свої бізнес-процеси, зазвичай отримують відчутні переваги: зростає попит, продажі, а витрати на закупівлі та виробництво стають оптимальнішими [1, с. 18–27; 2, с. 24–33].

Конкурентоспроможний асортимент сьогодні можна вважати одним із головних чинників успіху. Коли компанія постійно оновлює товари, орієнтується на потреби покупців і користується аналітичними даними, вона працює ефективніше та стабільніше розвивається. Продумане планування допомагає швидше реагувати на зміни ринку, зміцнювати довіру клієнтів і забезпечувати довгострокову перевагу над конкурентами.

Отже, можна зробити висновок, що правильно сформований асортимент - це справжня основа успішної діяльності будь-якої компанії. Постійне оновлення продукції, уважне ставлення до покупців і здатність аналізувати попит допомагають підвищити ефективність роботи, оптимізувати витрати й зберігати лояльність клієнтів. Ті підприємства, які вчасно реагують на зміни, завжди залишаються на крок попереду, швидше адаптуються до ринку та формують міцні стосунки зі своїми клієнтами.

Список використаної літератури:

1. Шевченко Л. С. Конкурентоспроможність бізнесу (підприємства): навч. посіб. у питаннях і відповідях. Харків: Право, 2022. 312 с. URL:https://library.nlu.edu.ua/POLN_TEXT/SENMK/Shevchenko_Konkur.pdf (дата звернення: 06.10.2025).
2. Леськів Г. З., Франчук В. І., Левків Г. Я., Гобела В. В. Навчальний посібник з управління конкурентоспроможністю підприємства. Львів: ЛДУВС, 2020. 220 с. URL:https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/5049/1/Upravl_Konkurent_22-11-22.pdf (дата звернення: 06.10.2025).

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

Карбанова К. М., студ. 3 курсу ФЕІМ, спец. 076 ПТБ

Науковий керівник: ст викладач Дегтярь Н. В.

Сумський НАУ

У сучасному бізнес-середовищі цифрова трансформація є необхідністю для розвитку підприємства, а не просто трендом. Поняття «цифрової екосистеми підприємства» охоплює не лише цифрові рішення, але й інтеграцію технологій, платформ, учасників і процесів у взаємодію, яка створює додаткову цінність. Для малого і середнього бізнесу переходу до цифрової екосистеми прискорили події 2020 року, коли пандемія змусила швидко адаптувати бізнес-моделі.

Цифрова екосистема підприємства — це окреме середовище, в якому підприємство інтегрує цифрові платформи, технології, сервіси й учасників для швидкої адаптації до змін. Характерним є те, що вона має здатність об'єднувати широкий спектр товарів і послуг завдяки платформній архітектурі [1]. Через відкриту та модульну платформу у підприємства є можливість залучати зовнішніх учасників, створювати нові бізнес-моделі й посилювати конкурентні позиції. Для українського малого й середнього бізнесу підключення до відповідних цифрових екосистем стало одним із ключових засобів виживання під час карантинних обмежень. Наприклад, швидке створення онлайн-майданчиків і підключення комплексних сервісів [2].

Формування цифрової екосистеми підприємства структурують за такими показниками:

- діагностика стану, тобто це оцінка поточного рівня цифровізації, внутрішніх процесів;
- стратегічне планування, що представляє собою визначення цілей цифрового розвитку й створення платформи[1];
- застосування цифрових каналів, залучення до роботи клієнтів і партнерів;
- масштабування, адаптація і розвиток, а саме впровадження додаткових сервісів, оновлення технологій, оптимізація процесів[2].

Наявність ключових компонентів й механізмів цифрової екосистеми відіграють важливу роль, сюди входять:

- платформа, що являє собою об'єднання сервісів, даних і користувачів[1];
- технології-«енейблери» - забезпечують операційну основу екосистеми;
- учасники, тобто підприємство, клієнти й партнери;
- нові способи монетизації, інтеграції сервісів, управління даними.
- середовище та культура - представляє собою цифрову культуру, нормативне забезпечення та інфраструктуру.

Важливим є те, що механізми розвитку включають в себе розвиток цифрових компетенцій та культури змін, партнерські мережі й спільні цифрові рішення, активне використання аналітики даних, управління ризиками.

Попри все на цьому шляху трапляються обмеження та виклики, з якими необхідно боротись. Це може бути недостатній рівень цифрових компетенцій та опір змінам у організації, інтеграція старих систем із новими цифровими платформами, це вимагає зусиль та часу, зростаючі ризики кібербезпеки й питання захисту даних, низька ступінь нормативного регулювання[2], залежність від екосистем третіх сторін, що знижує контроль підприємства над процесами.

Отже, формування та розвиток цифрової екосистеми підприємства це стратегічний та довготривалий шлях, який дозволяє підприємству трансформуватися, адаптуватися до цифрової економіки та створювати нову додаткову цінність. Для підприємств, зокрема в Україні, ключовими є подолання кадрових, технологічних та нормативних бар'єрів, а також створення культури цифрових змін. Успіх цифрової екосистеми полягає не лише у впровадженні технологій, але й у здатності підприємства ефективно управляти її розвитком, забезпечувати співпрацю та постійно адаптуватись.

Список використаної літератури:

1. Нагара М.Б. ЦИФРОВА ЕКОСИСТЕМА ПІДПРИЄМСТВА: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ. 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/384588523_CIFROVA_EKOSISTEMA_PIDPRIEMSTVA_KONCEPTUALNI_ZASADI_TA_STRATEGICNI_PRIORITETI (дата звернення 09.11.2025)
2. Як сьогодні виглядає ринок цифрових екосистем для малого і середнього бізнесу. URL: https://pek.org.ua/jak-sogodni/?utm_source=chatgpt.com

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ СУЧАСНИХ МЕХАНІЗМІВ МОТИВАЦІЇ

Сизоненко Д.Ю., студ. 2 курсу ФЕІМ, 076 ПТБ
Науковий керівник: доц. В.А.Єфанов
Сумський НАУ

Сучасні умови господарювання вимагають від промислових підприємств постійного оновлення підходів до управління персоналом, адже саме людський капітал є головним чинником конкурентоспроможності. Від ефективності системи мотивації працівників залежить не лише продуктивність праці, але й стратегічна стійкість підприємства у довгостроковій перспективі.

Мотиваційні механізми у сучасному бізнес-середовищі ґрунтуються на поєднанні матеріальних і нематеріальних стимулів. До перших належать заробітна плата, премії, бонуси, участь у прибутках; до других — корпоративна культура, можливості професійного розвитку, гнучкий графік роботи, соціальні гарантії. Таке поєднання дозволяє підвищити рівень залученості персоналу та знизити плинність кадрів.

Розробка ефективної стратегії розвитку підприємства на основі мотивації передбачає створення системи управління, орієнтованої на результат. Вона має включати оцінку ефективності праці, формування чітких цілей для кожного підрозділу, використання KPI, а також систематичне навчання персоналу. Особливу увагу слід приділити внутрішнім комунікаціям, адже саме вони формують атмосферу довіри та взаємної відповідальності.

У сучасних умовах глобалізації та посилення конкуренції особливо важливо забезпечити гнучкість мотиваційної політики. Промисловим підприємствам варто орієнтуватися не лише на внутрішні чинники, але й на зовнішні тренди — зміни на ринку праці, очікування поколінь Z та Alpha, трансформацію форм зайнятості. Молоді працівники віддають перевагу роботі, що поєднує професійний розвиток, сучасні цифрові інструменти, можливість реалізації творчого потенціалу та комфортні умови праці. Тому стратегія мотивації має враховувати ціннісні орієнтири різних вікових категорій та забезпечувати індивідуальний підхід.

Ще одним важливим елементом є формування лідерства нового типу — адаптивного, відкритого до нововведень, здатного підтримувати командну роботу. Від керівників залежить ефективність внутрішньої комунікації, якість управлінських рішень та загальний морально-психологічний клімат у колективі. Сучасний менеджер має не лише контролювати процеси, а й виступати наставником, мотиватором та координатором змін. Тому інвестування у розвиток управлінських компетенцій є важливою складовою загальної мотиваційної стратегії.

Нарешті, особливу увагу слід приділити формуванню системи зворотного зв'язку, яка допомагає вчасно реагувати на потреби персоналу та оптимізувати робочі процеси. Регулярні опитування, внутрішні оцінювання, обговорення результатів і пропозицій сприяють підвищенню рівня задоволеності працівників і стимулюють їх до професійного розвитку. Такий підхід дозволяє створити прозору, гнучку та ефективну систему мотивації, що відповідає стратегічним цілям підприємства та вимогам сучасного ринку.

Серед основних напрямів удосконалення мотиваційної політики промислових підприємств — впровадження цифрових технологій у процес управління персоналом (HR-аналітика, автоматизовані системи оцінки результатів, онлайн-платформи навчання). Це забезпечує об'єктивність прийняття управлінських рішень і підвищує адаптивність підприємства до змін ринку.

Важливим аспектом також є розвиток корпоративної соціальної відповідальності, яка сприяє зміцненню іміджу підприємства та підвищенню лояльності працівників. Мотиваційна стратегія, побудована на принципах справедливості, прозорості та розвитку потенціалу співробітників, стає основою сталого розвитку виробничої системи.

Отже, стратегія розвитку промислового підприємства, що базується на сучасних механізмах мотивації, забезпечує підвищення продуктивності праці, конкурентоспроможності та фінансової стабільності. Комплексний підхід до формування мотиваційної системи сприяє ефективному використанню людського потенціалу, що є ключовою умовою інноваційного зростання і сталого розвитку національної економіки.

Використана література:

1. Костюк В. М. Мотиваційні механізми в системі стратегічного управління підприємством. Економіка та держава, №9, 2023.
2. Марченко І. С. Сучасні інструменти стимулювання персоналу на промислових підприємствах. Вісник економічних досліджень, №2, 2024. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua> (дата звернення: 08.11.2025).

ЕКОНОМІЧНИЙ ТА СОЦІАЛЬНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Трохименко А.С., студ. 2 курсу ФЕіМ, спец. "Економіка"
Науковий керівник: доц. В.А. Єфанов
Сумський НАУ

На сьогодні питання забезпечення стійкого економічного та соціального розвитку підприємства є надзвичайно актуальним в умовах динамічних змін зовнішнього середовища та глобальної конкуренції. Економічний та соціальний розвиток підприємства є ключовим чинником забезпечення його конкурентоспроможності, стійкості та довгострокового функціонування.

У сучасній ринковій економіці підприємства діють у динамічному середовищі, що характеризується глобалізацією, технологічними змінами, нестабільністю фінансових ринків та зростанням соціальних вимог. Тому їх розвиток потребує комплексного підходу, який поєднує економічну ефективність із соціальною відповідальністю. Ефективне функціонування організації залежить не лише від фінансових показників, але й від її здатності адаптуватися та розвивати людський капітал.

Економічний розвиток підприємства варто розглядати як процес якісних змін у його виробничо-фінансовій діяльності, що забезпечують зростання його вартості, конкурентоспроможності та фінансової стійкості. Основні чинники економічного розвитку включають інноваційну активність, модернізацію виробництва, оптимізацію витрат та розширення ринків збуту.

Соціальний розвиток підприємства спрямований на покращення умов праці, професійний розвиток персоналу, підтримку корпоративної культури та забезпечення соціального захисту працівників. Формування соціально відповідальної політики підвищує мотивацію колективу, зменшує плинність кадрів і зміцнює репутацію підприємства в суспільстві. Крім того, сучасні підприємства дедалі частіше беруть участь у соціальних проєктах, сприяючи розвитку громад і підвищенню рівня добробуту населення.

В сучасних умовах домінантними аспектами соціального розвитку є формування здорового та безпечного робочого середовища, забезпечення соціальних гарантій та можливостей для професійного і особистісного зростання.

Сучасні умови господарювання, які характеризуються високим рівнем невизначеності та технологічними трансформаціями, вимагають інтегрованого підходу до управління економічним та соціальним розвитком. Баланс між цими двома складовими є критично важливим для довгострокової стійкості. Надмірний фокус лише на економічному зростанні без урахування соціальних потреб може призвести до зниження мотивації, плинності кадрів та погіршення корпоративної культури.

Механізм забезпечення розвитку має включати:

1. Стратегічне планування, що об'єднує фінансові цілі (економічний розвиток) та цілі щодо людського капіталу (соціальний розвиток).
2. Інвестиції в інновації та технологічне переоснащення як основу економічного зростання.
3. Корпоративну соціальну відповідальність (КСВ), яка зміцнює імідж підприємства та забезпечує соціальну стабільність у колективі.

Практика успішних вітчизняних та зарубіжних компаній свідчить, що інвестиції у соціальну сферу (навчання, охорона здоров'я, комфортні умови праці) безпосередньо впливають на економічні показники через підвищення продуктивності праці та лояльності персоналу. Ефективна взаємодія цих двох складових формує сталий розвиток підприємства.

Таким чином, економічний та соціальний розвиток підприємства є взаємопов'язаними та взаємозумовленими процесами. Досягнення високих економічних результатів у сучасних умовах можливе лише за умови пріоритетності розвитку людського капіталу. Комплексний, системний підхід, що поєднує інновації, ефективне фінансове управління та соціальну відповідальність, є ключем до забезпечення стійкості та конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Швиданенко Г., Пономаренко О та ін. Концептуальні засади формування і вдосконалення фінансової стратегії та політики суб'єкта господарювання в умовах глобальної нестабільності. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-22> (дата звернення 05.11.2025).
2. Гуцало П., Поперечний М. Соціальна відповідальність бізнесу як основа сталого розвитку підприємств. URL: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-20242\(29\)-295-307](https://doi.org/10.25140/2410-9576-20242(29)-295-307) (дата звернення 05.11.2025).

ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ

Данило В.В., студ.4 курсу ЕІМ
Науковий керівник: доц. Л.А. Хромушина
Сумський НАУ

Малий бізнес відіграє важливу роль у розвитку національної економіки, забезпечуючи створення нових робочих місць, розвиток конкуренції та активізацію підприємницької ініціативи. У більшості країн саме мале підприємництво є основою економічного зростання, сприяє соціальній стабільності та формуванню середнього класу. В Україні цей сектор залишається критично важливим у період воєнних та післявоєнних трансформацій, оскільки забезпечує гнучкість економічної системи, мобільність ринку праці та регіональний розвиток. Проте малі підприємства є надзвичайно вразливими до впливу зовнішніх і внутрішніх ризиків. Обмеженість фінансових ресурсів, нестача управлінського досвіду, низький рівень цифровізації, часті зміни законодавчої бази, зростання податкового навантаження та макроекономічна нестабільність формують численні виклики, що ставлять під загрозу стабільність функціонування малого бізнесу.

В умовах сучасних кризових явищ (пандемії, енергетичних шоків, геополітичної напруженості та воєнного стану) здатність підприємств ефективно управляти ризиками перетворюється на ключовий фактор їхнього виживання та конкурентоспроможності. Саме тому питання формування системи управління ризиками, адаптованої до потреб малого бізнесу, набуває особливої наукової та практичної значущості. Підвищення стійкості підприємств через ефективний ризик-менеджмент дозволяє забезпечити безперервність діяльності, зберегти фінансову стабільність, зміцнити репутацію та підтримувати розвиток навіть у непередбачуваних умовах.

Ефективне управління ризиками у малому бізнесі передбачає систематичне виявлення, аналіз, оцінювання та моніторинг можливих загроз, що впливають на результати діяльності підприємства. Для малих підприємств, на відміну від великих корпорацій, ризик-менеджмент не повинен бути складною бюрократичною процедурою, він має бути гнучким, адаптивним і відповідати ресурсним можливостям компанії. Важливо, щоб управління ризиками було інтегрованим елементом загальної стратегії розвитку, а не розглядалося як окремий епізод реагування на кризові події.

Основними типами ризиків для малого бізнесу є фінансові, ринкові, операційні, правові, кадрові та репутаційні. Фінансові ризики пов'язані з обмеженим доступом до кредитування, високими відсотковими ставками та можливими затримками платежів. Ринкові ризики виникають через коливання попиту, зміну поведінки споживачів і появу нових конкурентів. Операційні ризики можуть бути наслідком помилок у плануванні, логістичних порушень або низької ефективності виробничих процесів. Кадрові ризики стосуються дефіциту кваліфікованих працівників, а правові — частих змін нормативно-правової бази та складнощів у взаємодії з державними органами.

Для зменшення впливу цих ризиків підприємства мають формувати власну систему ризик-менеджменту, яка складається з кількох взаємопов'язаних етапів. На першому етапі проводиться ідентифікація потенційних ризиків, що включає аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів діяльності. Другий етап передбачає оцінювання ймовірності настання ризикових подій та можливих втрат, що дозволяє ранжувати ризики за ступенем їх небезпеки. Третій етап полягає у розробленні заходів щодо зниження або запобігання ризикам, серед яких можуть бути диверсифікація джерел постачання, створення резервних фондів, укладання страхових угод, використання інструментів хеджування та цифрових аналітичних систем. Четвертий етап — це постійний моніторинг і контроль ризиків, що дозволяє своєчасно реагувати на зміни ситуації.

Важливим є людський фактор. Стійкість малого бізнесу значною мірою залежить від професійної компетентності керівників і працівників, рівня їхньої готовності діяти в умовах невизначеності. Тому формування антикризової культури, системи навчання персоналу, підвищення фінансової та управлінської грамотності є невід'ємною частиною ефективного ризик-менеджменту. Розвиток навичок стратегічного мислення, планування та управління змінами дозволяє підприємствам не лише адаптуватися до зовнішніх викликів, а й використовувати їх як можливості для зростання.

Досвід успішних малих підприємств показує, що гнучкість організаційної структури, диверсифікація бізнес-моделі, активна комунікація з клієнтами та партнерами, а також використання сучасних фінансових інструментів є тими чинниками, які найбільше сприяють підвищенню стійкості. Важливо, щоб власники малого бізнесу розглядали ризик не як загрозу, а як об'єктивну частину економічної діяльності, якою можна і потрібно управляти.

Таким чином, ефективне управління ризиками є невід'ємною складовою підвищення стійкості малого бізнесу. Упровадження системного ризик-менеджменту дозволяє не лише мінімізувати негативні наслідки невизначеності, а й створити умови для стабільного розвитку та зростання конкурентоспроможності підприємств. Малий бізнес, який володіє навичками оцінювання ризиків, оперативного прийняття рішень і стратегічного планування, здатний не лише вижити в умовах нестабільності, а й використовувати кризові ситуації як поштовх до інновацій і модернізації.

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Крезуб Д.А., студ. ФЕІМ
Науковий керівник: проф. К.О. Прокопенко
Сумський НАУ

Актуальність дослідження зумовлена об'єктивною необхідністю підвищення економічної стійкості та конкурентних переваг підприємств в умовах нестабільного ринкового середовища та глобалізаційних викликів. Вдосконалення системи управління витратами є стратегічним імперативом, що забезпечує не лише контроль за формуванням собівартості, але й виступає основою для прийняття ефективних інвестиційних та цінових рішень.

Сутність управління витратами трактується як цілісний, системно організований процес цілеспрямованого формування, планування, нормування, обліку, аналізу, контролю та регулювання витрат на всіх стадіях життєвого циклу продукції (послуги). Ключова мета цього процесу полягає в оптимізації їх абсолютної та відносної величини для максимізації прибутку та капіталізації підприємства. Основними принципами побудови ефективної системи є системний підхід, орієнтація на якість, забезпечення безперервності управління на всіх етапах життєвого циклу виробу та використання концепції центрів відповідальності.

Процес управління витратами реалізується через виконання функціонального циклу, що включає прогнозування, планування, нормування, оперативний облік, контроль-аналітичні процедури та регулювання. Етап планування та нормування вимагає застосування сучасних методів, зокрема цільового калькулювання (Target Costing), яке передбачає визначення допустимої собівартості на основі ринкової ціни та бажаної норми прибутку. Аналітичний етап має бути спрямований на ідентифікацію «зайвих» витрат (waste) та відхилень від встановлених нормативів, використовуючи методику оперативного (Standard Costing) або функціонально-вартісного аналізу (Activity-Based Costing, ABC), що дозволяє більш точно розподіляти непрямі витрати та виявляти їхні справжні драйвери.

Організаційний аспект управління витратами нерозривно пов'язаний з побудовою системи управлінського обліку, орієнтованої на внутрішні інформаційні потреби. Це вимагає чіткої диференціації витрат за місцями виникнення та їх закріплення за відповідними менеджерами (центрами відповідальності), що забезпечує персоналізацію контролю та підвищує мотивацію до ресурсозбереження.

Основні резерви зниження витрат лежать у площині впровадження інноваційних технологій, що забезпечують економію ресурсів, оптимізації логістичних та виробничих процесів (зокрема, з використанням концепції «Точно вчасно» (JIT)), а також у постійному пошуку можливостей для «Кайдзен-калькулювання» (Kaizen Costing) — поступового, але безперервного покращення та зменшення витрат. Ефективний контроль за змінними та постійними витратами та їх маржинальний аналіз є критично важливим для обґрунтування управлінських рішень щодо асортиментної політики та ціноутворення.

Ефективна система управління витратами є наріжним каменем фінансового менеджменту підприємства. Її вдосконалення, засноване на інтеграції сучасних управлінських концепцій та забезпеченні належної обліково-аналітичної підтримки, є не лише засобом мінімізації собівартості, а й потужним стратегічним інструментом формування стійких конкурентних переваг на довгострокову перспективу.

Література:

1. Адаменко І. П. Управління витратами підприємства: теоретичні аспекти та практичні рішення. Економіка та фінанси, 2021. № 3. С. 45–52.
2. Глушенко А. І. Методологічні засади формування системи управлінського обліку витрат. Бухгалтерський облік і аудит, 2022. № 6. С. 20–27.
3. Карпенко С. В. Target Costing як інструмент стратегічного управління витратами. Вісник економічної науки України, 2020. № 1. С. 88–95.
4. Коваленко В. В. Оптимізація виробничих витрат в умовах діджиталізації економіки. Київ: Центр учбової літератури, 2023. 310 с.

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ АВТОТРАНСПОРТНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Стеценко А., студ.4 курсу ФЕІМ
Науковий керівник: доцент Я.І. Цебро
Сумський НАУ

Правильно налагоджене управління підприємством завжди було одним із найважливіших факторів у роботі організації. Удосконалення технологій, збільшення конкуренції та зростання якості продукції змушують по-новому поглянути на низку питань управління. Одним із важливих питань тут є висока соціальна відповідальність, яка лежить на керуючих.

Система управління автотранспортним підприємством (АТП) має особливості, пов'язані з управлінням рухомих складом, логістикою, технічним обслуговуванням і ремонтом, а також комплексною діяльністю, що охоплює перевезення пасажирів чи вантажів. Ключові аспекти включають ефективне планування маршрутів, управління технічним станом транспорту, оптимізацію логістичних процесів та взаємодію з державними регуляторними органами. Автотранспорт є галуззю матеріального виробництва з особливим характером трудових процесів та специфічною формою виробництва продуктів, він нероздільний з виробництвом продуктів. Засобами транспорту створюється виробничий процес, який відповідає за переміщення вантажів та людей. Споживчою вартістю транспортної продукції є перевезення вантажів, доставка продукції від виробника до споживачів (як пряма доставка, і доставка у місця продажу), і навіть перевезення людей. Основне завдання транспорту - це своєчасне, якісне, а також повне задоволення потреб підприємств і населення у перевезеннях, підвищення економічної ефективності його роботи, забезпечення узгодженого розвитку єдиної транспортної системи країни, її взаємодія з іншими галузями.

Функції управління персоналом обумовлені завданнями системи менеджменту. Склад функцій визначає ефективність формування та використання персоналу, його розвиток. У сучасній літературі із загального та кадрового менеджменту пропонуються різні за складом групи функцій управління персоналом. Побудова правильної організаційної структури для підприємства є головним завданням керівника. Від раціонального складу та взаємодії підрозділів залежить злагоджена робота організації.

Класична організаційна структура автотранспортного підприємства (АТП) складається із трьох самостійних підрозділів управління: експлуатаційний; технічний; економічний. Вони тісно пов'язані між собою, але кожен блок підпорядковується своєму керівнику від підприємства. Організаційна структура управління класичних АТП є лінійно-функціональною. Лінійні підрозділи управління мають функції управління та прийняття рішень, а функціональні підрозділи займаються підготовкою та реалізацією рішень щодо планування, організації, обліку, контролю та аналізу за всіма функціями виробничо-господарської діяльності.

Така система заснована на використанні інструкцій і правил. Кожен виконавець підпорядковується лише одному керівнику. У організаціях, які з багатьох частин, повинна здійснюватися певним чином координація своєї діяльності. Саме вона виступає основою структури організації, що зазвичай визначають як сукупність стійких зв'язків у організації.

Розглянемо роботу служб автотранспортного підприємства.

Експлуатаційна служба АТП займається насамперед організацією транспортного процесу та ефективним використанням транспортних засобів. Вона знаходить та вивчає можливості для найбільш раціонального здійснення перевезень з найменшими витратами. У цілому нині, на АТП служба експлуатації з урахуванням всебічного вивчення потреб покликана забезпечувати повніше задоволення потреб замовників.

Технічна служба АТП розглядає питання підтримки транспортних засобів у технічно справному стані та забезпечення розвитку виробничої бази, а також здійснює керівництво матеріально-технічним постачанням підприємства.

Важливе місце у господарському керівництві та покращенні якісних показників роботи підприємства відводиться й *економічній службі*. На основі систематичного аналізу роботи підприємства та виходячи з об'ємних показників перевезень, їх ресурсного забезпечення, економічна служба визначає шляхи, якими повинні розроблятися технічні та організаційні заходи, спрямовані на підвищення технічної готовності рухомого складу та вдосконалення експлуатаційної та комерційної діяльності АТП.

Отже, для підвищення ефективності діяльності АТП потрібне створення оптимальної організаційної структури управління підприємством, здійснення оцінки ефективності управління кадрами підприємства, пошуку, підбору та відбору персоналу за обмежених фінансових та тимчасових ресурсів. Також, необхідно пам'ятати, що оцінка ефективності управління персоналом є складним видом прогнозу, оскільки передбачає врахування ціннісних орієнтацій підприємства.

ЕВОЛЮЦІЙНА ОПТИМІЗАЦІЯ ТРАЕКТОРІЇ ПОЛЬОТУ БЕЗПІЛОТНОГО ЛІТАЛЬНОГО АПАРАТА

Доля Є. В., студ. 2 (магістерського) курсу ФЕiM

Науковий керівник: доц. І.В. Шелехов

Сумський НАУ

У розробленій інформаційній системі планування маршруту безпілотного літального апарата (БПЛА) генетичний алгоритм (ГА) реалізовано як ядро оптимізаційного процесу у середовищі MATLAB, що забезпечує зручне оперування матрицями, візуалізацію рельєфу та швидке тестування параметрів еволюційного пошуку. Програмна структура складається з набору m-функцій, кожна з яких відповідає певному етапу ГА: створення популяції (popul_gen), обчислення функції пристосованості (popul_fitness), операції кросинговеру (popul_cross), мутації (popul_mutation) та формування нового покоління.

Особливістю реалізації є частково відображуваний кросинговер [1], який зберігає топологію маршруту та уникає дублювання точок. Мутація виконується через перестановку двох випадкових генів, що підвищує різноманітність популяції. Функція пристосованості реалізована як обчислення загальної довжини польоту з урахуванням просторових координат, отриманих із матриці відстаней. Система підтримує візуальне відображення поверхні та траекторій у 3D-просторі, що дає змогу контролювати процес еволюції у реальному часі.

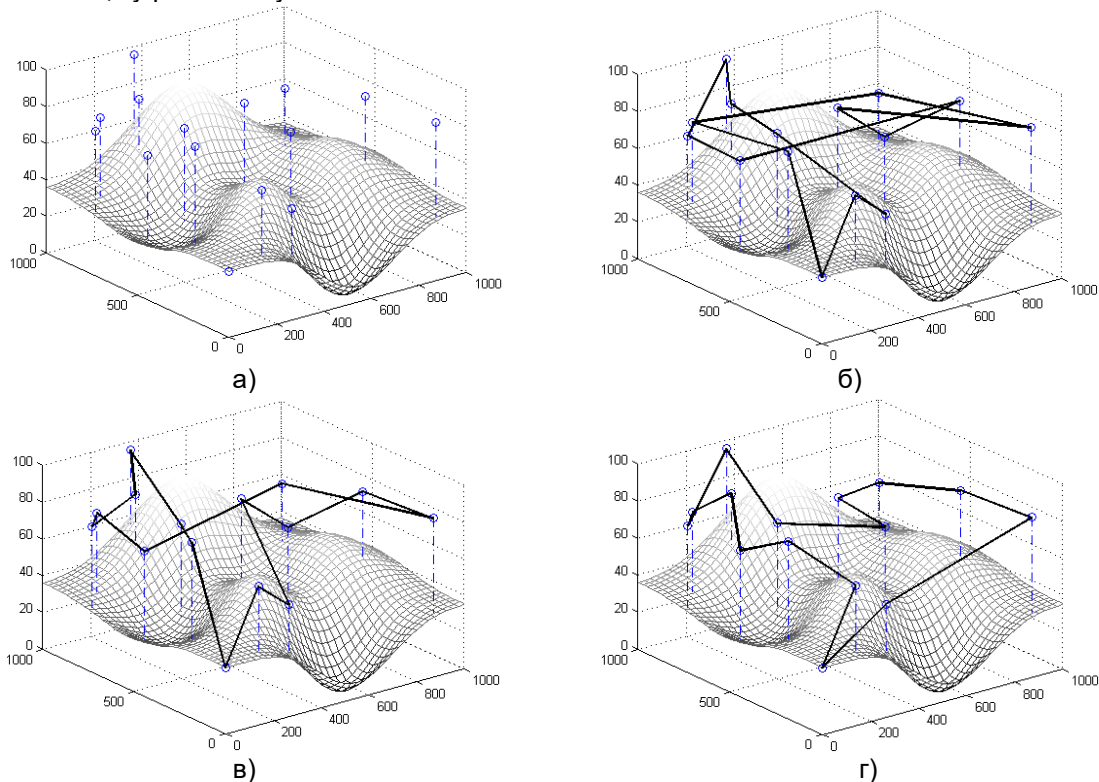


Рисунок 1 – Графічне відображення результатів роботи генетичного алгоритму:

а) згенерована поверхня і опорні точки на ній; б) відображення найбільш пристосованої особини з 10 популяції, в) 100 популяції, г) фінальної популяції

Модель дозволяє гнучко налаштовувати параметри: розмір популяції, імовірність мутації, кількість епох. Завдяки стохастичному характеру пошуку, алгоритм здатен уникати локальних мінімумів, а елітарна стратегія гарантує збереження найкращих маршрутів.

У модифікації для множинних БПЛА кожен апарат може розглядатись як окрема популяція («острівна модель»), між якими відбувається обмін оптимальними рішеннями[2]. Це забезпечує паралельну оптимізацію маршрутів і координоване покриття території без конфліктів між траекторіями. Таким чином, програмна реалізація демонструє ефективність генетичного підходу як гнучкого інструменту інтелектуального планування місій БПЛА.

Джерела:

- 1.Xin J., Zhong J., Yang F., Cui Y., Sheng J. An Improved Genetic Algorithm for Path-Planning of Unmanned Surface Vehicle // Sensors. – 2019. – Vol. 19. – Art. 2640. – DOI: 10.3390/s19112640
- 2.Xu H., Niu Z., Jiang B., Zhang Y., Chen S., Li Z., Gao M., Zhu M. ERRT-GA: Expert Genetic Algorithm with Rapidly Exploring Random Tree Initialization for Multi-UAV Path Planning // Drones. – 2024. – Vol. 8. – Art. 367. – DOI: 10.3390/drones8080367

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ АГРАРНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ: ДОСВІД ТОВ «ЖУРАВКА»

Биченко Є.В., студ. 2м курсу ФЕіМ, спец. «Інформаційні системи та технології»
Науковий керівник: доц. Я.В. Долгіх
Сумський НАУ

Сучасний етап розвитку аграрного сектору характеризується зростанням ролі цифрових технологій у забезпеченні ефективності управління виробничими процесами, обліку ресурсів і прийняття управлінських рішень. У цьому контексті актуальним є визначення понять «інформаційна система» та «інформаційна технологія», які мають різне функціональне навантаження.

Згідно з визначенням В. Литвина «інформаційна технологія – це сукупність методів, засобів і процесів, призначених для збору, зберігання, оброблення та передавання інформації з метою отримання нових знань або підтримки прийняття рішень» [1].

Інформаційна система (ІС), за визначенням О. Шестопалова трактується як організаційно-технічний комплекс, що реалізує певну інформаційну технологію та включає персонал, технічні, програмні й інформаційні ресурси [2]. Отже, інформаційна технологія (ІТ) є інструментом, а інформаційна система – організаційною формою її застосування. У закордонних дослідженнях [3] акцент робиться на взаємозв'язку між технологічними інноваціями та системами управління підприємствами. Автори підкреслюють, що ефективне функціонування інформаційної системи неможливе без впровадження сучасних технологій аналітики, баз даних, штучного інтелекту, хмарних рішень тощо. Водночас сама технологія не забезпечує стратегічних результатів без інтеграції в систему управління підприємством [4].

На підприємстві ТОВ «Журавка» Чернігівської області у процесі цифровізації управління виробництвом було впроваджено інформаційну систему обліку агротехнічних робіт, побудовану на базі СУБД MySQL та веб-інтерфейсу для моніторингу полів, техніки й ресурсів. Ця система акумулює дані з декількох джерел – датчиків вологості ґрунту, GPS-трекерів, звітів операторів і дозволяє керівництву отримувати зведену інформацію для прийняття рішень. Основою функціонування такої системи є інформаційні технології обробки даних, зокрема технології Big Data, аналітичні модулі прогнозування врожайності та моделі оптимізації використання добрив. Вони формують технологічний рівень, що забезпечує роботу системи. Отже, інформаційна система ТОВ «Журавка» – це організаційна структура, що інтегрує персонал, обладнання, програмне забезпечення й інформаційні технології з метою управління агровиробництвом, а інформаційна технологія – це набір інструментів і методів, які забезпечують обробку даних, моделювання процесів і підтримку прийняття рішень.

Компонентами ІС ТОВ «Журавка» є: користувачі (агрономи, технологи, оператори техніки, бухгалтерія), процеси (планування сівозміни, облік матеріалів, призначення робіт, моніторинг виконання, аналіз врожайності), правила (внутрішні регламенти живлення культур, норми внесення добрив, умови контрактів із підрядниками), дані (історія врожайності, аналіз ґрунту, карти ВДЗ, погодні дані, журнали виконання робіт).

Компонентами ІТ, тобто інструментальної платформи є: датчики і IoT (ґрунтові датчики вологості, бортові комп'ютери тракторів, GPS), комунікації (мобільний інтернет, LoRaWAN для сенсорів), ПЗ (модуль збору даних (ETL), база даних (SQL), модуль візуалізації (дашборд), мобільний додаток для операторів, аналітичний модуль (регресія/кластеризація для виявлення зон з низькою врожайністю)), хмарні сервіси (зберігання даних, резервне копіювання, машинне навчання).

Наукові підходи і практичний аналіз дозволяють зробити висновок, що ефективне функціонування інформаційних систем у сільському господарстві можливе лише за умови поєднання технічної (технологічної) і соціально-організаційної складових. Як зазначає І. Ковальчук, ключовим чинником успіху є не лише наявність сучасних ІТ-рішень, а й здатність персоналу їх використовувати, а також готовність підприємства до цифрової трансформації [5].

Отже, інформаційна система забезпечує інтеграцію процесів управління, тоді як інформаційні технології формують технічну базу для ефективної роботи з даними. Поєднання цих двох компонентів є запорукою підвищення конкурентоспроможності аграрного підприємства в умовах цифрової економіки.

Список використаних джерел

1. Литвин В.В. Інформаційні технології в управлінні підприємством. Львів, 2019. 256 с.
2. Шестопалов О.В. Інформаційні системи і технології в аграрному бізнесі. Київ : КНЕУ, 2020. 212 с.
3. Laudon K. C., Laudon J. P. *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. 16th ed. Pearson Education, 2020. 480 p.
4. Turban E., Pollard C., Wood G. *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability*. 11th ed. Hoboken : Wiley, 2018. 640 p.
5. Ковальчук І.П. Інформаційна підтримка управління аграрними підприємствами в умовах цифровізації. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 45–52.

ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛЕЙ СИСТЕМ МАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У ПРОЄКТУВАННІ ВІРТУАЛЬНОГО ПОМІЧНИКА ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ГІПЕРМАРКЕТУ

Курило І.М., студ. 1м курсу ФЕіМ, спец. «Інформаційні системи та технології»
 Науковий керівник: доц. Я.В. Долгіх
 Сумський НАУ

Сучасні торговельні підприємства, зокрема гіпермаркети, функціонують в умовах високої конкуренції та стикаються з необхідністю ефективного управління складними та динамічними бізнес-процесами. Впровадження інтелектуальних систем, таких як віртуальні помічники (ВП), є перспективним напрямом підвищення ефективності. ВП повинен не лише автоматизувати рутинні звіти, але й надавати менеджеру проактивні, кількісно обґрунтовані рекомендації для оптимізації процесів, зокрема – управління потоками клієнтів. Мета роботи – розробити концепцію проєктування модуля віртуального помічника, здатного оптимізувати роботу касових вузлів гіпермаркету, основою якого є математичні моделі систем масового обслуговування (СМО).

Ключова проблема у точках обслуговування – це баланс між витратами на утримання персоналу (касірів) та якістю сервісу (час очікування в черзі). Пропонується ВП, який розраховує характеристики СМО для прийняття рішень щодо оптимізації роботи СМО, а також аналізує навантаження на каси в реальному часі та надає менеджеру прямі вказівки. Особливістю такого ВП є застосування моделей СМО. Об'єктом дослідження обраний касовий вузол ТОВ «Епіцентр К». Система має $n = 2$ канали обслуговування (каси) та обмежену чергу в 5 осіб. Аналіз проводився для різних періодів завантаженості за методикою [1]. В таблиці 1 наведені показники для аналізу СМО.

Таблиця 1 – Зведені показники аналізу СМО ($n = 2$)

Показники	Ранок 8.00 - 9.00	День/Вечір 11.00 – 13.00 / 17.00 – 19.00	Години пік 9.00 – 11.00, 13.00 – 17.00
Інтенсивність вхідного потоку, λ (покупців/хв)	4/30=0,133	6/30=0,200	7/30=0,233
Тривалість обслуговування на 1 касі, t (хв)	6	8	10
Інтенсивність вихідного потоку з 1 каси, $\mu = 1/t$ (хв ⁻¹)	1/6=0,167	1/8=0,125	1/10=0,100
Показник навантаження на 1 касу, $\rho = \lambda/\mu$	0,8	0,8	2,3
Ймовірність відмови в обслуговуванні, %	0	6	21
Ймовірність встати в чергу, %	9	41	58
Середня довжина черги, осіб	0,15	1,20	2,60
Середній час очікування в черзі, хв	1	6	14
Абсолютна пропускна спроможність	0,13	0,19	0,18
Відносна пропускна спроможність, %	100	94	79
Середня кількість зайнятих пристроїв	0,8	1,5	1,8
Коефіцієнт простою	0,6	0,25	0,08

Джерело: власні розрахунки

Аналіз даних, наведених у таблиці 1 дозволяє зробити такі висновки: 1. У ранкові та денні/вечірні години система працює з надлишковою потужністю, на що вказує високий коефіцієнт простою (0,6 та 0,25 відповідно). Це свідчить про наявність резерву для оптимізації витрат на персонал; 2. У години пік система є перевантаженою ($\rho = 2,3 > n = 2$). Середній час очікування в черзі – 14 хв, що значно перевищує прийнятні в індустрії ритейлу стандарти якості обслуговування. Висока ймовірність відмови (21%) свідчить про можливість втрати клієнтів. Для пошуку оптимальної конфігурації було проведено додаткове моделювання СМО з трьома каналами ($n = 3$). Результати моделювання показали, що для такої СМО час очікування в години пік буде становити 4 хв, що є прийнятним показником. Аналіз розрахованих показників СМО магазину виявив, що оптимальним є використання зранку однієї каси, вдень/вечорі – двох кас, в години пік – трьох кас (можна дооснастити ще однією касою самообслуговування).

Крім статичного аналізу, проєктований ВП має в реальному часі відстежувати ρ (на основі даних з POS-терміналів або відеоаналітики) та динамічно реагувати. При $\rho \ll n$ надсилати менеджеру сповіщення: "Навантаження низьке. Рекомендовано перевести касира на викладку товару". При $\rho > n$ сигналізувати: "Ризик довгих черг. Рекомендовано задіяти додатковий касовий вузол".

Отже, впровадження ВП з інтегрованим модулем СМО дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення у статичному режимі роботи, а також здійснювати гнучке, проактивне управління, оптимізуючи витрати на персонал та зберігаючи високу якість обслуговування клієнтів.

Список використаних джерел

1. Долгіх Я.В. Дослідження операцій: Задачі масового обслуговування: методичні вказівки щодо проведення лабораторно-практичних занять. Суми: СНАУ, 2025. 25 с.

ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГУ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНОВИХ ТА ЗЕРНОБОБОВИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ З ВИКОРИСТАННЯМ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ МЕТОДІВ

Лусевич В., Лусевич М., студ. 2 курсу с.т. ФЕІМ, спец. «Інформаційні системи та технології»
Науковий керівник: доц. Я.В. Долгіх
Сумський НАУ

Виробництво зернових та зернобобових культур є важливою складовою аграрної економіки України, яка належить до провідних світових постачальників цих сільськогосподарських культур. Зерно – найбільша експортна галузь України. В Україні для вирощування зернових та зернобобових культур відводяться великі площі. Родючий ґрунт та помірний клімат створюють чудові умови для їх вирощування. За період 1991-2024 рр. виробництво зернових та зернобобових культур зросло майже на 55%. Валовий збір зерна збільшився на 45-68% порівняно з 1991 роком, досягши приблизно 56-60 млн. тон у 2023-2024 роках. Урожайність зернових культур зросла приблизно на 60%, з 26,5 до близько 42,5 центнерів з гектара. При цьому певні роки характеризувалися зниженнями врожайності через складні погодні умови, але від середини 2010-х років показники стабільно зростали [1].

У сучасних умовах динамічних змін клімату, економічної нестабільності та впливу зовнішніх факторів точні прогнози дозволяють ефективно планувати виробництво, забезпечувати продовольчу безпеку та формувати стратегії експорту. *Актуальність* дослідження полягає у необхідності прогнозування обсягів виробництва зернових та зернобобових культур в Україні з використанням економітричних і методів.

На основі щорічних статистичних даних за 1991-2024 рр. [2] у програмі *MS Excel* було виконано апроксимацію ряду даних різними лініями тренду: лінійною, логарифмічною, степеневою, експоненційною та поліноміальною другого й третього ступенів. Серед зазначених ліній тренду найбільший коефіцієнт детермінації ($R^2 = 0,7977$) відповідав поліноміальної функції третього ступеню. Відповідно, саме її обрано для подальшої апроксимації досліджуваних статистичних даних:

$$y_p = -8,5041x_p^3 + 484,22x_p^2 - 6378,7x_p + 52119 \quad (1)$$

На рисунку1 зображено графіки вихідних даних, поліноміальної функції ступеню 3, рівняння регресії, значення коефіцієнта детермінації.

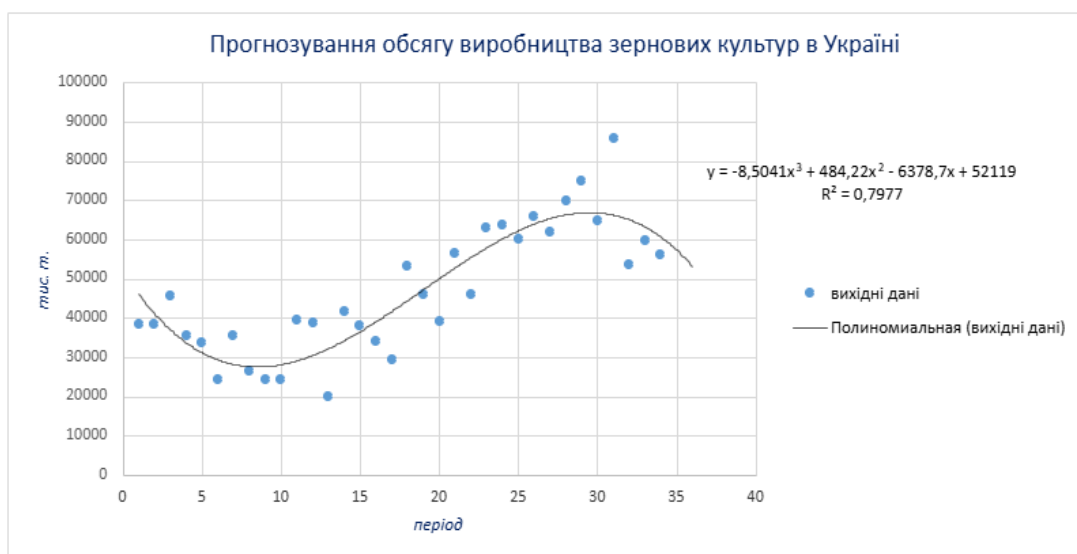


Рисунок 1 Динаміка валового збору зернових та зернобобових в Україні за 1991– 2026 рр.

За формулою (1) розраховано прогнозне значення обсягу виробництва зернових культур в Україні на 2026.р., яке становить $y_p = 53267,6$ тис. тон.

Список використаних джерел

1. Урожайність зернових культур за час незалежності України зросла удвічі. *Landlord*. URL: <https://landlord.ua/news/urozhajnist-zernovyh-kultur-za-chas-nezalezhnosti-ukrayiny-zrosla-udvichi/> (дата звернення: 04.10.2025).
2. Державний сайт статистики України. *Державний сайт статистики України*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (date of access: 04.10.2025).

ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ВАЛОВОГО ЗБОРУ СОНЯШНИКА В УКРАЇНІ З ВИКОРИСТАННЯМ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ МЕТОДІВ

Мордвінов Д.О., студ. 1 с.т. курсу ФЕіМ, спец. «Інформаційні системи та технології»
 Науковий керівник: доц. Я.В. Долгіх
 Сумський НАУ

Соняшник являє собою одну з найважливіших олійних культур світового значення. Ця рослина характеризується високим вмістом олії в насінні, яка становить близько 40 до 52 відсотків. Промислове використання соняшнику надзвичайно різноманітне та економічно вигідне. Насіння переробляється у соняшникову олію, яка широко застосовується у харчовій промисловості та є основою для виробництва маргарину, майонезу та інших продуктів. Макуха що залишається після віджимання олії, використовується як високопротеїнова кормова добавка у тваринництві. Вирощування соняшнику в Україні обумовлена декількома важливими чинниками. По-перше, соняшник демонструє високу рентабельність виробництва порівняно з іншими сільськогосподарськими культурами, що робить його привабливим для сільськогосподарських підприємств різних форм власності. По-друге, стабільний попит на соняшникову олію забезпечує гарантований збут продукції. По-третє, соняшник добре адаптований до кліматичних умов та відносно невибагливий до якості ґрунтів, хоча найкращі врожаї дає на чорноземах. По-четверте, культура характеризується стійкістю до посухи завдяки потужній кореневій системі [1]. Аналізуючи динаміку валового збору соняшника в Україні за період 1991 – 2024 рр. можна зробити висновок, що протягом даного періоду відбувався його зріст. Найнижчий показник було зафіксовано у 1994 році, коли валовий збір становив лише 1569 тис. тон [2].

Актуальність дослідження полягає у необхідності прогнозування обсягів соняшника в Україні з використанням економічних і методів. За допомогою програми MS Excel апроксимовано статистичні дані різними лініями тренду, а саме лінійною, логарифмічною, степеневою, експоненціальною, поліноміальною ступеню 2 та ступеню 3. Серед зазначених ліній тренду найбільше значення коефіцієнта детермінації ($R^2 = 0,9365$) відповідає поліноміальної функції ступеню 3, – тому ця функція обрана для апроксимації:

$$y = -1,517x^3 + 85,935x^2 - 914,35x + 4262,5 \quad (1)$$

На рисунку 1 зображено графіки вихідних даних, поліноміальної функції ступеню 3, рівняння регресії, значення коефіцієнта детермінації.

Прогнозування обсягу виробництва соняшника в Україні

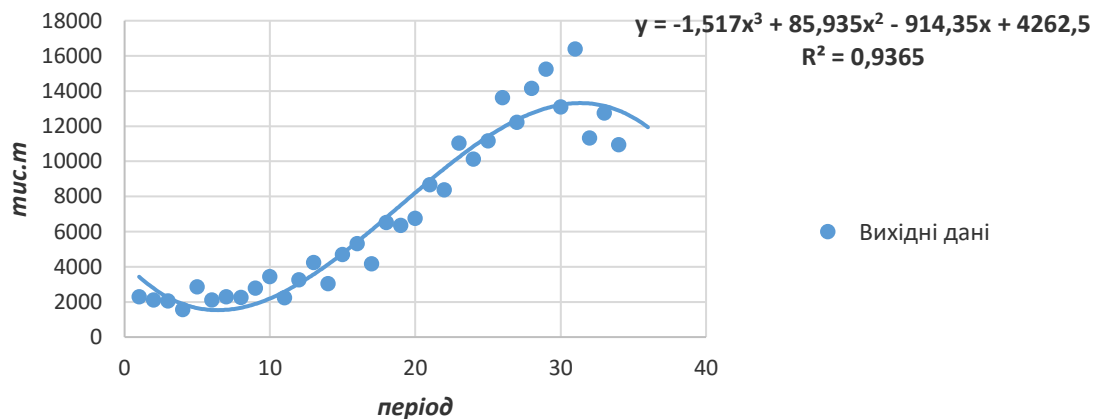


Рисунок 1 – Динаміка валового збору соняшника в Україні за 1991–2024 рр.

За формулою (1) визначено прогнозне значення валового збору соняшника в Україні на 2026 рік:
 $y_p = 11940,51$ тис. тон.

Список використаних джерел

1. Соняшник | Основні характеристики, цікаві факти й вирощування в Україні / Zemliak. Режим доступу: <https://zemliak.com/kultury/8761-sonyashnik>
2. Статистичний збірник «Рослинництво України» (1991-2024рр.) / Державна служба статистики України. Режим доступу: https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/07/Arch_rosl_zb.htm

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗРОБКИ TELEGRAM – БОТУ ДЛЯ МОНІТОРИНГУ ПРОДАЖІВ

Горбачова А.В., студ. 4 курсу ФЕІМ, спец., «Інформаційні системи та технології»

Науковий керівник: доц. Я.В. Долгіх

Сумський НАУ

Сучасний бізнес характеризується високими темпами розвитку та гострою конкуренцією, що вимагає від підприємств ефективного управління процесами продажу. Для досягнення стабільних результатів компанії потребують інструментів, здатних швидко збирати, обробляти й аналізувати великі обсяги даних. Особливої актуальності набувають автоматизовані рішення, які дають можливість приймати управлінські рішення на основі достовірної інформації у режимі реального часу. Одним з таких рішень є Telegram-боти, які інтегруються з корпоративними системами обліку та аналітики, забезпечуючи менеджерів оперативними даними про продажі. Використання подібних інструментів сприяє значній оптимізації бізнес-процесів, підвищенню продуктивності працівників і загальної ефективності діяльності підприємства.

Telegram-боти для моніторингу продажів можуть автоматично збирати, структурувати та аналізувати дані з різних джерел – CRM-систем, ERP-платформ, інтернет-магазинів і баз даних. Завдяки інтеграції з корпоративними інформаційними системами, боти забезпечують доступ до показників у реальному часі, що значно спрощує роботу менеджерів та аналітиків. Як зазначено у дослідженні [1], використання чат-ботів у продажах дозволяє підвищити швидкість обробки інформації на 35–45 %, зменшити кількість ручних операцій і скоротити ризик помилок під час введення даних. Дослідження [2] підкреслює, що інтеграція Telegram-ботів із CRM-системами допомагає підприємствам скоротити час підготовки звітів на 60 %, а також підвищити оперативність управлінських рішень. Це особливо важливо для компаній, які працюють у сфері електронної комерції, де швидке реагування на зміни попиту має критичне значення. Крім того, за даними аналітичної платформи Drift, 37 % користувачів віддають перевагу взаємодії з чат-ботом для отримання комерційної інформації, що підвищує рівень залучення клієнтів. Ще одним важливим аспектом є безпека даних. Telegram використовує протоколи шифрування MTProto, які забезпечують конфіденційність інформації між користувачем і сервером, що підтверджується в дослідженні [3]. Це робить Telegram-ботів надійним інструментом для аналітики продажів навіть у великих корпоративних системах.

Додатковою перевагою Telegram-ботів є їхня гнучкість та можливість налаштування під потреби конкретного підприємства. Сучасні боти можуть виконувати не лише функції інформування, а й прогнозувати обсяги продажів на основі статистичних даних, визначати найбільш прибуткові товарні позиції та автоматично формулювати рекомендації для менеджерів. У дослідженні [4] зазначається, що автоматизація аналітики скорочує час прийняття рішень на 28 %, а за даними [5], понад 89 % компаній e-commerce вже використовують чат-боти для моніторингу показників продажів.

Отже, Telegram-боти [6] не лише автоматизують процес збору й аналізу даних про продажі, але й сприяють підвищенню ефективності бізнес-процесів, оперативності рішень, зменшенню людського фактору та підвищенню безпеки інформації.

Список використаних джерел

1. Sutantri Sutantri. Effectiveness of Using AI-Based Chatbots in Increasing Customer Engagement. OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen. 2025. Vol. 5, no. 2. P. 662–671. URL: <https://doi.org/10.55606/optimal.v5i2.6516>
2. Kudriavtsev, A., & Ushakov, A. (2021). Telegram Bots as Tools for Business Process Automation. CEUR Workshop Proceedings, Vol. 3052. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-3052/paper15.pdf>
3. Lv, R., & Chen, S. (2024). The Impact of Chatbot Communication Style and Encryption Protocols on Business Security. Frontiers in Business, Economics and Management, 14(1), 161–166. URL: <https://drpress.org/ojs/index.php/fbem/article/view/18883>
4. McKinsey & Company. (2023). The State of AI in 2023. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-how-organizations-are-rewiring-to-capture-value>
5. Demandsage (2025). AI In eCommerce Statistics 2025 (Growth & Trends) URL: https://www.demandsage.com/ai-in-e-commerce-statistics/?utm_source
6. Telegram Bot API Documentation. Telegram Bots Platform Overview. URL: <https://core.telegram.org/bots>

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Гжебовський В.А., студ. 4 курсу ФЕІМ, спец. «Інформаційні системи та технології»
Науковий керівник: доц. Я.В. Долгіх
Сумський НАУ

Ефективна наукова діяльність неможлива без використання розвиненої інформаційно-технологічної (ІТ) інфраструктури, яка забезпечує збирання, зберігання, обробку, аналіз і передачу великих обсягів даних [1]. Під поняттям ІТ-інфраструктури розуміють сукупність апаратних, програмних, мережових та сервісних компонентів, які створюють єдине інтегроване середовище для проведення експериментів, обчислень, аналітики, обміну результатами та зберігання наукових матеріалів [2]. Така інфраструктура забезпечує дослідникам доступ до потужних ресурсів, сприяє автоматизації процесів, знижує ризики втрати даних і дозволяє ефективно організувати наукову взаємодію. Основними складовими ІТ-інфраструктури є:

1. Обчислювальні ресурси (НРС-системи, High Performance Computing) – це високопродуктивні обчислювальні комплекси, які забезпечують проведення складних математичних розрахунків, моделювання та аналіз великих даних [3];

2. Хмарні технології, які надають можливість гнучко масштабувати ресурси, отримувати віддалений доступ до програмного забезпечення та даних [1]. Хмарні сервіси мінімізують потребу у власному обладнанні, знижуючи витрати на його обслуговування;

3. Системи зберігання даних, які створюють надійне середовище для збереження результатів досліджень, резервного копіювання та швидкого обміну великими обсягами інформації [2]. Вони повинні забезпечувати високу пропускну здатність, захист від втрат чи несанкціонованого доступу, архівування;

4. Програмне забезпечення для аналітики та візуалізації даних дозволяє дослідникам обробляти результати експериментів, здійснювати статистичний аналіз, будувати моделі, графіки й інтерактивні панелі для інтерпретації результатів [3]. Такі інструменти значно підвищують наочність і розуміння складних закономірностей у даних;

5. Інструменти спільної роботи (GitHub, JupyterHub, Overleaf тощо) забезпечують ефективну командну взаємодію, координацію завдань, спільне редагування наукових документів і відстеження версій коду чи аналітичних проєктів [1].

Створення ефективної дослідницької ІТ-інфраструктури включає кілька ключових етапів:

1. Аналіз потреб користувачів – визначення вимог науковців до обчислювальних потужностей, обсягу даних, безпеки та доступу;

2. Проєктування архітектури системи – розробка структури інфраструктури, вибір типів серверів, сховищ і мережових рішень [2];

3. Вибір технологічної платформи – підбір оптимальних програмних і апаратних засобів для забезпечення сумісності й ефективності;

4. Впровадження засобів безпеки та адміністрування – створення систем контролю доступу, шифрування даних, моніторингу продуктивності та кіберзахисту [3];

5. Тестування продуктивності й масштабування – оцінка ефективності інфраструктури та її здатності адаптуватися до зростання кількості користувачів чи даних.

Важливою умовою сучасних наукових досліджень є відповідність принципам FAIR (Findable, Accessible, Interoperable, Reusable), що передбачає знаходжуваність, доступність, сумісність і можливість повторного використання наукових даних [1]. Дотримання цих принципів сприяє відкритій науці, дозволяє уникати дублювання досліджень і стимулює інновації через вільний обмін знаннями. Одним із найуспішніших прикладів реалізації таких підходів є EOSC (European Open Science Cloud) – європейська відкрита наукова хмарна екосистема, створена Європейською Комісією [1]. Вона об'єднує наукові ресурси, обчислювальні потужності та сховища даних у єдиному цифровому просторі, забезпечуючи дослідникам у всіх країнах ЄС зручний доступ до даних і сервісів.

Отже, створення сучасної ІТ-інфраструктури для наукових досліджень дозволяє значно підвищити швидкість обробки даних, забезпечує їхню безпечність і цілісність, розширює можливості для співпраці між науковими центрами та сприяє розвитку відкритої, інтегрованої та інноваційної науки.

Список використаних джерел

1. European Open Science Cloud (EOSC) – «Research & Innovation» (Європейська Комісія) URL: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/strategy/strategy-research-and-innovation/our-digital-future/open-science/european-open-science-cloud-eosc_en
2. IBM Information Infrastructure Solutions Handbook – «An information infrastructure is comprised of software, servers, storage, and networks...» URL: <https://www.redbooks.ibm.com/abstracts/sg247814.html>
3. IBM Research. IT Infrastructure Overview. URL: <https://arxiv.org/html/2407.05467v1>

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ІНТЕРАКТИВНОГО ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМЕТРИКА»

Кошман М.С., студ. 4 курсу ФЕІМ, спец. «Інформаційні системи та технології»
Науковий керівник: доц. Я.В. Долгіх
Сумський НАУ

У сучасних умовах цифрової трансформації освіти зростає потреба у впровадженні інноваційних технологій, що сприяють підвищенню ефективності навчального процесу та формуванню цифрових компетентностей здобувачів освіти. Актуальним є розроблення інтерактивних систем контролю знань студентів, які забезпечують автоматизацію процесу оцінювання, оперативний зворотний зв'язок і можливість адаптації навчальних завдань до рівня підготовки користувача. Особливо це важливо для дисциплін, пов'язаних з аналізом даних і математичними розрахунками, зокрема економетрики.

Метою дослідження є обґрунтування підходів до створення інтерактивної інформаційної системи оцінювання знань студентів з дисципліни «Економетрика».

Для створення інтерактивної інформаційної системи оцінювання знань студентів з дисципліни «Економетрика» планується розроблення прототипу веборієнтованої системи, що дозволить викладачеві створювати та редагувати тести, контролювати результати проходження, а студентам -- проходити тестування у зручному інтерактивному форматі.

Завдання дослідження:

- 1) проведення аналізу існуючих програмних рішень та визначення їх переваг і недоліків;
- 2) формування функціональних вимог до майбутньої системи.

Планується використання методів системного аналізу, порівняльного аналізу програмних продуктів, а також інструментів вебпрограмування для створення архітектури і бази даних.

Окрему увагу планується приділити питанню інтеграції майбутньої системи у навчальне середовище. Для цього передбачається аналіз можливостей підключення до існуючих електронних платформ, що використовуються для організації освітнього процесу, та забезпечення сумісності із загальними стандартами академічної звітності. Такий підхід дозволить забезпечити безперервність навчального процесу, спростити облік результатів і зробити систему гнучкою для застосування у різних дисциплінах. Крім того, у подальшому передбачається впровадження функцій збору аналітичних даних, які дадуть змогу оцінювати ефективність засвоєння матеріалу та прогнозувати успішність студентів.

Важливим методичним аспектом дослідження є можливість використання інтерактивних систем оцінювання не лише як інструменту контролю, а й як засобу активного навчання. В умовах дистанційної та змішаної форми освіти така система може виконувати функцію постійного самоконтролю, сприяючи формуванню у студентів навичок самооцінювання та критичного аналізу власних знань. Це створює передумови для підвищення мотивації до вивчення складних тем, забезпечує сталість навчального процесу та підвищує рівень академічної доброчесності.

Очікується, що реалізація інтерактивної системи сприятиме підвищенню об'єктивності оцінювання знань, скороченню часу на перевірку результатів і підвищенню залученості студентів до навчального процесу. Крім того, впровадження таких технологій дозволить оптимізувати роботу викладачів, забезпечить накопичувальний моніторинг успішності та підвищить якість викладання дисциплін, що передбачають використання аналітичних і статистичних методів.

Подальші дослідження будуть спрямовані на удосконалення алгоритмів оцінювання, створення системи автоматичного аналізу результатів та розробку адаптивного механізму формування тестових завдань відповідно до рівня підготовки студентів.

Отже, реалізація запропонованої інтерактивної системи має потенціал підвищити якість викладання дисципліни «Економетрика», зробити процес оцінювання більш ефективним і гнучким.

Список використаних джерел:

1. Биков В. Ю., Спірін О. М. Інформаційно-комунікаційні технології в освіті: концептуальні засади. К.: Педагогічна думка, 2019.
2. Литвин В. В., Яковина В. С. Інтелектуальні інформаційні системи: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020.
3. Гриценко В. І., Мельник Т. М. Використання цифрових технологій у процесі навчання студентів економічних спеціальностей. Київ: КНЕУ, 2021.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ ТА ПРОЕКТУВАННЯ ВЕБ-ДОДАТКУ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ АЛГОРИТМІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМ «ЛЮДИНА-МАШИНА»

Маяк А.О., студент 4 курсу ФЕіМ, спец. «Інформаційні системи та технології»
Науковий керівник: доц. Н.Б. Пасько
Сумський НАУ

Якість функціонування автоматизованих систем суттєво залежить від надійності діяльності людини-оператора. Для вибору раціональних алгоритмів людино-машинної взаємодії необхідно оперативно оцінювати показники надійності діяльності людини-оператора такі як: імовірність правильного виконання алгоритму функціонування (АФ); своєчасність виконання АФ. Існують розроблені науковою школою професора Губінського А. І. математичні моделі для оцінювання типових функціональних структур (ТФС) та методологія редукції функціональних мереж (ФМ), які описують людино-машинну взаємодію, Але моделі та інформаційні технології оцінювання, розроблені в рамках наукової школи [1-3,5], не забезпечують можливості автоматичного онлайн оцінювання. В зв'язку з ергономічними проблемами систем «людина-машина» стає актуальною задача розробки веб-додатку онлайн оцінювання надійності людино-машинної взаємодії. Об'єкт дослідження - діяльність операторів систем «людина-машина». Предмет дослідження. - оцінювання надійності алгоритмів діяльності операторів систем «людина-машина».

Суть процедур оцінювання показників людино-машинної взаємодії полягає у виконанні наступних етапів: – виділяються дії та операції процесу функціонування системи; – у відповідність діям та операціям ставлять типові функціональні одиниці (ТФО); – встановлюють логіко-функціональні зв'язки між ТФО та формують модель процесу (множина ТФО та зв'язків між ними утворюють модель у вигляді ФМ); – здійснюється пошук ТФС, які замінюються на еквівалентні ТФО з такими самими показниками якості виконання та витрат ресурсів. Остання процедура повторюється багаторазово до повного згортання ФМ. Вказані етапи можуть бути відповідним чином формалізовані і реалізовані за допомогою веб-додатку оцінювання якості АФ систем «людина-машина». Проект запропонованого веб-додатку складається із специфікації вимог до програмних модулів, комплексу UML-діаграм, проекту бази даних та прототипу інтерфейсу користувача. Опис системи здійснюється відповідно до методології IDEF0. Проектування бази даних полягає у виявленні інформаційних сутностей, їх властивостей, описі інформаційних зв'язків, формуванні ER-діаграми та даталогічної моделі бази даних, що відповідає вибраній системі управління базами даних. До основних інформаційних сутностей предметного середовища відноситься: ТФС, ТФО, показники якості виконання операцій, ідентифікація алгоритмів функціонування, оператори-виконавці, опис АФ, редукція АФ та ін. Для реалізації бази даних застосовується реляційна СУБД MySQL [4]. База даних зберігається на віддаленому сервері, користувачі через веб-браузер отримують доступ до бази даних, через інтерфейс користувача формують запити до бази даних. Створення та корегування бази даних виконується через утиліту phpMyAdmin, що є частиною веб-сервера. MySQL забезпечує зберігання, пошук, сортування та вибирання даних. Доступом до даних керує сервер MySQL. Доступ до даних мають лише авторизовані користувачі. При цьому використовується мова структурованих запитів SQL.

Запропонований веб-додаток дозволяє автоматизувати онлайн оцінювання надійності алгоритмів діяльності операторів систем «людина-машина», а саме обслуговувати клієнтів системи, серед яких – оператори-керівники, адміністратор системи. До основних сервісів веб-додатку відноситься: оперативне моделювання діяльності операторів з метою виявлення ергономічних резервів підвищення надійності управлінських процесів, обробка запитів клієнтів, формування звітності.

Список використаних джерел

1. Lavrov, E., Siryk, O., Kirichenko, I., Barchenko, N., Chybiriak, Y. The Methodology of Managed Functional Networks for Organizing Effective and Adaptive Human- Machine Dialogue in Automated Systems CEUR Workshop Proceedings, 2021, 3013, pp. 428–437
2. Lavrov, E., Pasko, N. Development of Models for Computer Systems of Processing Information and Control for Tasks of Ergonomic Improvements Communications in Computer and Information Science, 2018, 920, pp.98–109 DOI 10.1007/978-3-319-99972-2_8
3. Lavrov, E., Paderno, P., Siryk, O., Kyzenko, V., Kosianchuk, S., Bondarenko, N., Burkov, E. Functional Networks for Modeling and Optimization Human-Machine Systems (2021) Advances in Intelligent Systems and Computing, 1313 AISC, pp. 189-196. <http://www.springer.com/series/11156> ISBN: 978-303066936-2 doi: 10.1007/978-3-030-66937-9_21
4. Реляційні бази даних. Relational databases. URL:https://rdb.dp.ua/uk/chapter_02#2.5 (дата звернення: 01.11.2024).
5. Лавров Є. А., Пасько Н.Б. Свідотство про реєстрацію авторського права на твір «Комп'ютерна програма «Комп'ютерна технологія моделювання дискретної людино-машинної взаємодії» Лавров Є. А., Пасько Н.Б., № 45262, 21.08.2012.

ОСНОВНІ ЗАДАЧІ СТВОРЕННЯ ВЕБ-ДОДАТКУ ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ СПІВПРАЦІ СТУДЕНТІВ ТА РОБОТОДАВЦІВ

Крамський А.С., студ. 4 курсу ФЕіМ, спец. «Інформаційні системи та технології»
Науковий керівник: доц. О.Б. В'юненко
Сумський НАУ

У сучасних умовах цифровізації освіти та ринку праці питання ефективної взаємодії між студентами та роботодавцями набуває особливої актуальності. Існуючі механізми пошуку місць практики часто є неструктурованими, не інтерактивними та не враховують індивідуальні потреби студентів. Відсутність єдиного цифрового інструменту ускладнює процес комунікації, знижує прозорість та обмежує доступ до актуальних пропозицій. Саме тому розробка веб-платформи, яка об'єднує студентів, компанії та університет, є важливим кроком до підвищення ефективності освітнього процесу та професійної реалізації молоді.

Метою роботи є проектування та створення концепції веб-додатку, який забезпечить зручний пошук вакансій, публікацію резюме, фільтрацію пропозицій та організацію співпраці між студентами та роботодавцями. Основні завдання:

- формалізувати предметну область та визначити ключові сутності;
- розробити структуру бази даних та логіку взаємодії;
- створити прототип користувацького інтерфейсу;
- обґрунтувати вибір технологій для реалізації платформи.

Для реалізації поставленої мети планується використати методи системного аналізу, моделювання інформаційних структур, прототипування інтерфейсу та проектування архітектури веб-додатку. На першому етапі здійснюється формалізація предметної області, визначення ключових сутностей (студент, роботодавець, вакансія, резюме, категорія, спеціальність, локація) та побудова логічної моделі бази даних. Візуалізацію структури виконано у вигляді ER-діаграми засобами *PlantUML*. Приблизна структура проєкту представлена на рисунку 1.

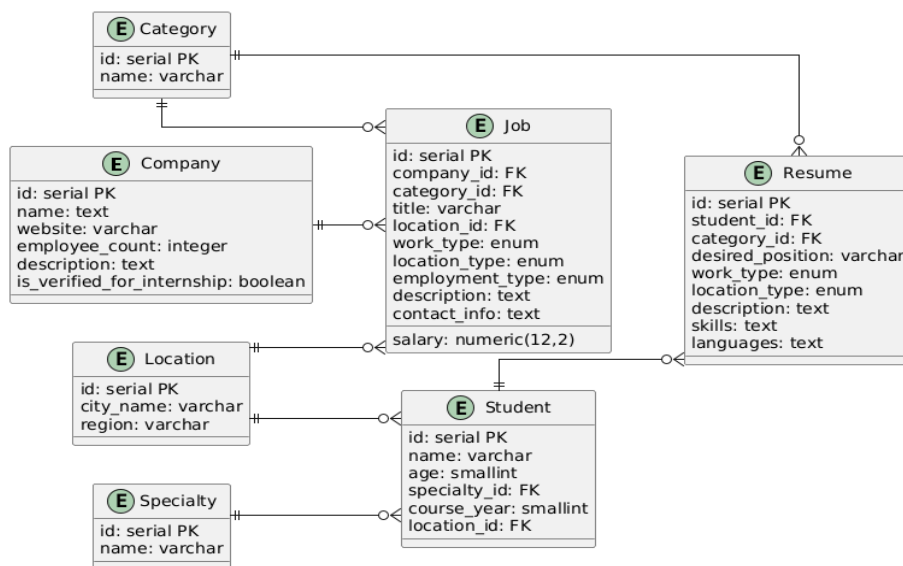


Рисунок 1 – ER-діаграма проєкту

У результаті реалізації проєкту передбачається створення веб-платформи, яка дозволить студентам зручно шукати вакансії та подавати резюме, а роботодавцям — публікувати пропозиції та переглядати кандидатів. Система буде підтримувати фільтрацію за категоріями, типом зайнятості, локацією та іншими параметрами. Очікується, що платформа стане ефективним інструментом для покращення комунікації між учасниками освітнього процесу та сприятиме підвищенню рівня працевлаштування студентів. Проєкт має потенціал для подальшого розвитку та впровадження в IT-інфраструктуру університету.

Список використаних джерел

1. Міллер Т. The IoT and AI in Agriculture: The Time Is Now. *Sensors*. 2025. Vol. 25(12).
2. Soussi A. Smart Sensors and Smart Data for Precision Agriculture: A Review. *Sensors*. 2024. Vol. 24(8).

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД МОДЕЛЕЙ ДАНИХ ОСВІТЬОГО ПРОЦЕСУ ДЛЯ ПРОЄКТУВАННЯ БАЗИ ДАНИХ АВТОМАТИЗОВАНОЇ ПІДСИСТЕМИ

Суrowsька О.І., студ. 4 курсу ФЕІМ, спец. «Інформаційні системи та технології»
Науковий керівник: доц. С.В. Агаджанова
Сумський НАУ

Сучасні освітні установи генерують та обробляють значні обсяги інформації, пов'язаної з навчальним процесом: від обліку студентів та навантаження викладачів до формування розкладу та оцінювання. Ефективне керування навчальним відділом вимагає оперативної обробки цих даних. Існуючі традиційні системи документообігу часто є розрізненими, що призводить до дублювання інформації, помилок та уповільнення управлінських рішень.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю створення цілісної, масштабованої та легкокерованої бази даних (БД), яка є основою для розробки автоматизованого програмного застосунку підсистеми керування. Без детального аналізу предметної області та існуючих підходів проєктування такої БД може виявитися неефективним.

Мета тез полягає у проведенні аналітичного огляду та порівняння існуючих моделей даних освітнього процесу (ОП) для обґрунтування вибору й розробки оптимальної логічної моделі бази даних майбутньої автоматизованої підсистеми, яка задовольнятиме специфічні вимоги освітнього закладу.

Навчальний процес у закладах вищої (або професійної) освіти може бути описаний через взаємодію низки ключових сутностей. Основними з них є: Студент, Група, Викладач, Дисципліна (Курс), Навчальний план, Розклад, Навчальне навантаження та Оцінка (Результат). Взаємозв'язки між цими сутностями є складними, наприклад, зв'язок між Студентом та Оцінкою є "один до багатьох" (1:N), тоді як між Дисципліною та Викладачем – "багато до багатьох" (N:M). Якісне проєктування БД вимагає чіткої нормалізації цих зв'язків.

На основі аналізу встановлено, що цільова модель даних повинна мати наступні ключові властивості:

Масштабованість – можливість додавати нові сутності (наприклад, електронні портфоліо) без значної перебудови ядра.

Цілісність даних – забезпечення коректності зв'язків та уникнення дублювання інформації через механізми первинних та зовнішніх ключів.

Ефективність запитів – оптимізація структури для швидкого формування звітів (наприклад, про успішність групи, виконання навантаження).

Для розробки підсистеми пропонується використати розширену реляційну модель (Entity-Relationship Model). Вона найкраще підходить для структурованих облікових даних навчального відділу, забезпечуючи необхідний рівень нормалізації (до 3NF). Використання реляційної моделі також спрощує подальшу інтеграцію з існуючими СУБД (PostgreSQL, MySQL).

Логічна модель буде включати спеціалізовані асоціативні таблиці для керування зв'язками N:M. Наприклад, для обліку оцінок буде використовуватися таблиця зв'язку Оцінка (Студент, Дисципліна, Викладач, Дата, Бал), де ідентифікатори Студент та Дисципліна є частиною складеного первинного ключа. Це забезпечить точний облік результатів за кожною дисципліною для кожного студента.

Результатом аналізу є встановлення найбільш доцільної архітектури даних для автоматизованої підсистеми керування навчальним відділом — нормалізована реляційна модель, адаптована до специфічних вимог української освітньої системи. Критичний огляд виявив прогалини у стандартних комерційних моделях, особливо у частині обліку навчального навантаження та рейтингових систем.

Перевага цієї роботи полягає у створенні логічної моделі даних, яка слугуватиме фундаментом для розробки функціональної бази даних. Ця модель мінімізує надлишковість, забезпечує цілісність та спрощує запити, що критично важливо для оперативності навчального відділу.

Список використаних джерел

1. Биков В. Ю., Лещенко М. О. Автоматизовані системи управління закладом вищої освіти: проблеми та перспективи розвитку в Україні. Інформаційні технології і засоби навчання. 2019. Т. 72, № 4. С. 1–18.
2. Коваленко О. І. Моделювання бізнес-процесів навчального відділу в нотатції BPMN. Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки. 2021. № 6 (303). С. 132–137.
3. Проєктування інформаційних систем для управління навчанням: огляд та аналіз архітектур LMS / С. В. Петренко та ін. ; за ред. І. А. Іванова. Харків : Вид-во ХПІ, 2022. 210 с.

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ЩОДО РОЗРОБКИ БІОМЕТРИЧНОГО ТЕРМІНАЛУ

Гервольський М. Д., студ. 4 курсу курсу ФЕіМ, спец. «Інформаційні системи та технології»
Науковий керівник: доц. С.В. Агаджанова
Сумський НАУ

Обрана проблема безпосередньо пов'язана з темою кваліфікаційної роботи, тому що для того, щоб розробити якісний додаток для взаємодії з терміналом обліку робочого часу, треба детально дослідити біометричні технології та провідні напрями розвитку галузі. Метою дослідження є аналітичний огляд біометричних технологій з урахуванням сучасних тенденцій, з метою виявлення їх переваг та недоліків. Предметом дослідження є біометричні технології та методи підходу до їх застосування.

Актуальність даного дослідження зумовлена зростанням потреби у надійних способах визначення особи в умовах поширення цифрових технологій у суспільстві. Біометричні термінали використовуються у банках, системах контролю доступу, охороні, транспорті, освіті, державному управлінні, підприємницькій діяльності та інших сферах. У цій галузі є багато викликів і проблем, серед яких — необхідність забезпечення більшої надійності, морально-етичні аспекти, захист персональних даних і відсутність уніфікації підходів, що створює необхідність продовження досліджень для покращення технологій.

Фізіологічна біометрія базується на унікальних ознаках тіла — відбитках пальців, обличчі, райдужці, венах. Найпоширенішим методом є верифікація за відбитком пальця, що реалізується оптичними, емнісними або ультразвуковими сканерами. Серед недоліків — зношуваність, відсутність гігієнічності та можливість зняття копій. Є три основні типи сканерів: оптичний сканер — перехоплює зображення відбитка, використовуючи відбивання світла від поверхні шкіри; він простий і дешевий, але чутливий до забруднень; емнісний сканер — вимірює зміни електричного заряду між сенсорною матрицею та шкірою, забезпечує високу точність і стійкість до підробок; ультразвуковий сканер — використовує звукові хвилі високої частоти для побудови тривимірного рельєфу відбитка, працює навіть через вологу або забруднену шкіру. Оптичні сканери швидко й точно читають відбитки, але їх не можна встановити під екран. Емнісні версії дешеві, компактні, але менш точні й менш захищені. Ультразвукові ж мають високу точність і безпеку, бо сканують глибокі шари шкіри, але вони дорожчі й повільні [1]. Важливе місце посідає розпізнавання обличчя, що аналізує геометрію рис людини за допомогою 2D- або 3D-камер. 2D-сканери дешевші, але вразливі до підробок, 3D-системи точніші завдяки ІЧ-сенсорам (приклад — Face ID компанії Apple). Такі системи інтегрують апаратні модулі та алгоритми штучного інтелекту, забезпечуючи ідентифікацію в реальному часі [2].

Поведінкова біометрія вивчає індивідуальні патерни руху — ходу, підпис, ритм набору тексту. Існує кілька типів датчиків руху, що застосовуються в біометричних системах. PIR-датчики (інфрачервоні) фіксують зміну теплового випромінювання та використовуються для виявлення присутності людини. Ультразвукові датчики вимірюють відстань за принципом ехолокації, що дає змогу визначати напрямок і швидкість руху. Радіочастотні (RF) датчики аналізують відбиття радіохвиль, забезпечуючи безконтактне виявлення мікрорухів. LiDAR- або ToF-сенсори створюють 3D-карту руху, що дозволяє точно реконструювати траєкторію ходи. Інерційні датчики (IMU) вимірюють прискорення та обертання й застосовуються для аналізу моторики — ходи або жестів [3].

У сучасних системах активно впроваджуються AI/ML-технології, що підвищують точність і швидкодію. Згорткові нейронні мережі (CNN) автоматично виділяють унікальні ознаки облич, а метод опорних векторів (SVM) класифікує шаблони відбитків пальців [4][5].

Щоб розробити мультимодальну біометричну систему або біометричний термінал, який справді відповідатиме всім сучасним вимогам, треба чітко розуміти, з якою метою він використовуватиметься; на основі цього слід вирішити, які комплектуючі підбирати та скільки вони коштуватимуть. Такий термінал чи система має мати захист від крадіжки персональних даних, а також відповідати всім етичним принципам. У принципах роботи пристроїв мають застосовуватися новітні та розвинені технології. Пристрої мають бути зручними у користуванні та зрозумілими під час інсталяції. Якщо все буде реалізовано правильно, такі рішення можуть стати повноцінною частиною Інтернету речей, покращуватимуть облік для державних органів і підприємств усіх типів та гарантуватимуть безпеку як у приміщеннях, так і за їхніми межами.

Список використаних джерел

1. https://kic.ua/blog/yak_pracyuyut_skaneri_vidbitkiv_palciv_yemnisni_optichni_ta_ultrazvukovi.html
2. <https://proit.com.ua/news/biometriya-bezpeka-vid-face-skanuvannya/>
3. <https://lemanso.com.ua/ua/blog/kak-rabotaet-datchik-dvizheniya>
4. <https://dou.ua/forums/topic/48368/>
5. https://uk.wikipedia.org/wiki/Метод_опорних_векторів

АНАЛІЗ ТА ПРОЄКТУВАННЯ АРХІТЕКТУРИ ІНФОКОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ НА ОСНОВІ СУЧАСНИХ ІТ-РІШЕНЬ

Кримов Д.О., студ.4 курсу ІСТ
Науковий керівник: доц. І.В. Шелехов
Сумський НАУ

Сучасні навчальні заклади дедалі більше потребують ефективних інфокомунікаційних систем, які забезпечують не лише швидкий обмін інформацією, але й інтеграцію адміністративних, освітніх і сервісних процесів в єдиний цифровий простір. Традиційні розрізнені ІТ-рішення — локальні мережі без централізованого управління, окремі бази даних, автономні інформаційні ресурси — створюють бар'єри для оперативного управління, аналітики та безпеки даних.

Метою роботи є проведення аналізу та проєктування архітектури сучасної інфокомунікаційної системи навчального закладу, яка забезпечує комплексне управління інформаційними потоками на основі інтегрованих ІТ-рішень.

Для досягнення поставленої мети розглянуто три основні архітектурні підходи:

1. Традиційна локальна архітектура – побудована на основі локальної мережі з окремими серверами для зберігання даних і обміну документами. Перевагою є автономність, однак система складна в адмініструванні, не масштабується та потребує значних ресурсів на технічну підтримку.

2. Хмарна архітектура (Cloud-Based) – використовує сервіси SaaS, PaaS або IaaS для централізованого зберігання та обробки даних. Такий підхід забезпечує високу доступність, безпеку, автоматичні оновлення та мінімізує потребу в локальному обладнанні.

3. Гібридна архітектура – поєднує локальні сервери (для критичних даних) з хмарними платформами (для комунікацій, навчального контенту, управління користувачами). Гібридна модель дозволяє балансувати між безпекою, гнучкістю та економічною ефективністю.

Аналіз проводився за критеріями: надійність, масштабованість, безпека, інтеграція сервісів, вартість володіння (TCO).

Результати дослідження показали, що використання гібридної архітектури є оптимальним рішенням для навчальних закладів, оскільки вона:

- забезпечує гнучке розгортання інформаційних сервісів (LMS, CRM, ERP);
- підтримує інтеграцію з зовнішніми освітніми платформами (Google Workspace for Education, Microsoft 365);
- гарантує захист даних завдяки розмежуванню хмарних і локальних компонентів;
- дає змогу поступового масштабування системи без повного перезапуску інфраструктури.

Таким чином, обґрунтовано доцільність впровадження гібридної архітектури інфокомунікаційної системи навчального закладу на основі сучасних ІТ-рішень. Такий підхід забезпечує ефективне управління освітнім процесом, підвищує інформаційну безпеку, покращує комунікацію між учасниками навчання та створює основу для подальшої цифрової трансформації освіти.

Висновки та практичне значення:

Розроблена модель архітектури може бути впроваджена у державних і приватних навчальних закладах, зокрема у Глухівському вищому професійному училищі, для створення єдиного інформаційного середовища. Реалізація системи передбачає об'єднання локальної мережі, бази даних студентів і викладачів, системи електронного документообігу та сервісів дистанційного навчання. Це дозволить:

- автоматизувати облік навчальної та адміністративної інформації;
- скоротити витрати часу на комунікацію між структурними підрозділами;
- забезпечити швидкий доступ до актуальних даних у режимі реального часу;
- підвищити рівень цифрової компетентності персоналу та студентів.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на розробку моделі кіберзахисту для інфокомунікаційної системи та створення інтелектуального модуля аналітики, який використовуватиме штучний інтелект для моніторингу ефективності освітнього процесу та прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел

1 Geasela Y., Legowo N. Designing Information System Architecture Based on Education 4.0: Case Study – Senior High School Institutions of Indonesia [Електронний ресурс] // *International Journal of Computer Science and Information Security*. – 2022. – Т. 20, № 8.

2 Бобро Н. Transforming Information Architecture in the Context of University Digitalization [Електронний ресурс] // *Information Technologies in Education*. – 2025. – Вип. 54. – Режим доступу: <https://ite.kspu.edu/index.php/ite/article/view/908>.

РОЗРОБКА ВЕБДОДАТКУ ІНТЕРАКТИВНОЇ ПЛАТФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ ЦЕНТРУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ТВОРЧОСТІ МОЛОДІ

Потапенко М. Т., студ. 4 курсу ФЕіМ, спец. 126 «Інформаційні системи та технології»
Науковий керівник: доц. О. Б. В'юненко
Сумський НАУ

У сучасних умовах цифрової трансформації суспільства інформаційні технології є невід'ємною складовою ефективного функціонування будь-якої організації, зокрема освітніх закладів. Центри науково-технічної творчості молоді активно інтегрують цифрові інструменти у свою діяльність, забезпечуючи автоматизацію освітніх процесів, комунікацію між учасниками та ефективно управління ресурсами. Водночас відсутність єдиної інформаційної платформи призводить до фрагментарності інформаційних потоків, ускладнює взаємодію між учнями, викладачами та адміністрацією, що знижує загальну ефективність навчального процесу. Це обумовлює необхідність створення інтегрованої вебплатформи, здатної об'єднати всі напрями діяльності Центру в єдину цифрову екосистему.

Метою проекту є розроблення вебдодатка, який виступатиме універсальним інформаційно-комунікаційним середовищем Центру науково-технічної творчості молоді. Запропонована система має забезпечити учням, педагогічним працівникам і адміністрації зручний доступ до навчальних матеріалів, можливість оперативного обміну інформацією та координації навчальної, творчої й організаційної діяльності. Впровадження такої платформи дозволить підвищити рівень цифрової взаємодії, оптимізувати управлінські процеси та створити сприятливі умови для розвитку інноваційної освітньої діяльності.

Розроблення системи передбачає використання сучасних вебтехнологій. Мови розмітки HTML і стилізації CSS забезпечать структурне та візуальне оформлення сторінок, JavaScript — інтерактивність та динамічність взаємодії з користувачем, а система керування базами даних MySQL — надійне збереження інформації про користувачів, гуртки та події. Серверна частина може бути реалізована з використанням Python (Django) або Node.js, що гарантує стабільність роботи, масштабованість і можливість подальшої модернізації без значних витрат ресурсів. Такий технічний підхід відповідає сучасним вимогам до розроблення інформаційних систем освітнього призначення.

Вебплатформа виконуватиме не лише функцію внутрішньої комунікації, а й представницьку роль, виступаючи офіційним електронним ресурсом Центру в мережі Інтернет. На сайті планується розміщення описів освітніх програм і гуртків, фотогалерей, новин, анонсів подій та історій успіху вихованців. Така структура сприятиме популяризації науково-технічної творчості серед молоді, формуванню позитивного іміджу закладу та залученню нових учасників до його діяльності.

Після впровадження системи передбачається проведення тестування із залученням цільових користувачів. Метою цього етапу є оцінювання зручності інтерфейсу, функціональності та рівня задоволеності користувачів. Зворотний зв'язок дозволить виявити недоліки та вдосконалити систему відповідно до практичних потреб. У подальшому можливе розширення функціоналу шляхом інтеграції інструментів для проведення онлайн-конкурсів, майстер-класів, дистанційних занять, інтерактивних виставок і наукових заходів.

Запровадження запропонованої вебплатформи відкриває широкі перспективи для подальшого розвитку освітнього середовища Центру науково-технічної творчості молоді. Її впровадження забезпечить можливість організації дистанційних форм навчання, проведення онлайн-заходів, конкурсів, виставок і майстер-класів, сприятиме інтеграції різних напрямів діяльності гуртків у єдиному інформаційному просторі. Використання платформи стимулюватиме обмін досвідом між учасниками освітнього процесу, підвищуватиме рівень цифрової грамотності, комунікаційної культури та інформаційної компетентності учнів.

Список використаних джерел

1. Turban E., Pollard C., Wood G. *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability*. 11th ed. Hoboken : Wiley, 2018. 640 p.
2. Ковальчук І.П. Інформаційна підтримка управління аграрними підприємствами в умовах цифровізації. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 45–52.

ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ПРОЄКТУ З РОЗРОБКИ ІТ-СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ РОБОЧИХ МІСЦЬ

Дубінчин В.С., студ. 2м курсу ФЕіМ, спец. 126 «Інформаційні системи та технології»
Наукова керівниця: доц. Ю.О. Руденко
Сумський НАУ

Сучасна цифрова трансформація державного сектору вимагає впровадження інформаційних технологій, здатних забезпечити стабільну працездатність комп'ютеризованих робочих місць та ефективний моніторинг їх технічного стану. Одним із ключових аспектів упровадження таких систем є оцінювання вартості проєкту, що передбачає визначення структури витрат на всіх етапах його життєвого циклу.

Як зазначають автори праці [1] їх реалізації, оскільки недооцінка окремих статей витрат призводить до дефіциту фінансування на етапі впровадження. Н.Потриваєва наголошує, що в умовах бюджетних обмежень державні установи мають приділяти особливу увагу розрахунку повної вартості володіння ІТ-системою, враховуючи не лише розробку, а й технічну підтримку, навчання персоналу та оновлення програмного забезпечення [2].

Згідно з сучасними підходами до управління ІТ-проєктами, оцінювання вартості доцільно здійснювати на основі методики повного життєвого циклу (Life Cycle Costing, LCC), яка передбачає комплексний облік витрат від етапу проєктування до виведення системи з експлуатації [3]. Цей підхід дозволяє визначити не лише початкові інвестиції, але й прогнозувати витрати на подальше обслуговування та модернізацію програмного продукту.

На практиці зазначену методику можна продемонструвати на прикладі оцінювання вартості проєкту розробки ІТ-системи контролю працездатності комп'ютеризованих робочих місць для Управління Державної казначейської служби України у Шосткинському районі Сумської області. Проєкт передбачає створення системи моніторингу 35 робочих станцій, що забезпечують фінансово-бюджетне обслуговування місцевих установ. До основних етапів проєкту належать аналіз існуючої ІТ-інфраструктури, розробка технічного завдання, програмування модулів моніторингу, налаштування серверної частини, впровадження системи та навчання персоналу.

Загальні витрати на реалізацію такого проєкту включають оплату праці розробників, витрати на технічне забезпечення, ліцензійні збори за використання програмних компонентів, навчання користувачів і витрати на технічну підтримку протягом п'яти років експлуатації. За попередніми розрахунками, сумарна вартість становить близько 300 тис. грн. При цьому близько 40 % витрат припадає на етап розробки та тестування, 30 % — на впровадження й інтеграцію системи, решта — на навчання персоналу й технічне обслуговування.

Доцільність таких інвестицій визначається очікуваним економічним ефектом — зниженням простоїв обладнання, зменшенням кількості технічних збоїв і підвищенням продуктивності працівників [3]. У випадку Шосткинського управління очікується скорочення витрат на технічне обслуговування комп'ютерної техніки приблизно на 15% щорічно, а окупність проєкту прогнозується протягом двох-трьох років.

Варта зазначити, що впровадження розподілених систем моніторингу з використанням IoT-компонентів у державних установах є ключем до підвищення надійності інформаційної інфраструктури [4]. Отже, застосування запропонованої ІТ-системи контролю працездатності не лише оптимізує технічні процеси, але й створює передумови для більш ефективного управління ресурсами у сфері державних фінансів.

Таким чином, практичний досвід оцінювання вартості ІТ-проєкту для Управління Державної казначейської служби України у Шосткинському районі демонструє ефективність методики LCC у державному секторі. Такий підхід забезпечує прозорість бюджетного планування, обґрунтованість інвестиційних рішень і стабільне функціонування ІТ-інфраструктури установи.

Список використаних джерел

1. Дзись О., Гайдей В. Перспективні напрями цифровізації аграрних підприємств. Економіка і суспільство. 2024.
2. Потриваєва Н. Цифровізація обліку сільськогосподарських підприємств: національний і міжнародний досвід. BS Agriculture. 2024.
3. Міллер Т. The IoT and AI in Agriculture: The Time Is Now. Sensors. 2025. Vol. 25(12).
4. Soussi A. Smart Sensors and Smart Data for Precision Agriculture: A Review. Sensors. 2024. Vol. 24(8).

КОМПЛЕКСНЕ ТЕСТУВАННЯ ТА НАЛАГОДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ

Дубінчин В. С., студ. 2м курсу ФЕіМ, спец. 126 «Інформаційні системи та технології»
Наукова керівниця: доц. Ю. О. Руденко
Сумський НАУ

Сучасні комп'ютерні системи є складними багаторівневими структурами, ефективність функціонування яких визначається не лише апаратними характеристиками, а й оптимальністю програмного забезпечення та алгоритмів взаємодії компонентів. У цьому контексті важливе значення має комплексне тестування та налагодження інформаційних технологій, призначених для оцінювання ефективності роботи таких систем [1].

Як зазначає І. О. Тарасенко [2], комплексне тестування — це процес системного аналізу функціонування інформаційної технології в умовах різних навантажень, який дозволяє виявити вузькі місця, визначити стабільність і продуктивність програмно-апаратного комплексу. На відміну від часткових методів перевірки, цей підхід передбачає використання інтегрованих інструментів для моделювання сценаріїв роботи, оцінки часу відгуку, пропускну здатності та ефективності використання ресурсів.

Під час тестування доцільно застосовувати модульний, системний і регресійний підходи, що забезпечують перевірку як окремих компонентів, так і взаємозв'язків між ними [3]. Важливим етапом є побудова метричної моделі ефективності, що дозволяє здійснювати кількісну оцінку результатів тестування за такими параметрами, як швидкодія, точність, відмовостійкість та енергоефективність [4].

На практиці ефективність комплексного тестування демонструє приклад реалізації системи оцінювання працездатності у Управлінні Державної казначейської служби України у Шосткинському районі Сумської області. Під час тестування цієї системи застосовувалися сценарії з різними навантаженнями на сервери, перевірялися алгоритми моніторингу робочих місць та точність збору аналітичних даних. Виявлені затримки у передачі даних були усунені шляхом оптимізації SQL-запитів та покращення асинхронних процедур обробки інформації. Налагодження дало змогу скоротити середній час відгуку системи на 18 %, що підтверджує ефективність застосування комплексного підходу до тестування.

Після завершення тестування здійснюється налагодження інформаційної технології, яке передбачає усунення дефектів, оптимізацію алгоритмів та вдосконалення механізмів моніторингу системних показників. Як підкреслює Мельник [4], використання автоматизованих засобів налагодження з елементами машинного навчання дозволяє підвищити точність локалізації помилок і скоротити час випробувань на 25–30 %.

Інтеграція процесів тестування та налагодження у загальну архітектуру управління якістю інформаційних технологій, за спостереженнями Романенка [7], створює основу для безперервного вдосконалення систем, підвищення їхньої надійності та адаптивності до змін середовища функціонування. Таким чином, комплексне тестування та налагодження є невід'ємною складовою розробки інформаційних технологій, орієнтованих на забезпечення стабільної та прогнозованої роботи комп'ютерних систем.

Список використаних джерел

1. Глушков В. М. Основи теорії складних систем. – Київ: Наукова думка, 2019. – 312 с.
2. Коваленко С. П. Методологічні аспекти тестування комп'ютерних систем. // Системні дослідження та інформаційні технології. – 2020. – №1. – С. 45–52.
3. Тарасенко І. О. Автоматизовані методи налагодження інформаційних технологій. – Харків: ХНУРЕ, 2021. – 268 с.
4. Мельник О. В. Критерії ефективності обчислювальних систем у процесі тестування. // Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія. – 2022. – №3. – С. 22–29.
5. Романенко П. В. Інтегровані підходи до підвищення надійності програмно-апаратних комплексів. – Львів: Видавництво ЛНУ, 2023. – 198 с.
6. Романенко В. Управління якістю інформаційних технологій у процесі цифрової трансформації. Бізнес Інформ. 2025.
7. Офіційний сайт Управління Державної казначейської служби України у Шосткинському районі Сумської області. — <https://sumy.treasury.gov.ua/>

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ВІДДІЛУ НТТМ

Сосєдко Д.С., студ. 4 курсу ФЕіМ, спец. 126 «Інформаційні системи та технології»

Науковий керівник: доц. О. Б. В'юненко

Сумський НАУ

В умовах, коли цифровізація набирає обертів і кожна галузь дедалі більше покладається на інтернет-сервіси, електронні пристрої та інші інструменти, створені в цифрову епоху, освіта не повинна залишатися осторонь. Цифрова трансформація є ключовим чинником підвищення ефективності та зручності в управлінні освітнім процесом. Центр науково-технічної творчості молоді є прикладом освітнього закладу, який має технічну спроможність для проведення цифровізації, однак однією з складностей, з якою зустрічається заклад, це складність самої системи. Центр має декілька відділів, які об'єднують заняття, викладачів та аудиторії для навчання.

Одним із основних напрямів цифрової трансформації є автоматизація електронного документообігу. Перехід документообігу від паперового до електронного зменшує витрати часу на отримання, редагування та відправлення документів. Сучасні системи для електронного документообігу надають можливості, що підвищують зручність управління електронними документами: контроль версій, спільне редагування, забезпечення прозорості процесів. Такі можливості роблять адміністрування більш ефективним і зменшують ризик втрати інформації.

Іншим важливим аспектом є впровадження цифрових інструментів в освітній процес. Йдеться про використання хмарних сервісів, систем моделювання, онлайн-лабораторій і платформ для спільної роботи учнів та викладачів. Цифрові інструменти дозволяють зробити навчання більш гнучким, інтерактивним і доступним як для учнів, так і для викладачів.

Не менш важливим напрямом є створення веб-платформи для координації роботи відділу Центру науково-технічної творчості молоді. Вона може забезпечувати учасників навчального процесу доступом до розкладу гуртків, інструментів управління ними, можливістю реєстрації на гуртки, ведення звітності та обліку результатів роботи. Така система сприяє покращенню комунікації між учнями та викладачами. Відкритість веб-платформи також сприяє популяризації діяльності закладу, що заохочує молодь до участі в технічній творчості.

Останнім, але не менш важливим напрямом є зміцнення інформаційної безпеки. Із впровадженням цифрових технологій зростає й кількість даних в електронних системах. Такий обсяг інформації вимагає надійного захисту, резервного копіювання та обмеження доступу до персональних даних. Забезпечення інформаційної безпеки є необхідною умовою стабільної роботи цифрової інфраструктури відділу.

Варто додати, що така трансформація не є короткостроковим процесом, а передбачає постійний розвиток і вдосконалення. Тому для закладу важливо не лише впровадити відповідні системи, а й забезпечити регулярний огляд їх ефективності, оновлення та адаптація програмного забезпечення до потреб користувачів. Для виконання вищевказаних дій доцільно сформувати окремий підрозділ – цифровий відділ, який би займався координацією цифрових процесів, аналізом потреб користувачів, та пошуком нових технологій, впровадження яких допомогло б вирішити проблеми, або загальною підтримкою цифрової системи. В майбутньому, використання таких рішень може стати основою для єдиного інтерактивного середовища, в якому можна буде поєднати освітні матеріали, інструменти, адміністративні сервіси та оцінювання результатів діяльності гуртків. Такий підхід дозволить створити сучасний освітній простір, що зможе залучати нових учнів, та мотивувати їх до навчання, розвитку технічної творчості тощо.

Як висновок, цифрова перебудова Науково-технічного відділу Центру науково-технічної творчості молоді є важливим етапом оновлення організаційної та освітньої діяльності установи. Вона охоплює автоматизацію діловодства, застосування цифрових інструментів у навчанні, створення інтерактивних веб-рішень для керування процесом навчання, або його доповнення, а також запровадження заходів кіберзахисту. Поступова реалізація цих напрямків дасть змогу оптимізувати адміністративні процеси, підвищити доступність та якість освітніх послуг, забезпечити гнучку взаємодію між всіма сторонами освітнього процесу, а також зменшити витрати часу та сил на рутинні операції.

Список використаних джерел

1. Lv, R., & Chen, S. (2024). The Impact of Chatbot Communication Style and Encryption Protocols on Business Security. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 14(1), 161–166. URL: <https://drpress.org/ojs/index.php/fbem/article/view/18883>
2. McKinsey & Company. (2023). The State of AI in 2023. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-how-organizations-are-rewiring-to-capture-value>

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ ТА ПРОЄКТУВАННЯ ВЕБ-ДОДАТКУ ПІДТРИМКИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА

Ярмоленко С.В., студент 4 курсу ФЕіМ, спец. «Інформаційні системи та технології»
Науковий керівник: доц. Н.Б.Пасько
Сумський НАУ

На сьогодні рівень розвитку сільського господарства України характеризується наявністю малих фермерських господарств та великих агрохолдингів. Названі агроформування володіють тисячами гектарів землі, мають велику кількість структурних підрозділів, персоналу та техніки, розгалужену систему поставок продукції та закупівлі сировини. Кожного дня управлінці сільськогосподарських підприємств різних форм власності створюють величезні обсяги масивів даних, що стосуються процесів з виробництва продукції рослинництва та тваринництва і які потрібно зберігання, передавати, аналізувати. Проблеми й перспективи розвитку обліку, аналізу та аудиту в умовах інноваційних інформаційних технологій та під впливом діджиталізації економіки досліджені в [1,2]. Доведено, що ефективне функціонування аграрних підприємств потребує високого рівня організації інформаційного забезпечення. Це досягається тільки інформатизацією управлінської діяльності та розвитком інформаційних систем для підтримки інформаційних процесів.

Аналіз ринку програмних продуктів показав, що існує широкий вибір програмних засобів, які автоматизують управлінські процеси агропідприємств ("BAS АГРО.ERP", "MASTER:Argo", "ДЕБЕТ Плюс") і режими конфігурування яких дозволяють налагодити автоматизоване виконання функцій в багатьох предметних областях [3,4]. Наведені програмні комплекси є локальними програмами і не мають переваг доступності, зручності оновлень, збереження даних, колаборації, які надають веб-застосунки.

Отже, виходячи із переваг веб-застосунків, пропонуємо проект програмного засобу підтримки управлінської діяльності агропромислового підприємства рослинницького напрямку. До завдань, що вирішує веб-застосунок відносяться: сервіс користувачів, що відповідає за авторизацію та обробку користувацьких даних, підтримка нормативно-довідкової інформації (матеріальні засоби, транспортні засоби, виробничі бригади, земельні ресурси, власники земельних ресурсів), ведення вхідної інформації з обробки полів, внесення мінеральних добрив на земельні ділянки агрофірми, обробка запитів користувачів до інформаційної бази.

Проект веб-застосунку складається із сформованих вимог до програмного засобу, UML-діаграм системи, проекту бази даних та прототипу інтерфейсу користувача. До основних UML-діаграм відносимо: контекстну функціональну діаграму, що задає в загальному вигляді входи, виходи, механізми й засоби керування, діаграми декомпозиції, які моделюють окремі функції веб-застосунку, а також діаграму варіантів використання, що відображає вимоги користувачів до програмного засобу.

При проектуванні бази даних виявляються інформаційні сутності, їх властивості, описуються інформаційні потоки, формується ER-діаграма та даталогічна модель бази даних, що відповідає вибраній СУБД. До основних інформаційних сутностей, що характеризують предметну область можна віднести: земельні ресурси (паї), власники земельних ресурсів, види польових робіт, робота з земельними ресурсами, вибір транспортних засобів, вибір матеріальних засобів, контроль та управління діяльністю агрофірми.

Запропонований веб-застосунок дозволяє здійснювати підтримку управлінської діяльності в агрофірмі при виконанні робіт з земельними ресурсами, до яких належать проведення підготовчих польових робіт, посів та обробка аграрних культур, збір та складування врожаю, вибір транспортних засобів, вибір матеріальних засобів, формування необхідної звітності.

Список використаних джерел

1. Перспективи розвитку бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту в умовах інноваційних інформаційних технологій : монографія / Є. А. Карпенко, О. В. Карпенко, А. І. Мілька [та ін.]. – Полтава : ПУЕТ, 2021. 410 с.
2. Ігнатенко, С., & Томашук, І. (2024). СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ АВТОМАТИЗАЦІЇ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ. *Економічний простір*, (191), 465-472. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/192-3> (дата звернення: 04.11.2025).
3. Автоматизація у сільському господарстві. URL: <https://www.conto.com.ua/agriculture>.
4. Послуги з автоматизації бухгалтерського, оперативного та фінансового обліку. URL: <https://debet.com.ua/services>. (дата звернення: 04.11.2025).
5. Реляційні бази даних. Relational databases. URL: https://rdb.dp.ua/uk/chapter_02#2.5 (дата звернення: 05.11.2025).

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ЯК ФУНДАМЕНТ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Биченко Є.В., студ. 2м курсу ФЕіМ, спец. 126 «Інформаційні системи та технології»

Наукова керівниця: доц. Я.В.Долгіх

Сумський НАУ

Сучасний аграрний сектор переживає стрімку цифрову трансформацію, що зумовлена потребою підвищення ефективності виробничих процесів, зниження витрат, поліпшення моніторингу ресурсів та забезпечення сталого розвитку в умовах кліматичних викликів і глобальної конкуренції. Значна роль у цій трансформації належить інформаційним системам, які інтегрують різні напрями діяльності сільськогосподарських підприємств у єдине цифрове середовище. Інформаційні системи (ІС) забезпечують прозорість процесів та оперативність ухвалення управлінських рішень, що сьогодні є обов'язковою вимогою успішної діяльності. Незважаючи на роль ІС, різняться підходи до розуміння її сутності і функцій. Так, О. Гавриленко визначає інформаційну систему як «сукупність технічних, програмних, інформаційних та організаційних засобів, призначених для збирання, передавання, оброблення, зберігання та подання даних користувачам для прийняття управлінських рішень» [1].

Виходячи з того, що автори наголошують на техніко-функціональному складі та на організаційно-процесуальному аспекті рішення для агробізнесу.

Одними з ключових інструментів цифровізації агробізнесу є системи класу ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management), GIS (Geographic Information System) та технології IoT (Internet of Things).

На думку А. Моралес та співавторів [3], ERP-системи дають змогу інтегрувати основні бізнес-процеси підприємства – облік ресурсів, фінанси, закупівлі, логістику, кадрове управління, тобто у межах єдиної інформаційної платформи вирішуються обидва підходи. У сільському господарстві це означає можливість координувати виробничі цикли (посів, догляд, збір урожаю), оптимізувати використання матеріальних ресурсів і формувати звіти для ухвалення стратегічних рішень. Проте, як зазначають дослідники, поширенню ERP у агросекторі перешкоджають висока вартість впровадження, відсутність достатньої ІТ-інфраструктури та недостатній рівень цифрових компетентностей персоналу [4].

CRM-системи є іншим важливим компонентом цифрової екосистеми агропідприємств. Вони спрямовані на управління взаємодією з клієнтами та партнерами, збирання й аналітику даних про замовників, автоматизацію продажів та маркетингових кампаній. Інтеграція CRM із ERP дозволяє агропідприємствам не лише відстежувати ланцюг постачання, а й прогнозувати попит, підвищувати якість обслуговування й зміцнювати довіру до бренду.

Не менш значущими для аграрної сфери є технології IoT, що забезпечують збір даних у режимі реального часу за допомогою сенсорів і датчиків для контролю параметрів довкілля, ґрунту, стану культур і тварин. Дж. Ху зі співавторами вказують, що поєднання IoT із хмарними платформами й аналітичними сервісами надає змогу автоматизувати процеси зрошення, керувати мікрокліматом теплиць і відстежувати ланцюги постачання продукції від поля до споживача [6]. За спостереженнями дослідників [2], використання IoT є основою концепції «смарт-фермерства», хоча воно пов'язане з викликами щодо вартості обладнання, забезпечення стабільного зв'язку у віддалених регіонах і безпеки даних.

Отже, сучасні інформаційні системи формують фундамент цифрової трансформації аграрного сектору. Їх ефективне впровадження дає змогу підвищити продуктивність, знизити витрати й мінімізувати ризики, пов'язані з невизначеністю природних умов і ринкових коливань. Разом з тим успішна інтеграція потребує комплексного підходу, що включає технічну модернізацію підприємств, навчання персоналу та забезпечення сумісності між різними компонентами цифрових екосистем.

Список використаних джерел

1. Гавриленко О. М. Інформаційні системи і технології в управлінні. — Київ: КНЕУ, 2021
2. Laudon K. C., Laudon J. P. Management Information Systems: Managing the Digital Firm. — Pearson, 2023
3. D. Aguilar Morales et al., "Designing of an Enterprise Resource Planning for the agricultural management platform," MDPI, 2020.
4. E. Ahoa et al., "Challenges and Solution Directions for the Integration of Digital Technologies in Agriculture," PMC, 2025.

ІНФОРМАЦІЙНА ПІДСИСТЕМА РОЗРАХУНКУ БАЛАНСУ ГУМУСУ І ПОЖИВНИХ РЕЧОВИН В ҐРУНТІ

Гончар Д.О, студ. 2м. курсу ФЕІМ, спец. 126 «Інформаційні системи та технології»

Науковий керівник: доц. О. Б. В'юненко

Сумський НАУ

Проблема збереження ґрунтової родючості є однією з ключових у розвитку сучасного сільського господарства. Внаслідок інтенсивного використання ріллі та недотримання збалансованих систем удобрення в багатьох регіонах України фіксується тривале зниження запасів гумусу та погіршення агрохімічного стану ґрунтів. За даними наукових установ, зменшення вмісту гумусу відбувається в середньому на 0,05–0,1 % за рік, що знижує потенціал урожайності та підвищує ризики деградаційних процесів. У цих умовах актуальним є створення ефективних інструментів, які дозволять оперативно оцінювати баланс гумусу та поживних речовин з використанням цифрових технологій та адаптованих до національних нормативів методик.

Метою роботи є удосконалення веборієнтованої інформаційної підсистеми розрахунку балансу гумусу та поживних елементів на основі комплексної інтеграції агрохімічних моделей, оптимізації структури бази даних та впровадження алгоритмів, здатних виконувати повний спектр обчислень для різних культур та агротехнологій. Підсистема має забезпечувати точні розрахунки, зручність використання, аналітичність та можливість довготривалого зберігання результатів.

Аналіз існуючих програмних рішень показав, що більшість застосунків не враховують національні нормативи та регіональні особливості, а також не надають інструментів моніторингу динаміки стану ґрунтів. Вітчизняні рішення часто обмежуються локальними застосунками, що унеможлиблює системне накопичення інформації. Тому необхідно є розробка та удосконалення веборієнтованих підсистем, що поєднують гнучкість, доступність та наукову точність.

Створена підсистема побудована за тришаровою архітектурою: рівень даних (MySQL), логічний рівень (PHP) та рівень представлення (HTML/CSS/JavaScript). Удосконалена структура даних забезпечує раціональне зберігання нормативів, культур, добрив, показників рослинних решток та проведених розрахунків. Сутності зв'язані відповідно до вимог нормалізації, що дозволило уникнути дублювання та підвищити ефективність роботи запитів, а також створити основу для подальшого масштабування.

Особливу увагу приділено алгоритмізації розрахунку балансу гумусу. Реалізовано модель, що включає: визначення маси надземних і кореневих решток, обчислення їх гумусоутворюючої здатності за коефіцієнтами гуміфікації, врахування надходження органічної речовини з добрив, оцінку нормативних втрат унаслідок мінералізації та побудову підсумкового балансу. Методичну основу становлять регресійні рівняння формування рослинних решток, коефіцієнти гуміфікації, показники виносу гумусу та елементів живлення.

Важливим аспектом є те, що підсистема не обмежується лише обчисленнями, а забезпечує формування зручного та наочного представлення результатів. Одним із напрямів подальшого розвитку є створення модуля візуалізації, який дозволить відображати підсумкові показники балансу гумусу та поживних елементів у вигляді діаграм, графіків та порівняльних візуальних схем. Такий підхід підвищує інформативність результатів, спрощує аналіз динаміки, дозволяє користувачу оперативно оцінювати вплив різних технологічних рішень на родючість ґрунту та робить підсистему більш зручною для практичного застосування.

Новизною роботи є комплексне поєднання агрохімічних нормативів, математичної моделі утворення гумусу та сучасної вебархітектури, що дозволяє створити універсальний інструмент для агрономічного аналізу. Такий підхід забезпечує можливість автоматизованої оцінки родючості ґрунтів на основі стандартизованих методик, підвищує точність обчислень і створює передумови для подальшого розвитку підсистеми у напрямку поглибленого моніторингу та підтримки прийняття управлінських рішень у землеробстві.

Практична цінність полягає в можливості використання підсистеми для планування удобрення, оцінки дотримання балансового підходу, запобігання деградації ґрунтів і підтримки прийняття управлінських рішень. Отримані результати можуть бути впроваджені у діяльність агропідприємств, навчальних закладів та установ, що займаються контролем стану ґрунтових ресурсів.

Список використаних джерел

1. K. Moran, The characteristics of minimalism in web design, 2015. URL: <https://www.nngroup.com/articles/characteristics-minimalism/>.
2. L. Carney, Web design trends and statistics 2022 – putting users first, 2022. URL: <https://www.websitebuilderexpert.com/designingwebsites/web-design-trends-2020/>.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА СИСТЕМА АНАЛІЗУ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТЕЛЕМАРКЕТИНГОВОЇ КОМПАНІЇ

Михайлюк О.С., студ. 2м курсу курсу ФЕіМ, спец. 126 «Інформаційні системи та технології»
Науковий керівник: доц. І.В. Шелехов
Сумський НАУ

У сучасних умовах цифрової економіки обробка великих масивів інформації стає одним із ключових чинників підвищення ефективності управлінських рішень. Особливо це стосується маркетингової сфери, де успішність рекламних кампаній залежить від точності прогнозування реакції цільової аудиторії. Для вирішення таких завдань доцільно застосовувати технології інтелектуального аналізу даних та штучних нейронних мереж.

Метою дослідження є створення інтелектуальної системи прогнозування результатів рекламних кампаній, здатної автоматизовано аналізувати поведінку клієнтів та формувати рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингових заходів. Об'єктом дослідження є слабоформалізований процес класифікаційного прогнозування ефективності реклами. Предметом – алгоритми навчання штучних нейронних мереж у задачах класифікаційного прогнозування.

Аналіз підходів до оцінювання ефективності реклами показує, що вони поділяються на економічні (оцінка прибутковості та рентабельності реклами) та комунікативні (вимірювання впливу на споживачську свідомість). При цьому основні показники результативності рекламної діяльності - GRP, TRP, Reach, CPP, CPT, які дозволяють здійснювати кількісну оцінку інтенсивності рекламної кампанії. Однак традиційні статистичні методи виявляються недостатньо ефективними для виявлення прихованих закономірностей у поведінці споживачів, тому пропонується застосування методів інтелектуального аналізу даних.

Інтелектуальний аналіз даних (data mining) розглядається як процес пошуку нетривіальних, практично значущих знань у великих обсягах інформації. Серед його методів особливе місце займають штучні нейронні мережі, генетичні алгоритми, дерева рішень та нечітка логіка. Для задач прогнозування найефективнішими є нейромережеві моделі, які здатні навчатися на історичних даних, виявляючи складні нелінійні залежності між факторами.

Розроблена система базується на багатозаровому перцептроні зі зворотним поширенням помилки. Такий підхід забезпечує можливість навчання «з учителем» на прикладах із відомими результатами. Навчання мережі здійснюється за алгоритмом градієнтного спуску з мінімізацією функції похибки між очікуваними та реальними результатами класифікації. Для підвищення точності прогнозів проведено оптимізацію функціональних параметрів нейромережі, зокрема коефіцієнта швидкості навчання та кількості нейронів у прихованому шарі.

Інформаційна база для навчання моделі сформована на основі відкритого репозитарію Machine Learning Repository Національного університету Нанджін (Китай). Навчальна вибірка включає 241 параметр, що характеризує клієнтів телекомунікаційної компанії, зокрема соціально-демографічні ознаки, показники активності у користуванні послугами, історію взаємодії з компанією, а також реакцію на попередні рекламні акції. Дані поділено на два класи — клієнти, які прийняли рекламну пропозицію, та ті, що відмовилися. Така класифікація дозволила сформувати навчальну матрицю для побудови нейромережного класифікатора.

Програмна реалізація виконана у середовищі MATLAB з використанням пакету Neural Network Toolbox, який забезпечує інструментарій для побудови, навчання та тестування нейромереж різних архітектур. Розроблені m-сценарії дозволяють здійснювати завантаження навчальних даних, налаштування параметрів мережі, запуск процедури навчання та візуалізацію результатів. Під час тестування мережа продемонструвала високу точність класифікації, що підтвердило ефективність застосованого підходу.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання запропонованої системи для планування рекламних бюджетів, сегментації ринку, оптимізації каналів комунікації та підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств.

У перспективі розвиток проекту передбачає інтеграцію розробленої системи з корпоративними базами даних, розширення функціональності шляхом застосування гібридних нейроволюційних моделей і методів нечіткої класифікації, а також адаптацію для прогнозування результатів соціальних, освітніх та інформаційних кампаній.

Список використаних джерел

1. Романенко П. В. Інтегровані підходи до підвищення надійності програмно-апаратних комплексів. – Львів: Видавництво ЛНУ, 2023. – 198 с.
2. Романенко В. Управління якістю інформаційних технологій у процесі цифрової трансформації. Бізнес Інформ. 2025.

МАРКЕНИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Андрущенко А. С., студ. 2 курсу, ФЕіМ, спец. 075 Маркетинг
Науковий керівник: асис. Т.І. Гуцал
Сумський НАУ

Українські виробники змушені перебудовувати свої підходи до організації каналів реалізації, враховувати логістичні обмеження, специфіку регіональних ринків та зміну споживчих уподобань. Основні виклики для України в цій сфері — це порушення ланцюгів постачання через військовий конфлікт, висока волатильність попиту, деградація логістичної інфраструктури та нестабільність фінансових ресурсів. Мета дослідження — виявити закономірності та тренди в управлінні збутом продукції на підприємствах на засадах маркетингу.

Збут товарів у контексті маркетингових заходів набуває особливої значущості, оскільки вона забезпечує налагодження комунікації з ринком, надаючи підприємству вагому інформацію про динаміку та структуру потреб, а також про еволюцію споживчих смаків і пріоритетів. Швидкий розвиток інформаційно-комунікаційних систем, загострення конкурентної боротьби на внутрішньому ринку та підвищення вимог споживачів стають визначальними чинниками, які спонукають бізнес-структури до перегляду своєї маркетингової політики збуту, спрямованої на формування більш ефективної дистрибуційної мережі, утвердження конкурентних позицій та максимально повне задоволення потреб клієнтів. В умовах сьогодення, що характеризуються динамічністю ринку, покупцям доступний значний вибір товарів і сервісів, при цьому їхні вимоги та уподобання невинно еволюціонують. Зважаючи на це, грамотно розроблена стратегія маркетингу збуту надає компаніям можливість швидше пристосуватися до ринкових коливань, гарантувати невинне збільшення обсягів продажів, посідати провідні позиції, сприяти впізнаваності торгової марки та зміцнювати свій конкурентний потенціал. Таким чином, в умовах посилення конкурентної боротьби, успішна реалізація маркетингової збутової політики є невід'ємним елементом ефективного стратегічного планування будь-якого бізнесу [1].

Збут, як процес, є фінальною і найкритичнішою стадією, коли товари та послуги фактично потрапляють до рук споживачів. Власне тому, виробникам необхідно розробляти таку дистрибуційну мережу, котра б у максимальній мірі орієнтувалася на потреби кінцевого покупця. Для бізнесу є життєво необхідним ухвалювати стратегічні рішення, що стосуються впорядкування їхньої операційно-збутової роботи. Це включає налагодження логістичних потоків, визначення найбільш рентабельних шляхів дистрибуції, а також формування ефективних моделей співпраці між усіма залученими сторонами у цьому процесі.

Ключовим комерційним кроком у сфері маркетингового просування є визначення каналів збуту. При їхньому формуванні застосовуються такі різновиди реалізації: прямі, опосередковані та сукупні (гібридні) канали реалізації.

У випадку прямих продажів, продукція переміщується від виробника до кінцевого покупця без залучення сторонніх посередників (це може бути власна мережа торгових точок, особистий штат торгових представників чи власний логістичний відділ). Серед прийомів прямої реалізації виділяють: безпосередній маркетинг (пряма взаємодія з клієнтами); телефонний продаж (реалізація товарів через телефонні дзвінки); продаж через друковані каталоги; електронний маркетинг (через мережу Інтернет). Непрямі методи збуту допомагають долати географічні бар'єри при реалізації продукції і прискорюють входження на новітні ринки завдяки залученню вже сформованих мереж дистрибуції. Змішані (комбіновані) продажі виступають як один із механізмів організації системи розподілу товарів, поєднуючи в собі ключові функції та цілі як прямих, так і опосередкованих форм збуту. У рамках цієї гібридної системи розподілу товари можуть потрапляти до споживача двома шляхами: через власні торгові точки виробника (наприклад, фірмові магазини чи регіональні представництва, що є прикладом прямого збуту) або ж через залучення третіх сторін – посередників, зокрема агентів, оптових баз чи роздрібних продавців (що відповідає непрямому збуту). Такий двокомпонентний підхід дозволяє компаніям максимально використовувати переваги, що їх надають обидві моделі дистрибуції [2, с. 20].

Маркетингове управління збутом – це комплексний підхід, який охоплює використання різноманітних методик та планів дій, ключовим завданням яких є нарощування продажів продукції чи послуг, визначення найбільш дієвих шляхів взаємодії з клієнтами, розширення кола потенційних покупців компанії, зміцнення позицій торгових марок та повне задоволення запитів споживачів.

Література:

1. Курбацька Л. М., Кадирус І. Г., Савенко О. А., Нечипоренко К. В., Удосконалення логістичних систем для забезпечення принципів стійкого розвитку підприємства. *Агросвіт*. 2021, № 7—8. URL:http://www.agrosvit.info/pdf/7-8_2021/10.pdf (дата звернення 21.10.2025).
2. Козуб В. О., Уварова А. Є. Управління збутовою діяльністю підприємства на зовнішньому ринку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Збірник наукових праць*. Випуск 34. 2018. С. 18—22.

МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК: СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА

Бондаренко Д.В. студ. 2 курсу, ФЕіМ, спец. 075 «Маркетинг»

Науковий керівник: асист. Т.І. Гуцал

Сумський НАУ

Вагомість, що постійно зростає, питання управління ланцюгами постачання, обумовлена кількома ключовими факторами. Серед них — стрімкий розвиток практики аутсорсингу, загострення конкурентної боротьби на ринках та виникнення новітніх методів конкуренції. Ці процеси відбуваються на тлі загальної глобалізації й поглиблення інтеграційних зв'язків. Не менш важливим є прогрес у сфері інформаційних технологій і логістики, а також розширення номенклатури логістичних послуг та посилення впливу логістичних операторів.

Сутність управління ланцюгами поставок (УЛП): являє собою глибоко інтегрований процес, що об'єднує всіх учасників постачальницької мережі — починаючи від кінцевих користувачів та закінчуючи безпосередніми постачальниками — з подвійною метою: повне задоволення потреб обраного ринку та формування відповідального соціального ставлення [1].

УЛП охоплює: скоординовані дії, всебічну інтеграцію процесів, фокусування на безперервних потоках, налагодження партнерської взаємодії, чітку орієнтованість на клієнта, генерацію додаткової вартості, підвищення загальної ефективності та забезпечення довгострокової стійкості.

Маркетингова складова управління ланцюгами постачання тісно переплітається з маркетингом, оскільки вимагає глибокого розуміння — аналізу цільових ринкових сегментів, виявлення актуальних тенденцій та потреб споживачів, що є суттю клієнтоорієнтованого підходу у веденні бізнесу. Головні розбіжності між управлінням ланцюгами поставок та логістикою: якщо логістика акцентує увагу виключно на певному економічному суб'єкті й фізичній передачі матеріальних цінностей, то УЛП, на противагу, працює з цілісним сплетінням взаємозалежних підприємств. До цієї мережі входять такі функціональні сфери, як просування товару на ринку, розробка та виведення на нього нової продукції, фінансова підтримка і післяпродажний сервіс для споживачів, а її основне завдання — формування довготривалих переваг у конкурентній боротьбі [2].

Вигоди, маркетингового управління ланцюгами постачання: дає можливість мінімізувати витрати, покращити якість виробів та послуг, досягти спрямованості на потреби клієнтів, прискорити час потрапляння на ринок і посилити корпоративну соціальну відповідальність.

Управління ланцюгами поставок з маркетинговим фокусом включає такі аспекти: дослідження та передбачення клієнтського попиту; зосередження уваги на кінцевому споживачеві; об'єднання потоків інформації, матеріалів та фінансових ресурсів; налагодження співпраці з бізнес-партнерами; формування стійких конкурентних переваг; врахування екологічних факторів та соціальних аспектів [1].

Маркетингове управління ланцюгами поставок — це стратегічний підхід, який інтегрує маркетинг, логістику, виробництво, фінанси та ІТ-технології в цілісний механізм формування ціннісної пропозиції для кінцевого покупця. Його визначальна функція полягає у зміні вектора: від класичної моделі логістики до тієї, що фокусується на потребах клієнта. При цьому всі управлінські рішення базуються на глибокому вивченні ринкової динаміки, поведінкових патернів споживачів та аналізі конкурентів [1].

Управління ланцюгами постачання з акцентом на маркетинг надає компаніям змогу досягати стійкості посеред мінливого ринкового середовища. Воно мінімізує ймовірність збоїв у забезпеченні ресурсами, підвищує ефективність співпраці з контрагентами, відкриває додаткові шляхи реалізації продукції та зміцнює лояльність клієнтів. Такий підхід до УЛП створює довгострокову конкурентну перевагу, що ґрунтується не тільки на цінovій політиці, але й на високій якості, оперативності та принципах соціально відповідального ведення справ [2].

Отже, у світі цифрової економіки, маркетингове управління ланцюгами постачання є основним важелем стратегічного зростання компанії. Воно суттєво поліпшує її гнучкість, її потенціал до впровадження нового та її можливості для стійкого процвітання. Успішне поєднання маркетингових зусиль та управління ланцюгом постачання перетворює звичайний операційний ланцюг на потужну конкурентну систему, яка формує цінність. Ця система чітко орієнтована на потреби клієнта, фінансову вигоду й забезпечення сталості економічного циклу.

Література:

1. Макаренко Н.О., Гуцал Т.І. Формування стратегічних напрямків удосконалення маркетингового управління ланцюгами поставок аграрної продукції. Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. 2025. № 1 (46). С. 155-159. URL: https://journals.pdu.khmelnitskiy.ua/index.php/podilian_bulletin/article/view/471. (дата звернення 16.10.2025)

2. Дубовик С.Г., Сигида Н.О., Спесивий Ю.Ю. Управління ланцюгами поставок підприємств, їхні сутність і структура. Економіка та суспільство. 2018. № 18. С. 402-410

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ

Бугрим О., студ. 2 курсу, ФЕІМ, спец. Маркетинг
Науковий керівник: доц. В.А. Муштай
Сумського НАУ

У сучасних умовах конкурентного середовища підприємства сфери послуг відіграють важливу роль у забезпеченні економічного зростання, зайнятості населення та формуванні добробуту суспільства. Динамічні зміни на ринку, розвиток цифрових технологій та підвищення вимог споживачів потребують від підприємств чіткої маркетингової стратегії, що дозволяє своєчасно реагувати на виклики зовнішнього середовища. Актуальність теми зумовлена тим, що маркетингова стратегія виступає ключовим інструментом досягнення конкурентних переваг, формування іміджу та підвищення лояльності клієнтів [1,2]. Особливої уваги заслуговує адаптація маркетингових підходів до специфіки самої сфери послуг, яка характеризується невідчутністю, нерозривністю виробництва та споживання, що вимагає використання особливого комплексу «7Р» «Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence». [3] Водночас на українському ринку послуг спостерігаються певні проблеми - недостатній рівень планування маркетингових заходів, обмеженість фінансових ресурсів та слабка орієнтація на потреби клієнта. [3] Саме тому дослідження питань формування та реалізації маркетингової стратегії має важливе практичне значення для підвищення ефективності діяльності підприємств сфери послуг.

Маркетингова стратегія - це своєрідний план дій підприємства, який показує, як воно буде працювати з клієнтами, просувати свої послуги і розвиватися надалі [1]. Все починається з вивчення ринку - хто є споживачем, що він хоче, які є конкуренти. Це дає змогу зрозуміти, які саме послуги мають найбільший потенціал і що потрібно змінити. Наступним етапом є сегментація ринку – поділ споживачів на групи за віком, доходом, стилем життя чи іншими критеріями [2]. Це допоможе підібрати ефективний спосіб комунікації саме для тієї аудиторії, яка найбільше потребує послуги. У сфері послуг важливо не лише продати, а й залишити позитивне враження, бо саме від цього залежить, чи повернеться клієнт. Тому велике значення має якість обслуговування, ввічливість персоналу, швидкість реакції на запити бо навіть якщо послуга якісна, недружнє ставлення чи відсутність зворотного зв'язку може зіпсувати враження потенційного клієнта [3]. Тому підприємствам варто інвестувати в навчання свого персоналу, сервісну культуру та системи зворотного зв'язку. Зараз значна частина просування відбувається в інтернеті. Соціальні мережі, відгуки, реклама онлайн - усе це допомагає залучати нових клієнтів. Також популярним стає спілкування з клієнтами в різних месенджерах – це створює ефект особистої уваги. Але головне - не просто показати послугу, а викликати довіру [2].

Отже, коли стратегія починає діяти, треба постійно оцінювати результати: аналізувати, що працює, а що ні. Це допомагає вчасно змінювати підхід і залишатися актуальними на ринку. Успішна маркетингова стратегія для підприємства сфери послуг - це поєднання чіткого планування, креативного підходу та постійного спілкування з клієнтами. Вона повинна бути гнучкою, щоб швидко адаптуватися до нових умов ринку. Підприємствам не варто боятися експериментів, більше спілкуватись з клієнтами та слухати їх враховуючи їхню думку, бо в сфері послуг відкритість до клієнтів та активне спілкування з аудиторією чи не найважливіший пункт. Саме це допоможе утримати споживача, сформувати позитивну репутацію і забезпечити стабільний розвиток бізнесу. Тож, формування й реалізація маркетингової стратегії у сфері послуг — це безперервний процес, який поєднує аналіз, творчість і спілкування. Вдало побудована стратегія стає запорукою успіху підприємства, його стабільного розвитку та позитивного іміджу серед споживачів.

Література:

1. Ковальчук В.В. Маркетингова стратегія підприємства: суть поняття, особливості формування в сучасних умовах господарювання економіка. *Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2018. № 9. С.156-165 URL: <http://efm.vsau.org/storage/articles/February2020/i54Dl1knlfqQu5BCrEue.pdf>.
2. Шульга Л. В., Терещенко І. О., Шарлай О. В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. №9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2020/65.pdf.
3. Ангелко І. В., Бондаренко В. М., Коваль О. Д. Роль маркетингу в розвитку сфери послуг в Україні. *Регіональна економіка*. 2022. №1. С.72-77. URL: https://re.gov.ua/re202201/re202201_072_AnhelkoIV,BondarenkoVM,KovalOD.pdf.

ЛОГІСТИЧНІ СТРАТЕГІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННИХ РИЗИКІВ ТА ОБМЕЖЕНЬ

Вязанкін В., здобувач 2 курсу РВО «Бакалавр», ФЕІМ, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: проф. Н.О. Макаренко
Сумський НАУ

У зв'язку з сучасними реаліями ринкової ситуації в Україні, більшість аграрних підприємств прагнуть до підвищення рівня своєї ефективності та рівня адаптації до ситуації на ринку в умовах воєнних ризиків та сучасних обмежень. Ця тенденція призвела до необхідності актуалізації наявних та впровадження нових конкурентних стратегій управління логістичною діяльністю. Варто зазначити, що актуалізація і постійна адаптація логістичних стратегій до сучасних умов є одними з найважливіших аспектів успішного управління логістичною діяльністю аграрного підприємства, які можуть істотно підвищити ефективність підприємства, а в мінливих умовах воєнного стану мінімізувати втрати підприємства.

На сучасному українському ринку в умовах війни спостерігається ряд тенденцій, за якими можна спостерігати вектор стогнації ринку у зв'язку з проблемами логістичних шляхів, в цілому картина виглядає наступним чином: Логістика аграрної продукції в умовах війни зіштовхується з численними серйозними проблемами та обмеженнями через зростаючий ризик і нестабільність у міжнародних відносинах. Наявність затримок у транспортних маршрутах та блокування транзитних шляхів ускладнюють транспортування продукції до зарубіжних ринків, що здатне знищити підприємства, робота яких безпосередньо залежить від постійного руху транспорту. Війна може спричинити знищення сільськогосподарської інфраструктури, виробничих потужностей і машин, що призводить до втрати врожаю та зниження виробництва. Загалом воєнні дії можуть створювати серйозний ризик для якості та безпеки аграрної продукції через забруднення ґрунту, води та повітря від вибухів та інших чинників; впливати на фінансову стабільність країни, валютний обмін та доступ до фінансових ресурсів для фермерів і сільськогосподарських підприємств, а співробітники можуть бути в небезпеці. Внаслідок війни країни можуть втратити доступ до певних ринків збуту, що може призвести до зменшення обсягів експорту і втрати конкурентоспроможності на міжнародних ринках [1, с. 87].

Формуванням конкурентних стратегій управління логістичною діяльністю аграрних підприємств виступає діяльність, котра не в змозі розглядатися як суто економічна, оскільки стратегія – це інструмент прийняття управлінських рішень, а саме формування стратегії слід розглядати й як управлінський процес. Отже, формування конкурентних стратегій управління логістичною діяльністю аграрних підприємств знаходиться на стику економічної і управлінської наук, що підтверджує необхідність комплексного підходу з необхідним використанням наукових методів у формуванні конкурентних стратегій логістичного управління аграрних підприємств задля більш структурованої оптимізації роботи даних підприємств. Залучення інструментів логістики, які, спираючись на системну методологію, стають основою в ефективному формуванні та адаптації стратегій логістичного управління, так само, як і засади управлінської науки. Цей підхід дає змогу притримуватися основних методологічних принципів формування конкурентних стратегій аграрних підприємств при їх побудові [2, с.34].

Таким чином, військовий стан багатократно ускладнює процес формування довготривалих стратегій логістичного управління аграрних підприємств, з огляду на низку факторів таких як нестабільність логістичних маршрутів через бойові дії, що постійно змінюють напрям і обсяг територій, а також можливі створення перешкод з перетином кордону з європейськими країнами через неготовність Європи приймати в повному обсязі українську продукцію (особливо автотранспортними шляхами); загроза втрати інфраструктури та продукції у зв'язку з постійними обстрілами об'єктів інфраструктури; зменшення кількості кваліфікованих фахівців на конкретних посадах через мобілізацію чоловічої частини населення. Отже, формування більш короткочасних циклів логістичних стратегій дасть змогу зробити стратегії більш гнучкими та продуктивними, адже їх формування є безперервним процесом і скорочення циклів не створить затримок, а навпаки пришвидшить прийняття оперативних рішень керівництвом аграрних підприємств

Література:

1. Ковальчук І. В., Руденко М. О. Optimization of the Logistic Supply of Agricultural Products in War Conditions. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Економіка АПК*. 2023. № 30 (2). С. 85-91.
2. Макаренко Н. О. Методологічні проблеми та принципи формування конкурентних стратегій управління логістичною діяльністю підприємств в аграрній сфері. *Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво*. 2021. Вип. 2(119). С.32-36.

ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В'юнник А.С., студ. 2 курсу ФЕМ, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: доцент В.А. Муштай
Сумський НАУ

У сучасних умовах зростаючої конкуренції та насиченості ринку розробка ефективної маркетингової стратегії просування продукції набуває особливої актуальності. Просування виступає важливим елементом комплексу маркетингу, який забезпечує інформування споживачів, стимулювання попиту та формування лояльності до бренду.

Метою маркетингової стратегії просування є створення системи заходів, спрямованих на підвищення впізнаваності продукції підприємства, забезпечення конкурентоспроможності та збільшення обсягів продажу.

Розробка ефективної стратегії просування включає такі етапи [2]:

- аналіз ринку та його сегментація (дослідження тенденцій та трендів на ринку, популярних товарів та послуг, факторів впливу на той чи інший сегмент ринку, ризиків роботи тощо).;
- аналіз конкурентів (визначившись з нішею та продуктом, проводимо дослідження конкурентів, дізнаємося, які успіхи вони мають, якими є їх слабкі сторони та як можна вигідно продемонструвати власні переваги на тлі конкурентів).
- аналіз цільової аудиторії (проаналізуйте власних споживачів та їх інтереси, створіть портрет ЦА (вік, стать, геолокація, потреби тощо), проведіть опитування).
- SWOT аналіз (S — сильні сторони, W — слабкі сторони, O - можливості, T — загрози).
- оцінка векторів руху та асортименту продуктів/послуг (проаналізуйте, які товари варто вилучити, а які додати до переліку).

У процесі реалізації маркетингової стратегії особливу роль відіграють інструменти цифрового маркетингу, зокрема SMM, контент-маркетинг, таргетована реклама, SEO та email-розсилки [1;3]. Поєднання традиційних і цифрових засобів сприяє формуванню інтегрованої системи просування, що забезпечує сталі комунікації між брендом і споживачем.

Особливу увагу слід приділяти контенту як стратегічному інструменту комунікації. Якісний контент сприяє формуванню довіри, створенню позитивного іміджу компанії та залученню нових клієнтів. Важливо адаптувати контент під потреби різних сегментів і платформи розміщення.

В умовах цифрової трансформації бізнесу значно зростає роль онлайн-комунікацій. Використання соціальних мереж, відеоконтенту, блогів і платформ електронної комерції дає змогу підприємствам вибудовувати прямий діалог зі споживачами, формувати довгострокові відносини та оперативно реагувати на зміни попиту.

Необхідно також враховувати зворотний зв'язок від клієнтів, який стає джерелом цінної аналітичної інформації для вдосконалення товарів, сервісу та комунікаційних стратегій. Постійне оновлення маркетингової стратегії з урахуванням ринкових змін і технологічних трендів є запорукою її довгострокової ефективності [4].

Отже, ефективна маркетингова стратегія просування дозволяє підприємству не лише розширити клієнтську базу, але й створити позитивний імідж бренду, забезпечити довгострокову лояльність споживачів і зміцнити ринкові позиції. Завдяки комплексному підходу до просування, який включає аналіз ринку, визначення цільової аудиторії, використання сучасних цифрових інструментів та формування унікальної торгової пропозиції, підприємство отримує можливість ефективно комунікувати зі споживачами, підвищувати впізнаваність та формувати стабільну конкурентну перевагу. У результаті така стратегія сприяє не лише збільшенню обсягів продажу, але й формуванню довготривалих партнерських відносин із клієнтами, забезпечуючи стаке зростання та розвиток бізнесу в умовах динамічного ринкового середовища.

Література:

1. Netpeak: Що таке маркетингова стратегія і як її створити. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/shcho-take-marketingova-strategiya-i-yak-ii-stvoriti> (дата звернення: 10.10.2025).
2. Горбаренко К.С. Формування маркетингових стратегій. *Ефективна економіка*. 2023. Вип. С.102 -109. URL: <https://ur.knute.edu.ua/bitstreams/066cab28-4a32-4fb6-9c29-86265873fb14/download> (дата звернення: 10.10.2025).
3. Стратегічний успіх- кроки в розробці маркетингової стратегії. Освітня платформа. 2024. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/strategichnij-uspix-kroki-v-rozrobci-marketingovoi-strategii> (дата звернення: 10.10.2025).
4. Суворова О. Маркетингова стратегія: що включає та навіщо потрібна?. URL: https://suvorova.com.ua/blog/marketingova-strategiya?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 10.10.2025).

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Заїка К. С., студ. 1 с.т. курсу ФЕіМ, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: асистент Т.І. Гуцал
Сумський НАУ

Сучасний аграрний сектор України перебуває на етапі глибокої цифрової трансформації, що вимагає принципово нового підходу до організації ланцюгів постачання. У зв'язку з інтеграцією у світову економіку, посиленням конкуренції та змінами у глобальних логістичних системах, аграрним підприємствам потрібно забезпечити гнучкість, швидкість реагування та прозорість усіх бізнес-процесів. Саме тому управління ланцюгами постачання розглядається не лише як функціональний напрям логістики, а як стратегічний інструмент розвитку підприємства [1].

Ефективне управління ланцюгами постачання аграрної продукції передбачає раціональне поєднання технологічних, економічних та організаційних аспектів. На перший план виходять інноваційні рішення, серед яких — блокчейн-платформи, ERP-системи, аналітика великих даних (Big Data) та технології Інтернету речей (IoT). Вони створюють можливість не лише моніторингу виробничих і логістичних процесів у реальному часі, а й прогнозування ризиків, оптимізації витрат і підвищення рівня обслуговування клієнтів. Одним із ключових напрямів є впровадження систем моніторингу та аналітики, які дозволяють контролювати стан продукції під час транспортування, зберігання та реалізації. Для аграрної галузі це особливо актуально, оскільки більшість продукції має короткий термін придатності та високу чутливість до змін температури. Використання IoT-технологій і сенсорних пристроїв забезпечує збереження якості продукції та зменшує обсяги втрат. Крім того, цифровізація дає змогу підвищити довіру споживачів і партнерів, адже всі операції стають прозорими та підтвердженими електронно [1].

В умовах воєнного стану, порушення логістичних ланцюгів і зміни географії експорту аграрні компанії змушені перебудовувати свої стратегії постачання. Виникла потреба у створенні резервних логістичних маршрутів, формуванні західних логістичних коридорів та використанні мультимодальних перевезень. З іншого боку, такі зміни потребують підвищення рівня координації між виробниками, перевізниками та торговельними партнерами. Для цього дедалі частіше застосовуються ERP-системи, які інтегрують управління виробництвом, запасами, фінансами та збутом у єдину інформаційну платформу [3]. Особливу роль у підвищенні ефективності постачань відіграють блокчейн-технології, які забезпечують достовірність і захист інформації про походження аграрної продукції. Кожен етап постачання — від виробництва до реалізації — фіксується у децентралізованій базі даних, що робить неможливим підробити інформацію або змінити дані заднім числом. Це особливо важливо для експорту до країн ЄС, де діють суворі вимоги до простежуваності продукції. Як відзначає В. Кузяк [3], блокчейн формує основу для створення єдиної цифрової екосистеми аграрного ринку, яка поєднує виробників, постачальників, контролюючі органи та кінцевих споживачів.

Суттєвим компонентом сучасної логістики є аналітика великих даних, яка дає змогу не лише прогнозувати попит і сезонні коливання, а й формувати оптимальні графіки постачань. Використання Big Data підвищує ефективність планування, дозволяє уникнути надлишкових запасів та скорочує втрати. Водночас розвиток ланцюгів постачання аграрної продукції не можна розглядати без урахування принципів сталого розвитку. Сучасна логістика орієнтується не лише на економічну вигоду, але й на екологічну та соціальну відповідальність. Реалізація принципів «зеленої логістики» — мінімізація викидів CO₂, скорочення відходів, використання енергоефективного транспорту — сприяє підвищенню іміджу аграрних компаній і відповідає європейським стандартам сталого розвитку [2].

Отже, ефективне управління ланцюгами постачання аграрної продукції в Україні вимагає комплексного підходу, який поєднує цифрові технології, аналітику даних, сталий розвиток та партнерську взаємодію між усіма учасниками ринку. Майбутнє аграрного сектору пов'язане зі створенням національної цифрової платформи агрологістики, здатної інтегрувати інформаційні потоки між виробниками, переробниками, трейдерами та державними структурами. Це дозволить підвищити ефективність постачань, забезпечити продовольчу безпеку та посилити позиції України на світовому аграрному ринку.

Література:

- 1.Макаренко Н.О., Гуцал Т.І. Формування стратегічних напрямків удосконалення маркетингового управління ланцюгами поставок аграрної продукції. *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка*. 2025. № 1 (46). С. 155-159
- 2.Жиглей І. В., Козир В. І. Обліково-аналітичне забезпечення відповідального управління ланцюгами постачання за умови використання технології блокчейн. *Економіка, управління та адміністрування*. №4-106. 2024. С. 60-68
- 3.Кузяк В. Особливості розвитку системи управління ланцюгами постачання на основі технології блокчейн. *Економіка та суспільство*. 2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5068/5014> (дата звернення 09.10.2025)

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Калініченко В. С., студ. 2 курсу, ФЕіМ, спец. 075 Маркетинг
Науковий керівник: проф. Т. В. Устік
Сумський НАУ

В умовах глобалізації та динамічних трансформацій ринку ефективна реалізація маркетингового потенціалу стає основою конкурентоспроможності та інноваційного розвитку підприємств. [3] Стрімке проникнення цифрових технологій трансформує не лише бізнес-процеси, а й саму природу ринкової взаємодії, що вимагає нових підходів до управління. Таким чином, здатність підприємства адаптуватися до змін середовища на пряму залежить від сформованого ним маркетингового потенціалу та вміння його постійно нарощувати. [3]

Метою цього дослідження є аналіз сутності маркетингового потенціалу підприємства та розгляд сучасних інструментів управління ним на засадах клієнтоорієнтованого та цифрового маркетингу. Маркетинговий потенціал є інтегрованою системою, що об'єднує ресурси та можливості підприємства для реалізації ефективних маркетингових заходів. Його структуру можна поділити на об'єктивні та суб'єктивні компоненти. До об'єктивних належать матеріальні, нематеріальні, фінансові та інформаційні ресурси. [1] Суб'єктивні компоненти включають здібності персоналу та управлінського апарату оптимально використовувати наявні ресурси, що і формує власне маркетинговий потенціал. Основу потенціалу становлять такі елементи, як комплекс маркетингу, маркетингові дослідження, людські ресурси, а також нематеріальні активи, зокрема відома торгова марка, імідж та лояльні споживачі. [1] Розвиток ринкової інфраструктури трансформує підходи до отримання ресурсів, необхідних для нарощення потенціалу. Традиційний інсорсинг (пошук ресурсів всередині компанії) та аутсорсинг (залучення сторонніх підрядників) доповнюються новітніми крауд-технологіями. Краудсорсинг передбачає залучення широкого кола осіб (крауду) через інтернет для вирішення завдань підприємства, таких як розробка продукту, дизайну чи нових ідей. [3] Цей інструмент дозволяє не лише отримати доступ до інтелектуальних та творчих ресурсів, а й створити потужну платформу для просування бренду та формування соціально-орієнтованого іміджу. Цифровізація кардинально змінює управління маркетинговим потенціалом, переносячи акцент на цифрові активи та здатність до персоналізованої взаємодії з клієнтами. Цифрові платформи слугують інфраструктурною основою для комунікацій та реалізації товарів в онлайн-просторі. Це призводить до трансформації класичного комплексу маркетингу «4P» [2]:

Товар (Product) перетворюється на персоналізовану пропозицію, сформовану на основі аналізу великих даних (Big Data).

Ціна (Price) стає більш гнучкою та прозорою завдяки можливостям моніторингу ринку в реальному часі.

Місце (Place) трансформується у віртуальний простір на цифровій платформі, доступний незалежно від географії.

Просування (Promotion) здійснюється за рахунок інтегрованих мультимедійних інструментів, що забезпечують ефективну та цільову взаємодію зі споживачами. [2]

Отже, ефективне управління маркетинговим потенціалом є вирішальним для розвитку сучасних підприємств. Воно вимагає глибокого розуміння його складної структури, що поєднує як матеріальні ресурси, так і управлінські компетенції. Застосування новітніх підходів, зокрема краудсорсингу, дозволяє залучати зовнішні інтелектуальні ресурси для інновацій. Ключовим завданням стає адаптація до цифрового середовища шляхом трансформації маркетингового комплексу та активного використання можливостей цифрових платформ для досягнення стійких конкурентних переваг.

Література:

1. Багорка М.О., Юрченко Н.І. Маркетинговий потенціал як адаптаційний складник сучасного економічного розвитку підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. Вип. 2(76). С. 137-145. – Режим доступу: https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/2935/3/PSPE_print_2020_2_23.pdf. (дата звернення 17.10.2025).
2. Македон В. В. Управління маркетинговим потенціалом компаній в середовищі цифрового бізнесу. *European Journal of Management Issues*. 2025. Вип. 33(2). С. 106-118. – Режим доступу: <https://mi-dnu.dp.ua/index.php/MI/article/download/566/366> (дата звернення 17.10.2025)
3. Поліщук І. І. Управління потенціалом підприємства на засадах клієнтоорієнтованого маркетингу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 5, Том 2. С. 41-44. – Режим доступу: <https://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/10/2021-en-52-6.pdf>. (дата звернення 17.10.2025).

SMM ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ

Клименко Вікторія, студ.2 курсу, MAP2401, ФЕІМ

Науковий керівник: проф. М.О. Лищенко

Сумський НАУ

Соціальні мережі сьогодні є одним із найпотужніших каналів комунікації між брендами та їхньою цільовою аудиторією. Завдяки швидкому обміну інформацією, інтерактивності та широкому охопленню, вони дозволяють бізнесу будувати довіру, формувати імідж та підвищувати лояльність споживачів. До пандемії компанії намагалися не лише тримати зв'язок із покупцями, а й поступово розширювати коло тих, хто довіряв їхнім товарам. Проте навіть за умов військових потрясінь український бізнес не відмовився від ідеї залишатися ближче до клієнта, адже інакше ринок був би втрачений [2]. Сьогодні SMM вийшов за рамки допоміжного інструмента й фактично перетворився на самостійну стратегію. Скажемо відверто, для маркетингових агентств це вже не «додаток», а фундамент, що тримає конкурентоспроможність і водночас відкриває двері до нових ніш.

Мета дослідження — проаналізувати, як саме соціальні мережі працюють на просування бренду та які підходи реально дають результат. Для цього ми звернулися до наукових праць останніх років, подивилися на тренди SMM і, що не менш суттєво, перевірили їх у практичному вимірі (на прикладі українських компаній у воєнний час). У загальному розумінні маркетинг у соціальних медіа — це вже не просто «реклама онлайн». Йдеться про постійну присутність на платформах, де бренд підтримує розмову з клієнтом, формує емоційний зв'язок і дозволяє самому споживачеві стати творцем контенту. У певному сенсі, користувач тут не лише отримує інформацію, а співучасник — його відгук, відео чи навіть «сторіз» підсилюють довіру до бренду значно більше, ніж банер чи слоган. До основних переваг SMM відносять ширше охоплення ринку при відносно невисоких витратах, можливість точного таргетингу, оперативний зворотний зв'язок із клієнтами та формування лояльності до бренду [2]. Доведено, що SMM є потужним каналом комунікації, здатним зміцнювати бренд і прискорювати зростання продажів за рахунок тіснішої взаємодії з клієнтами. Як показують дослідження, соціальні мережі стали широко застосовуватися не лише у сегменті B2C, а й у сфері B2B, де бізнес активно інтегрує SMM для побудови довгострокових взаємин з партнерами [3]. Результативність маркетингу у соціальних мережах ніколи не залежала від одного чинника. Вона формується комбінацією вибраної стратегії, сміливості експериментувати й набору інструментів, які компанія готова використовувати не разово, а системно. Основні можливості маркетингу у соціальних мережах: підвищення впізнаваності бренду — через регулярний контент, креативні візуали та відео, інтеграцію з інфлюенсерами; комунікація з клієнтами — пряма діалог у коментарях, чатах, опитуваннях створює ефект "живого бренду"; таргетована реклама — платформи (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn тощо) дозволяють налаштовувати рекламу на чітко визначену аудиторію; аналітика і вимірювання ефективності — інструменти соцмереж дають змогу відстежувати охоплення, залученість, кліки, конверсії; створення спільноти навколо бренду — лояльні підписники можуть стати амбасадорами, поширюючи контент серед своїх друзів. Алгоритми соцмереж змінюються зі швидкістю, що іноді лякає навіть досвідчених маркетологів [1]. Умови гри постійно переписуються: те, що працювало вчора, сьогодні вже не дає жодного ефекту. Додамо сюди ще й перенасичення інформаційного простору — у стрічці користувача одночасно конкурують великі корпорації, локальні бізнеси й навіть волонтерські ініціативи. Тож утримати увагу стає дедалі важче. І, звісно, ніхто не скасовував ризиків: достатньо одного негативного коментаря чи помилки у публікації, аби бренд опинився під шквалом критики. Тут потрібне постійне управління репутацією, іноді навіть швидше, ніж офіційна реакція компанії.

Висновки. Маркетинг у соціальних мережах сьогодні є не стільки «додатком» до класичної реклами, скільки способом виживання у світі, де інформаційні війни точаться поруч із реальними. Для українського бізнесу, який працює в умовах війни, присутність у соцмережах — це вже не престиж, а питання існування. Найбільш практичними виявляються стратегії, де сторінки оновлюються щоденно, комунікація ведеться персонально, а результати аналізуються з опорою на цифри. Такий підхід не лише зміцнює довіру, а й дозволяє будувати довгострокові стосунки з клієнтами, навіть коли ринок перебуває у турбулентності.

Література:

1. Конак Є. І. Вплив відео-контенту на залучення аудиторії: дослідження соціальних мереж українських брендів одягу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 3. С. 83–94.
2. Решетнікова О. В., Боровик Т. В., Сенько І. Л. Маркетинг в соціальних мережах як інструмент просування бренду та підвищення обсягів збуту. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 65.
- Рожко В. І., Бражник Д. О., Діденко А. О. Просування бренду підприємства в соціальних мережах (SMM). *Бізнес Інформ*. 2024. № 3. С. 353–363

УПРАВЛІННЯ ТОВАРИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Коваленко М.В., студ. 2 курсу ФЕІМ, спец. Маркетинг
Науковий керівник: ст. викл. О.М. Селезень
Сумський НАУ

Формування товарним асортиментом є одним із вирішальних напрямів діяльності підприємства, від дієвості якого значною мірою залежить його здатність конкурувати. У сучасних умовах глобалізації, технічного прогресу та неперервної зміни запитів споживачів саме оптимальне формування й оновлення товарної номенклатури визначає спроможність підприємства пристосовуватися до ринкових перешкод. Асортиментна стратегія має ключове значення, оскільки віддзеркалює рівень маркетингової гнучкості підприємства, результативність використання ресурсів та можливість задовольняти потреби цільової аудиторії [1, 24-25].

Товарний ряд формується під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників. До зовнішніх належать стан ринку, вектори галузевого прогресу, активність конкурентів, зміни споживчих переваг, інновації та економічне становище в країні. Внутрішні чинники охоплюють виробничі потужності підприємства, кадровий резерв, фінансові кошти та рівень організації маркетингової роботи. Раціонально спланований асортимент забезпечує ідеальне співвідношення між витратами, попитом і прибутковістю, а також сприяє створенню позитивного іміджу суб'єкта господарювання.

Процедура управління асортиментом є безперервною і передбачає аналізування ринку, визначення запитів клієнтів, оцінювання конкурентних переваг товарів, планування асортиментної структури, контроль результативності збуту і коригування стратегії відповідно до змін ринкової кон'юнктури. Головною метою цього процесу є забезпечення стабільного збільшення обсягів реалізації, підвищення рентабельності та зміцнення позицій підприємства на ринку [2, с. 23–25].

Дієве управління асортиментом вимагає наукового підходу та використання сучасних методів дослідження. Зокрема, для оцінки ефективності товарних позицій застосовують аналіз життєвого циклу продукції, що дозволяє своєчасно виявляти потребу модернізації або вилучення товарів із виробництва. Важливе значення має і визначення оптимальної структури асортименту, яка гарантує поєднання нових і традиційних товарів, враховує сезонні коливання запиту та зміни купівельної спроможності споживачів [1, с. 42].

Рівень конкурентоспроможності підприємства значною мірою залежить від того, наскільки успішно воно поєднує економічну виправданість виробництва з орієнтацією на потреби ринку. Надмірно розширений асортимент може спричинити збільшення витрат на виробництво, логістику та зберігання, тоді як занадто обмежений — до втрати частки ринку та зниження прибутковості. Тому завданням управлінців є досягнення ідеального балансу між широтою, глибиною та регулярністю оновлення асортименту [3, с. 250; 5, с. 14].

Ефективне управління товарним асортиментом неможливе без застосування цифрових технологій і аналітичних інструментів. Сучасні підприємства активно впроваджують CRM-системи, аналітику великих даних та алгоритми прогнозування попиту. Це дозволяє оперативно реагувати на зміни ринку, мінімізувати ризики надлишкових запасів і забезпечувати клієнтів актуальними товарами. Інтеграція автоматизованих систем у процес управління асортиментом підвищує точність прийняття рішень і сприяє підвищенню загальної ефективності маркетингової діяльності [5, с. 88-93].

Отже, управління товарним асортиментом є важливим засобом забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Воно об'єднує стратегічні, маркетингові, виробничі та фінансові аспекти діяльності. Системний підхід до асортиментної стратегії дозволяє не лише збільшити ефективність господарської діяльності, а й сформувати передумови для стабільного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі, забезпечуючи його адаптацію до викликів сучасної ринкової економіки.

Література:

1. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства. К.: Центр учбової літератури, 2020. 432 с.
2. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. 15-е вид. К.: Діалектика, 2021. 832 с.
3. Портер М. Конкурентна стратегія: методика аналізу галузей і конкурентів. К.: Основи, 2019. 480 с.
4. Гончарук І. В. Стратегічні аспекти формування асортиментної політики підприємства. Вісник економічної науки України. 2022. №3. С. 74–78.
5. Шевченко Л. О. Інноваційні підходи до управління товарним асортиментом. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2021. №1. С. 88–93.

ФОРМУВАННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Крушинський Данило, студ.2 курсу, ФЕiM, спец. 075 Маркетинг
Науковий керівник: проф. В.В. Макарова
Сумський НАУ

Сучасний ринок відзначається швидкими змінами, зростанням конкуренції та підвищеними вимогами споживачів до якості товарів і послуг. У таких умовах головним завданням підприємств стає забезпечення конкурентоспроможності — здатності ефективно задовольняти потреби клієнтів, адаптуватися до ринкових змін і підтримувати прибутковість [1]. Важливу роль у цьому відіграє маркетинг, який об'єднує інструменти для досягнення стабільного розвитку компанії. Для українських підприємств, що працюють у складних економічних і геополітичних умовах, формування дієвої маркетингової стратегії є необхідністю. Маркетинг сьогодні — не допоміжна функція, а ключовий чинник конкурентної переваги. Від ефективності просування, комунікації з клієнтами та позиціонування залежить здатність компанії залишатися актуальною для своєї аудиторії [2]. Актуальність дослідження посилюється також необхідністю швидкої цифрової трансформації бізнес-процесів, що вимагає від компаній не лише освоєння нових інструментів, а й докорінної зміни філософії управління, переводячи фокус уваги на максимальну клієнтоорієнтованість.

Мета дослідження — визначити маркетингові інструменти, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства, та оцінити їхню ефективність у сучасних умовах. До таких інструментів належать: продуктова політика (удосконалення товарів відповідно до попиту), цінова політика (встановлення оптимальних цін із урахуванням стратегії позиціонування), комунікаційна політика (реклама, PR, цифровий маркетинг, робота з соціальними мережами), збутова політика (вибір каналів продажу, оптимізація логістики, розвиток онлайн-торгівлі), а також брендинг і позиціонування компанії [3].

Додатковою метою є структурування підходів до інтеграції традиційних і цифрових маркетингових інструментів для формування стійкої конкурентної переваги, що особливо важливо в умовах високої ринкової динаміки та інформаційної насиченості. Особливу роль нині відіграють цифрові маркетингові інструменти. Присутність у мережі, соціальні медіа, контент-маркетинг, email-розсилки та SEO стали обов'язковими складовими успішного бізнесу. Вони забезпечують прямий контакт зі споживачами, дозволяють оперативно реагувати на запити клієнтів і збирати аналітичні дані для вдосконалення бізнес-процесів [2]. Крім того, цифрові методи є більш доступними для малих і середніх підприємств порівняно з традиційною рекламою. Найкращі результати демонструють компанії, які застосовують комплексний підхід до маркетингу — інтегрують інструменти у загальну бізнес-стратегію, регулярно аналізують ринок і поведінку споживачів. Ефективність обраних методів залежить від галузі, масштабів підприємства, цілей і ресурсів, тому стратегія має базуватися на аналізі внутрішнього та зовнішнього середовища [1].

Формування маркетингових інструментів підвищення конкурентоспроможності — це стратегічний процес, що потребує системного підходу та гнучкості. Дослідження підтверджує, що поєднання традиційних методів із цифровими технологіями забезпечує стійку конкурентну перевагу. Соціальні мережі, контент-маркетинг, аналітика даних і онлайн-канали збуту відкривають нові можливості навіть для підприємств з обмеженими ресурсами. Водночас основою залишаються якість продукту, цінова політика, ефективна дистрибуція та розвиток бренду. Ефективність маркетингової стратегії прямо пропорційна якості аналізу даних про споживачів та їхню поведінку в цифровому просторі. В умовах сучасності невід'ємним елементом стратегії має стати персоналізація пропозицій та оперативна комунікація через обрані клієнтами канали, що зміцнює їхню лояльність [2]. Практичні рекомендації зводяться до необхідності регулярного маркетингового аудиту та інвестування в системи CRM, які допомагають консолідувати дані для більш точного націлювання. Ключовим фактором успіху є постійне впровадження інновацій у продукт та процеси комунікації, що дозволяє випереджати конкурентів. Підприємства, які розглядають маркетинг як інвестицію у довгострокову конкурентоспроможність, утримують лідерські позиції навіть в умовах невизначеності [3]. Майбутні дослідження мають зосередитися на розробці метрик оцінки ROI (рентабельності інвестицій) саме цифрових маркетингових інструментів у контексті українського ринку.

Література:

1. Балабанова Л. В., Холод В. В. Маркетингові стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2022. № 77. С. 45–52.
2. Ілляшенко С. М., Іванова Т. Є. Інструменти цифрового маркетингу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2023. № 2. С. 118–127.
3. Павленко А. Ф., Войчак А. В. *Маркетинг*: підручник. Київ: КНЕУ, 2021. 246 с.

ВПЛИВ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА ЕМОЦІЙНЕ СПРИЙНЯТТЯ БРЕНДУ КОРИСТУВАЧАМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Лаврінченко М.С., студентка 2 курсу, ФЕіМ, спец. «Маркетинг»
Науковий керівник: доц. В.А. Муштай
Сумський НАУ

Нові соціальні мережі стали основним способом зв'язку з аудиторією. Візуальний контент, такий як зображення, відео, графіка, інфографіка, анімація, є першим враженням про бренд і відповідає за найбільш позитивне ставлення користувача. Користувачі також звертають увагу на яскравий, красивий контент на онлайн-платформі. Дослідження сили візуального впливу контенту необхідні для розробити ефективних стратегій задля покращення іміджу бренду, розуміння емоційної реакції аудиторії та оптимізації контенту.

Візуальні стимули викликають емоційні реакції, які створюють довіру, лояльність і прив'язаність до бренду. Дослідження, зосереджені на кольорі та композиції, формах і контрасті в зображеннях, показали, як, здавалося б, незначні зміни у візуальному представленні бренду можуть вплинути на емоційний досвід індивіда [1]. Дослідження когнітивних аспектів сприйняття візуальної інформації свідчать, що зображення активують пам'ять, покращують запам'ятовування бренду та мотивують користувачів до взаємодії з контентом [2]. Поєднання інтерактивних елементів та анімації дозволяє відчути емоційне залучення на емоційному рівні та пропонує глибшу взаємодію, формуючи лояльність користувачів. Дослідження підтвердили наявність позитивних емоцій у медіа, і коли рекламне повідомлення звертається до мозку користувача, воно активує мережу винагороди, підвищуючи ефективність рекламних медіа. Зокрема:

- зображення може бути сформоване лише на основі кольору, типу зображення, форми та композиції, щоб викликати несвідоме сприйняття бренду та підвищити його обізнаність, створити бажані ефекти позитивних емоційних реакцій;
- емоційно насичені зображення покращують запам'ятовування та заохочують взаємодію в соціальних мережах;
- аудиторія набагато більше залучена до творчості, коли це відбувається через відеоконтент, а також більше залучена завдяки анімації;
- інтерактивні елементи візуального контенту створюють ближчий емоційний зв'язок і підвищують лояльність користувачів.

Бренди, такі як Nike, Starbucks і Dove, досягли великого успіху, оскільки вони використовували яскраві кольори, контрастні композиції та емоційні сюжети для розвитку довгострокової прив'язаності аудиторії.

Візуальний контент у соціальних мережах дозволяє оцінювати поведінку користувачів і допомагає налаштувати комунікацію для оптимальних результатів [1]. Ефективність візуального матеріалу можна пояснити з точки зору психофізіологічних та когнітивних механізмів візуального контенту. Вибір кольорів активує емоційні контури мозку та допомагає розвивати перші враження про бренд на основі емоцій. Асоціативне мислення споживачів дозволяє формувати добрі емоційні зв'язки з брендом. Перегляд зображень, що викликають емоції, активує емоційну пам'ять, що підвищує запам'ятовування бренду та сприяє повторному перегляду контенту [1].

Яскраві кольори, енергійні структури та активні функції повинні використовуватися брендами для стимулювання емоційного залучення користувачів. Існує велика можливість для відео та анімації просувати цінності бренду та досягати молодих споживачів через ефективний відеоконтент та анімацію. Створення контенту з урахуванням психологічних механізмів впливу, когнітивної легкості сприйняття та афективної реакції призводить до покращення маркетингової стратегії та встановлення тривалої лояльності аудиторії.

Тому, цінність візуального контенту - у формуванні емоцій користувачів соціальних брендів у соціальному середовищі. Колір, візерунок, композиція, форма, зображення та інтерактивні елементи сприяють позитивному іміджу бренду, надихають споживачів на взаємодію та довіру до бренду; такі особливості підвищують залученість користувачів.

Отже, створення візуального контенту має передбачати не лише естетику, композицію та вигляд, а й врахування психографічних особливостей аудиторії, що є основою для розробки ефективної комунікації, яка націлена на них.

Література:

1. Борисенко О.С. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. К.: НАУ, 2022. 204 с. ULR: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053902.pdf> (дата звернення: 17.10.2025).
2. Язвінська Н. В. Маркетинговий менеджмент. Навчально-методичний комплекс: навч. посіб. для студентів спец. 075 «Маркетинг». КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 60 с. ULR: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/40215> (дата звернення: 18.10.2025)

СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мелешко Б., здобувач 2 курсу ФЕІМ, спец. «Маркетинг»

Науковий керівник: проф. Н.О. Макаренко

Сумський НАУ

Маркетингова цінова політика є ключовим елементом стратегічного розвитку аграрних підприємств. В умовах ринкових коливань, зростання собівартості виробництва та посилення конкуренції формування ефективної цінової стратегії стає основним чинником забезпечення прибутковості та стабільності. Мета дослідження полягає у виявленні сучасних підходів до формування цінової політики аграрних підприємств та визначенні ефективних стратегій її реалізації. Серед основних стратегій цінової політики аграрних підприємств виділяють: витратний підхід, метод граничної ціни, аналіз беззбитковості та встановлення цін з орієнтацією на конкурентів. Вибір стратегії залежить від структури витрат, попиту на продукцію та можливостей підприємства адаптуватися до ринкових умов.

Згідно з дослідженнями [1], аграрні підприємства дедалі частіше застосовують диференційовані стратегії ціноутворення, використовуючи знижки, бонусні програми та преміальні ціни на продукцію підвищеної якості. В умовах цифровізації цінова політика аграрних підприємств набуває нових інструментів: онлайн-торгівлі, цифрового моніторингу ринку та автоматизованого формування цін, що дає змогу підвищити ефективність та гнучкість цінових рішень. Водночас існують бар'єри, серед яких цифрова нерівність, брак фахівців та консерватизм аграріїв, що стримує активне впровадження новітніх інструментів. Сучасна практика аграрного бізнесу підтверджує важливість моделювання цінових стратегій як інструменту адаптації підприємств до мінливості ринку. Оптимальна стратегія має обиратися на основі стратегічного аналізу та врахування сегментації споживчого ринку. Поєднання традиційних методів ціноутворення з адаптивними моделями дозволяє забезпечити стійкість агробізнесу та ефективно реагувати на коливання ринкової кон'юнктури. Малим і середнім господарствам, навпаки, більш характерне використання гнучкої системи знижок, довгострокових контрактів і попереднього замовлення продукції. Важливим аспектом є регіональна диференціація: в одних областях спостерігається орієнтація на внутрішній ринок, тоді як інші аграрії активніше інтегруються у зовнішньоекономічні ланцюги постачання [2, с. 78].

Актуальним є й питання державного регулювання: дотації, податкові пільги та інструменти кредитної підтримки впливають на формування собівартості, а отже, і на кінцеву ціну продукції. Водночас глобалізаційні процеси та відкритість ринків створюють як нові можливості для експорту, так і загрози посилення конкуренції. Тому стратегія цінової політики повинна передбачати механізми мінімізації ризиків і формування конкурентних переваг. Особливої уваги заслуговує вплив світових тенденцій на формування цінових стратегій аграрних підприємств України. Військовий стан в Україні, блокування морських шляхів для реалізації на експорт, коливання валютних курсів та цін на енергоносії безпосередньо позначаються на собівартості сільськогосподарської продукції. У цих умовах підприємства вимушені враховувати як внутрішні виробничі фактори, так і зовнішні ринкові сигнали.

Поряд із цим у практиці все більшої ваги набувають стратегії партнерських відносин та довгострокових контрактів. Вони дозволяють агропідприємствам мінімізувати ризики та стабілізувати доходи навіть у кризових умовах. Ефективним вважається поєднання гнучких договірних умов із застосуванням цифрових технологій моніторингу ринку. Використання інтернет-майданчиків, систем електронної комерції та цифрової аналітики забезпечує доступ до актуальної інформації, що підвищує обґрунтованість цінових рішень. Тому, ефективна маркетингова цінова стратегія аграрних підприємств передбачає поєднання класичних методів ціноутворення з інноваційними цифровими інструментами, згідно якої рекомендується здійснювати постійний моніторинг ринку ресурсів і попиту, впроваджувати диференціацію цін залежно від якості продукції та умов співпраці, а також розширювати використання онлайн-каналів збуту. Це забезпечить підвищення конкурентоспроможності, фінансову стійкість та розвиток аграрного бізнесу [3, с. 91].

Таким чином, дослідження підтверджує, що ефективна цінова політика є ключовим інструментом забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Обґрунтування моделювання цінових стратегій та поєднання традиційних методів із digital-інструментами сприяє підвищенню фінансової стійкості та адаптації підприємств до динамічних ринкових умов.

Література:

1. Багорка, М. О., Устік, Т. В., Юрченко, Н. І. Формування маркетингової стратегії та шляхи її імплементації в систему управління аграрних підприємств. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023. Вип. 7. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/handle/123456789/8077>
2. Липчук В., Салука І, Грабовський Р., Липчук Н. Маркетингова діяльність сільськогосподарських підприємств: монографія. Дрогобич: ТзОВ «Трек ЛТД». 2024. 145 с.
5. Макаренко Н. О., Макарова В. В. Моделювання цінових стратегій в умовах адаптації агровиробників до мінливості ринку. Вісник Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького. Сер. Економічні науки. 2022. Вип. 1-2. С. 86-94.

МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ

Мірошніченко Р.В., студ. 2 курсу, ФЕІМ, спец. Маркетинг
Науковий керівник: асист. Т.І. Гуцал
Сумський НАУ

Широкий аспект факторів впливає на рівень конкурентного потенціалу компанії та її успіхи в отриманні прибутку на ринкових майданчиках. Сучасні тенденції виводять на передові позиції глибокий аналіз і вдосконалення схем постачання, генерацію додаткової цінності та формування цілісної виробничої екосистеми, що обумовлює активне застосування парадигми менеджменту ланцюгів постачання для забезпечення провідних позицій на ринку. В його основі лежить імплементація логістичних операційних циклів, що охоплюють увесь шлях продукту – від його створення до моменту придбання кінцевим користувачем – і залучають усіх суб'єктів, які надають ресурси, сервіси та відомості, які підвищують споживчу значущість.

Останнім часом у наукових публікаціях активно розглядають моделі логістики та підходи до управління мережами поставок як невіддільний елемент загальної системи менеджменту організації. Вивчення праць як вітчизняних, так і іноземних науковців, присвячених формуванню та прогресу логістичної галузі, зокрема, моделюванню процесів у ланцюгах поставок, показує: ключові теоретичні і практичні засади керування ланцюгами постачання в межах логістичної структури є фундаментом для посилення продуктивності діяльності підприємств [1, с. 199].

До загальнонаукових моделей та методів належать засоби моделювання, які можуть бути корисно застосовані не лише в логістичній сфері, але й в інших напрямках наукової та прикладної діяльності.

Спеціалізовані моделі та методи включають інструменти моделювання, які були створені та успішно застосовуються для вирішення конкретних логістичних завдань, серед яких [1, с. 201]:

- завдання з керування елементами логістичної інфраструктури (моделювання на рівні об'єктів);
- завдання з управління логістичними потоками та операціями (моделювання на рівні процесів).

Ефективне управління ланцюгами поставок також може бути досягнуте завдяки використанню різноманітних моделей та методик.

Суб'єктами, що підлягають управлінню в межах ланцюгів постачання, виступають об'єкти інфраструктури, які надають необхідні ресурси для забезпечення безперервного процесу постачання, починаючи від первинного постачальника (охоплюючи всі етапи виробництва) і завершуючи кінцевим споживачем [2, с. 404].

Традиційно логістичні потоки класифікуються на такі види:

- потік матеріальних запасів та товарно-матеріальних цінностей – матеріальний потік;
- потік даних та відомостей – інформаційний потік;
- потік грошових коштів – фінансовий потік.

Логістичні операції у ланцюгах постачання обумовлені послідовністю просування матеріальних цінностей, а також супутніх їм потоків інформації та фінансів, від джерела постачання до кінцевого одержувача.

Управління ланцюгами постачання базується на застосуванні як універсальних наукових підходів, так і спеціалізованих моделей та методик, розроблених у сфері логістики.

Багатоаспектний метод організації ланцюгів постачання охоплює:

- розрахунок точки беззбитковості (т. зв. "нульового порогу");
- стратегію зменшення кількості об'єктів у мережі (концентрація процесів в одному пункті);
- прогнозування потенційних загроз;
- дослідження ринкових тенденцій, курсу обміну валют, загального стану економіки [3, с. 315].

Використання інструментів аналізу є дієвим навіть за мінімальних обсягів вхідних даних. Зазначені підходи часто застосовуються для симуляції різноманітних ринкових сценаріїв та оцінки шансів на впровадження нових можливостей протягом короткого часового проміжку.

Отже, встановлено, що спроба обрати та успішно впровадити на практиці єдину, універсальну модель або метод управління ланцюгами постачання є доволі складною задачею і не завжди приносить очікуваний результат. Значний відсоток компаній застосовує комплексні, гібридні підходи, що формуються на базі поєднання різних моделей і методик, які, своєю чергою, демонструють синергію як традиційних, так і новаторських стратегій для вирішення широкого спектру бізнес-питань.

Література:

1. Хачатурян О.С. Управління ланцюгами постачання – аналіз і оцінка моделей і методів. *Центральноукраїнський науковий вісник. Технічні науки*. 2023. Вип. 8(39), ч.ІІ. С. 198-206.
2. Дубовик С.Г., Сигида Н.О., Спесивий Ю.Ю. Управління ланцюгами поставок підприємств, їхні сутність і структура. *Економіка та суспільство*. 2018. № 18. С. 402-410.
3. Колосок В.М., Бірюков М.М. Аналіз підходів до формування економічних механізмів управління ланцюгами постачань. *Вісник приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. Вип. 34. С. 313-319.

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ФОРМУВАННІ АСОРТИМЕНТУ ТОВАРІВ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ НОВИХ КЛІЄНТІВ

Пилипенко Є.В., студ. 1 с.т. курсу. ФЕІМ, спец. Маркетинг
Науковий керівник: доц. О.В.Шумкова
Сумський НАУ

Сучасний споживач має широкий вибір товарів і послуг, тому здивувати його непросто. Товар, який вирізняється серед інших, - ключ до того, щоб компанії могли заявити про себе і здобути довіру покупців.

Але що стоїть за цими нестандартними товарами? Що перетворює звичайний товар на об'єкт уваги та бажання? В основі цього перетворення лежать інновації.

Згідно із Законом України "Про інноваційну діяльність": Інновації - новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. [1]

З точки зору формування асортименту, найбільш актуальним є впровадження товарних інновацій, що передбачає випуск нової продукції. Це безпосередньо стосується товару, який є ключовим елементом маркетингового комплексу та визначає ефективність ринкової діяльності підприємства.

Інноваційним товаром, відповідно до визначення, наведеного у тому ж Законі України "Про інноваційну діяльність", є результат науково-дослідної і (або) дослідно-конструкторської розробки, що відповідає вимогам, встановленим цим Законом. [1] Такий товар пропонує споживачеві новий засіб або спосіб задоволення потреб, відкриваючи нові сфери їх реалізації. Він може бути абсолютно новим, мати суттєво змінну конструкцію або новий дизайн. Саме через впровадження таких інноваційних товарів і формується асортимент, здатний залучити нових клієнтів.

Інновації перетворюють статистичний асортимент товарів на жваву систему, здатну адаптуватись до ринкових вимог. Коли підприємство розширює свій асортимент новими товарами, які усуватимуть обмеження для споживачів, даватимуть можливість виконувати нові завдання або пропонуватимуть більш зручні способи вирішення проблем, це стає сильним стимулом для залучення нових груп клієнтів. Наприклад, це можуть бути: легші та доступніші пристрої для людей з інвалідністю; продукти, що викликають довіру та комфорт; бюджетні альтернативи товарів тощо. Завдяки інновації споживачі можуть відчувати глибший емоційний зв'язок, переймати нові звички у споживанні та, зрештою, змінювати свій стиль життя.

Також необхідно усвідомлювати, що кожен інноваційний продукт проходить через певні етапи свого існування. Спочатку він приваблює найсміливіших новаторів, а потім, на стадії розвитку, охоплює ширший ринок. Щоб підтримувати зацікавленість та постійно залучати нових покупців, підприємству слід своєчасно оновлювати пропозицію, готуючи наступні інновації ще до того, як поточні втратять свою актуальність.

Втім, важливо зважати й на можливі ризики. Ринок не завжди готовий до сприйняття нових ідей. Існує ймовірність, що інноваційний товар буде важким для розуміння, не відповідатиме вимогам клієнтів або не інтегрується у їхні щоденні звички. Це може призвести до фінансових збитків, шкоди для іміджу або навіть відторгнення бренду. Тому, окрім розробки, критично важливо тестувати, адаптувати інновації під цільову аудиторію та забезпечувати їх ефективне просування. [2]

Цілком очевидно, що не кожне підприємство здатне створити щось справді унікальне - і це є нормальним. Адже за всю історію людства абсолютно нових товарів, які змінювали хід подій, було лише кілька сотень. Отже, істинні інновації - це не те, що поширене масово, а рідкісний феномен, який заслуговує на особливу увагу. [3]

З огляду на вищезазначене, можна зробити висновок, що інновації виступають важливим стратегічним засобом для формування асортименту і залучення нових клієнтів. Вони дають можливість створювати продукти, які відповідають сучасним стандартам, відкриваючи нові ринки і підвищувати конкурентоздатність. Проте для успішного впровадження потрібно ретельно аналізувати потреби споживачів і детально планувати, адже саме це гарантує чіткі результати: від збільшення різноманітності товарів і підвищення якості, до зростання доходів і привернення нових клієнтів.

Література:

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV, розділ 1.1.1. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
2. Тебенко В.М.: Економіка та організація інноваційної діяльності: Навч. посібн. 1 вид., Вид-во: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс». 2014. 302 с. URL: <https://elar.tsatu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f36e225a-7323-4b2f-b8b5-c801476a9354/content>
3. Ілляшенко С. М., Рудь М.П Інновації в товарній інноваційній політиці підприємства: особливості вибору і реалізації. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. Херсон: Гельветика, 2020. Вип. 41. С. 19-25. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/45770>

ОСНОВНІ АСПЕКТИ В РОЗРОБЦІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ

Семеренко К. О., студ. 2 курсу ФЕІМ, спец. Маркетинг
Науковий керівник: доц. В. А. Муштай
Сумський НАУ

У сучасному світі, де конкуренція на ринках зростає, а споживачі стають більш вибагливими, створення ефективної маркетингової стратегії просування є ключовим для успіху компаній. В Україні, де локальні бренди активно використовують цифрові платформи, це завдання особливо актуальне, адже дозволяє не лише залучити клієнтів, а й вибудувати міцний бренд. На основі аналізу літератури та практичних прикладів можна виділити основні аспекти, які роблять стратегію ефективною.

Розробка стратегії просування починається з розуміння, хто є цільовою аудиторією. Наприклад, спортивний одяг може привабити молодих людей, які займаються фітнесом. В Україні Instagram популярний серед молоді, тому яскравий контент, як відео чи пости, ефективно привертає увагу. Без чіткого визначення аудиторії реклама може не спрацювати, адже повідомлення не дійде до тих, хто готовий купувати. Аналіз конкурентів також важливий: вивчаючи їхні дії, можна знайти прогалини. Наприклад, якщо конкурент рекламує продукт у TikTok, але не використовує email-розсилки, це відкриває можливості для нового бренду. Українська мережа "Сільпо" вдало просуває продукти через акції в соцмережах, що надихає інших [1, с. 55–65].

Вибір каналів просування залежить від продукту, аудиторії та бюджету. Для молодіжних брендів в Україні Instagram і TikTok є ідеальними, адже вірусні відео чи співпраця з мікроінфлюенсерами (10–50 тисяч підписників) дають результат за невеликі кошти. Для старшої аудиторії, наприклад, покупців побутової техніки, краще підійде контекстна реклама в Google чи банери в магазинах. Контент має бути адаптованим: формат для TikTok не працюватиме у Facebook.

Якість контенту відіграє вирішальну роль у просуванні. В Україні, наприклад, локальні бренди кави чи крафтових продуктів створюють історії в Instagram, які розповідають про походження товару чи процес виробництва. Такий підхід викликає емоційний відгук і підсилює довіру. Контент має бути не лише привабливим, а й регулярним, щоб підтримувати інтерес аудиторії [2, с. 270–275].

Інтеграція сучасних технологій, таких як штучний інтелект і дані аналітики, додає ефективності стратегії. Наприклад, українські онлайн-магазини використовують AI для персоналізованих рекомендацій у рекламі, що підвищує конверсію продажів. Це дозволяє аналізувати поведінку користувачів у реальному часі та коригувати кампанії, роблячи просування більш точним і економічним. Без таких інструментів стратегія ризикує відставати від швидких змін на ринку, особливо в цифровому середовищі, де тренди з'являються щодня.

Продукт має виділитися завдяки унікальній торговельній пропозиції (УТП). Наприклад, український бренд косметики може акцентувати на натуральних інгредієнтах чи локальному виробництві, що викликає довіру. Емоційні рекламні кампанії чи акції допомагають донести цю унікальність до споживачів. Планування бюджету — не менш важливе. Для малого бізнесу в Україні таргетована реклама в Instagram ефективніша за телевізійну, адже коштує дешевше, але охоплює широкую аудиторію. Витрати мають включати не лише запуск кампанії, а й її аналіз. Інструменти, як Google Analytics, показують охоплення чи конверсію. Якщо реклама в Instagram не приносить продажів, можна змінити формат чи час публікації.

Ринок постійно змінюється, тому стратегія має бути гнучкою. Українські бренди солодощів, наприклад, швидко реагують на тренди TikTok, створюючи вірусний контент. Така адаптивність дозволяє залишатися конкурентоспроможним.

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що ефективна стратегія просування вимагає комплексного підходу, де розуміння аудиторії поєднується з аналізом конкурентів, правильним вибором каналів, якісним контентом, створенням УТП, раціональним бюджетуванням, постійним контролем і готовністю до змін. Успішна стратегія не лише допомагає українським брендам залучати клієнтів, але й сприяє їхньому довгостроковому розвитку на конкурентному ринку, роблячи акцент на локальних особливостях і цифрових трендах.

Література:

1. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf (дата звернення: 11.10.2025).
2. Буряк Р. І., Збарський В. К., Талавиря М. П., Бондаренко В. М. Маркетинг: [підручник]. Київ: ЦП «КОМПРИНТ». 2023. 538 с. URL: <https://dqlib.nubip.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c2de897f-2dc0-4b4f-82f0-93785bb44283/content> (дата звернення: 12.10.2025).

МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ КЛІЄНТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Скачок І. Ю., студ. 2 курсу ФЕМ, спец. 075 Маркетинг
Науковий керівник: доц. В. А. Муштай
Сумський НАУ

В умовах зростання конкуренції на внутрішньому ринку питання впливу на лояльне ставлення клієнтів до підприємства-виробника є надважливим. [2] Для підприємств малого бізнесу, які складають переважну більшість у сфері торгівлі (96,7%), здатність формувати довгострокові, довірливі відносини зі споживачами є ключовим фактором виживання та сталого розвитку. [1] Саме тому управління лояльністю, як складний процес стимулювання клієнтів для досягнення цілей організації, перетворюється на пріоритетний напрям маркетингової діяльності.

Метою цього дослідження є аналіз процесу управління лояльністю на підприємствах малого бізнесу, визначення ключових факторів впливу та ефективних маркетингових інструментів для побудови міцних відносин із клієнтами.

Управління лояльністю доцільно розглядати через призму класичного циклу менеджменту, що включає чотири ключові етапи:

- 1) організація та дослідження (постановка цілей, аналіз клієнтської бази);
- 2) аналітика та методологія (сегментація, розробка програм лояльності);
- 3) економічне обґрунтування та фінансування (розрахунок бюджету та оцінка ризиків);
- 4) контроль та коригування (оцінка результатів та впровадження змін).

Ефективність цього процесу ґрунтується на таких принципах, як гнучкість, врахування індивідуальних характеристик клієнтів, прагнення до взаємної вигоди та постійний розвиток. [3] Успіх малого бізнесу у завоюванні лояльності залежить від специфічних факторів. Дослідження показують, що найвагоміший вплив має ставлення до клієнта (ваговий коефіцієнт 0,196). На другому місці проведення акцій та спеціальних пропозицій (0,188), а на третьому асортимент товару (0,150). При цьому такі чинники, як розмір закладу, є несуттєвими, що доводить перевагу малих підприємств у персоналізованому сервісі. [1] Важливо також враховувати, що в основі лояльності індивідуальних споживачів частіше лежать емоції, тоді як у клієнтів промислових підприємств раціонально-особистісна основа. Для впливу на ці фактори бізнес може використовувати як традиційні, так і сучасні маркетингові інструменти. До традиційних належать індивідуальні зустрічі та участь у виставках, що зміцнює особистий контакт. Сучасний інтернет-маркетинг пропонує такі ефективні канали, як SMM для залучення уваги в соціальних мережах, веб-сайт для представлення інформації та Email-розсилки для підтримки зворотного зв'язку. [2] Формування лояльності є поетапним процесом, який можна візуалізувати у вигляді «піраміди лояльності». В її основі лежить сприйняття та обізнаність про компанію, що досягається за допомогою активної рекламної діяльності. Наступні рівні — це стабільність використання продуктів, задоволеність потреб клієнта та формування високої цінності стосунків з компанією. Вершиною піраміди є абсолютна лояльність, коли співпраця стає повністю індивідуалізованою, а клієнт перетворюється на справжнього прихильника бренду. [2]

Висновок: Ефективне маркетингове управління лояльністю на підприємствах малого бізнесу вимагає системного циклічного підходу. Успіх полягає у фокусуванні на ключових перевагах персоналізованому ставленні до клієнтів та гнучкості. [1] Розуміння поетапного характеру формування лояльності та комплексне застосування традиційних і сучасних інтернет-інструментів дозволяє не лише задовольняти потреби споживачів, а й будувати довготривалу емоційну прихильність, що є основою стабільності та зростання.

Література:

1. Макарова В. В., Макаренко Н. О. Особливості управління лояльністю клієнтів на торговельних підприємствах малого бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2022. Вип. 42. С. 90–94. – Режим доступу: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/42_2022ua/18.pdf (дата звернення 16.10.2025)
2. Захаренко-Селезньова А. М., Траїно В. М., Яловега Н. І. Маркетингові інструменти впливу на клієнтів як система управління продажами. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 1. С. 44–48. – Режим доступу: <https://surl.cc/ngrvei> (дата звернення 16.10.2025)
3. Неткова В. М. Процес управління лояльністю: теоретичні основи та практичні аспекти. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип.8. С. 313–320. – Режим доступу: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/56.pdf (дата звернення 16.10.2025)

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

Скрипченко Д.О., студ. 2 курсу ФЕІМ, спец. 075 «Маркетинг»
Науковий керівник: доц. В.А. Муштай
Сумський НАУ

У сучасних умовах цифрової трансформації ринку комунікації між підприємствами та споживачами зазнають суттєвих змін. Зростання ролі соціальних мереж, поширення мобільних технологій та зміна поведінки споживачів, особливо молодшої аудиторії, зумовлюють необхідність перегляду підходів до формування маркетингових стратегій. Традиційні інструменти впливу на споживача поступово втрачають ефективність, поступаючись інтерактивним формам комунікації. Саме тому дослідження особливостей використання соціальних мереж у комунікаційній політиці підприємства є надзвичайно актуальним і має важливе практичне значення. Загалом, ефективне використання цифрових каналів комунікації передбачає розуміння сутності самої комунікаційної політики підприємства, її структури та основних складових.

Комунікаційна політика маркетингу є системою принципів, методів і форм, що визначають взаємодію підприємства з цільовою аудиторією. Вона включає такі основні елементи, як реклама, PR, персональні продажі, стимулювання збуту та прямий маркетинг. Процес планування комунікаційної політики охоплює етапи: аналіз ситуації; визначення цілей; вибір цільової аудиторії; розробка стратегії; тактики комунікацій; бюджетування; реалізація; оцінка ефективності, що дозволяє визначити місце соціальних мереж як одного з провідних інструментів сучасного маркетингу [1].

Основна увага в дослідженні зосереджена на цифрових комунікаціях та соціальних мережах - інтерактивній взаємодії з аудиторією, формуванні іміджу бренду та зворотному зв'язку. Саме вони у сучасній маркетинговій комунікаційній політиці відіграють особливу роль, оскільки дозволяють оперативно взаємодіяти з молодшою аудиторією та формувати її сприйняття бренду. Однак не всі компанії ефективно використовують потенціал соціальних мереж, особливо при роботі з молодшою аудиторією. Популярні компанії часто не враховують інтереси молодшої аудиторії в соціальних мережах, створюючи серйозний контент, який не відповідає очікуванням користувачів і знижує ефективність комунікаційної політики. Дослідження показують, що відео з розважальним контентом та інтерактивними елементами отримують значно більше лайків і коментарів, ніж формальні промо-пости великих брендів.

Згідно з дослідженням Pew Research Center [2], 73% підлітків віком 13-17 років використовують TikTok. При цьому підлітки віком 15-17 років користуються платформою частіше, ніж підлітки 13-14 років. Крім того, 86% користувачів TikTok серед підлітків заходять до додатку щодня, а 25% - майже постійно. За даними того ж дослідження, 87% підлітків використовують Instagram хоча б раз на місяць, що є рекордним показником з початку проведення опитувань. При цьому 72% підлітків віком 15-17 років користуються Instagram, у той час як серед підлітків 13-14 років цей показник становить 43%.

Ці дані підтверджують, що TikTok та Instagram є провідними платформами серед підлітків, що робить їх ключовими каналами для формування ефективної комунікаційної політики підприємства, орієнтованої на молоду аудиторію. Основною проблемою сучасної комунікаційної політики підприємств є невідповідність контенту очікуванням молодшої аудиторії, яка віддає перевагу інтерактивності, візуальності та емоційності. Використання соціальних мереж часто зводиться до формального інформування, тоді як ефективність взаємодії залежить від уміння підприємства говорити «мовою» своєї цільової аудиторії, застосовувати тренди, сторітелінг, відеоформати та залучати користувачів до діалогу.

Таким чином, соціальні мережі виступають стратегічним інструментом сучасної комунікаційної політики підприємства, особливо у взаємодії з молодшою аудиторією. Ефективне планування комунікаційної стратегії передбачає не лише використання цифрових каналів, але й адаптацію контенту під особливості поведінки споживачів у TikTok та Instagram. Ті компанії, які інтегрують соціальні мережі у свою маркетингову політику та створюють контент, орієнтований на цінності та інтереси молоді, отримують конкурентну перевагу та формують довгострокові відносини з клієнтами. У результаті соціальні мережі стають не лише каналом просування, а й потужним засобом формування позитивного іміджу підприємства.

Література:

1. Основні підходи до визначення маркетингової стратегії. Планування комунікаційної політики маркетингу. 2021. URL: https://pidru4niki.com/1455062353718/marketing/zmistoviy_modul_planuvannya_komunikatsiynoyi_politiki_marketingu (дата звернення: 04.10.2025).
2. Pew Research Center. (2024). Teens and Social Media Fact Sheet. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/teens-and-social-media-fact-sheet/> (дата звернення: 04.10.2025).

МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ

Ставцева П. І., студ. 2 курсу ФЕМ, спец. О75 Маркетинг

Науковий керівник: ст.викл. О. М. Селезень

Сумський НАУ

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного життя, адже вони дозволяють людям спілкуватися та обмінюватися інформацією. Популярні платформи, як Instagram, Facebook, TikTok та YouTube, мають величезну аудиторію, яку бренди прагнуть охопити для ефективного просування своїх товарів і послуг. [1]

Метою цього дослідження є оцінка ефективності SMM-стратегії та її впливу на впізнаваність бренду, залучення аудиторії та формування лояльності. Аналізуючи різні статті, наукові матеріали та приклади відомих компаній, можна зробити висновок, що успіх у соціальних мережах залежить не лише від технологій чи присутності на платформах, а від здатності бренду створювати цінність і перетворювати пасивних користувачів на активних учасників комунікації. [2] Сьогодні важко уявити день без Instagram, Facebook, TikTok чи YouTube. Через ці платформи люди спілкуються, обмінюються інформацією, знаходять нових друзів і отримують натхнення. Бренди активно використовують ці канали не лише для демонстрації продуктів, а й для створення емоційного зв'язку з аудиторією, розвитку корпоративного іміджу та просування цінностей компанії. [1] Соціальні мережі дозволяють показати не лише товар, а й стиль життя бренду, його цінності та підхід до взаємодії з клієнтами. Вибір платформ для просування бренду повинен ґрунтуватися на детальному аналізі цільової аудиторії та бізнес-завдань. Кожна мережа має свої особливості та сильні сторони: Facebook підходить для масового охоплення та різноманітного контенту. Instagram ефективний для візуально привабливих публікацій, Stories та Reels, особливо серед молодшої аудиторії. LinkedIn орієнтований на B2B та професійні кола. YouTube дозволяє створювати навчальні матеріали, огляди та інтерв'ю. TikTok здобув популярність завдяки коротким віртуальним відео та челенджам. [3] Успішна стратегія передбачає інтеграцію кількох платформ для максимального охоплення аудиторії та посилення впливу. [1] Оцінка ефективності SMM-стратегії проводиться на двох рівнях: для окремих платформ і загалом для бренду. Загальні маркетингові показники, що відстежуються через Google Analytics та подібні сервіси, включають кількість переходів на сайт із соцмереж, поведінку користувачів (відсоток відмов, час перебування на сторінках, глибина переглядів), коефіцієнт конверсій, прибуток та середній чек. [3] Специфічні SMM-метрики дозволяють оцінити взаємодію аудиторії у соцмережах: зростання підписників, охоплення публікацій, лайки, коментарі, репости та згадки бренду. Для зручності збору та аналізу даних маркетологи використовують сервіси HubSpot і BRAND24. [2] Практичні кейси підтверджують, що бренди досягають успіху завдяки креативним і нестандартним рішенням. Duolingo викликав вірусний ефект, використавши іронічний сюжет зі своїм талісманом, що привернуло увагу користувачів і створило широку дискусію в мережі. Український ритейлер VARUS через «кампанію вдячності» зміг підвищити повагу до персоналу та охопити мільйони людей у соцмережах. Фокстрот організував соціальну акцію для допомоги безпритульним тваринам у метро, що демонструє поєднання соціальної відповідальності та залучення аудиторії. Guess запустив челендж #InMyDenim на TikTok, який залучив молодь до створення контенту та підвищив впізнаваність бренду. Аналізуючи різні матеріали, можна сказати, що ефективний SMM — це не просто присутність у соцмережах, а системна робота над контентом, який викликає емоції, розповідає реальні історії та спонукає до активної взаємодії. [1] Тільки поєднання креативу, аналітики та постійної адаптації дозволяє брендам формувати довготривалі зв'язки з аудиторією, підвищувати впізнаваність та залучати нових клієнтів. Крім того, сучасні компанії активно використовують технології штучного інтелекту для аналізу поведінки користувачів, прогнозування їхніх інтересів та персоналізації контенту. [2] Активне використання кількох платформ одночасно дозволяє охоплювати різні сегменти аудиторії і адаптувати повідомлення під специфіку кожної соцмережі. Соціальні мережі допомагають брендам демонструвати свої цінності, стиль життя та підвищувати рівень довіри серед споживачів.

Отже, Успішна SMM-стратегія — це поєднання аналітики, креативу та постійної адаптації до потреб аудиторії. Бренди, які активно взаємодіють із користувачами, створюють цінність, показують емоції та реальні історії, отримують конкурентні переваги та формують довготривалі взаємини зі споживачами. Аналіз кейсів і матеріалів показує, що інноваційність, увага до емоцій та активне залучення аудиторії є ключовими факторами успіху бренду у сучасному цифровому середовищі.

Література:

1. Що таке SMM і як маркетинг у соціальних мережах працює на користь брендів [Електронний ресурс]. 2024. – Режим доступу: <https://share.google/iB5p8IA8bULSvXBnl>. (дата звернення 03.10.2025)
2. SMM-тренди 2025: як дієво просувати бренд у соцмережах [Електронний ресурс]. 2025. Режим доступу: <https://share.google/HGF9PkkYPSpc9KvQ>. (дата звернення 03.10.2025)
3. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти [Електронний ресурс]. 2025. Режим доступу: <https://share.google/eRWVNYR7AUvdaFA4J>. (дата звернення 03.10.2025)

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ

Ткаченко Р. С., студ. 2 курсу ФЕІМ, спец. Маркетинг

Науковий керівник: доцент В.А. Муштай

Сумський НАУ

Актуальність даного дослідження в наш час обґрунтовано тим, що соціальні мережі стали вирішальним фактором успіху бренду. Оскільки майже вся комунікація перемістилася в онлайн, бізнес потребує швидких і точних інструментів для просування та управління своєю репутацією, і саме SMM забезпечує цю можливість.

Проблематика просування бренду в соціальних мережах вимагає постійного оновлення джерельної бази, спираючись як на класичні праці так і на актуальні дослідження діджитал-маркетингу. Сьогодні, Маркетинг у соціальних мережах (SMM) набув статусу ключового стратегічного інструменту просування, оскільки він став домінуючим каналом не лише для комунікації, але й для формування ціннісного капіталу та позиціонування бренду в сучасному просторі.[3, с. 112] При цьому, успіх просування оцінюється не за суто кількісними показниками (кількість підписників), а за рівнем залученості (Engagement Rate).

Послідовна контент-стратегія є вирішальним фактором, що забезпечує стабільне зростання впізнаваності бренду (Brand Recall). Успіх SMM-стратегії залежить від використання найефективніших важелів, що було досліджено за допомогою статистичного аналізу та методу узагальнення. [3, с. 118] Сучасні бренди активно вдосконалюють просування, інтегруючи таргетовану рекламу з алгоритмами штучного інтелекту, що, призводить до зростання конверсії. На відміну від традиційної реклами, таргетинг у соціальних мережах дає суттєву економічну та цільову перевагу: SMM- платформи дозволяють налаштувати рекламу, охоплюючи саме тих користувачів, які зацікавлені у продукті, ґрунтуючись на їхній демографії, інтересах та поведінці.[2, с. 66].

Найефективнішим важелем швидкого нарощування лояльності є інфлюенс - маркетинг, якщо його основу становить перевірена автентичність. Крім того, короткі відеоформати (як-от Reels і TikTok) демонструють найбільший потенціал віральності, що є критично важливим для оперативного розширення ринкової присутності. Результати аналізу SMM- кампаній однозначно демонструють перевагу відеоформату над традиційними: за даними, поширеними Forbes, контент із використанням відеороликів забезпечує зростання кількості репостів на 1200% порівняно з публікаціями, що містять лише текст і зображення. [1].

У 2025 році відеоконтент остаточно закріпився як основна мова комунікації брендів із цільовою аудиторією. За результатами дослідження Digital Research 2025, понад 90% українських інтернет-користувачів регулярно переглядають відео на YouTube, а більше половини взаємодіють із рекламою саме через відеоформати. [4]. Це свідчить про зміну парадигми: ефективність SMM-кампаній визначається не лише креативністю, а й якістю відеоісторії, частотою контактів та точністю вибору платформи.

Крім того, зростає роль інтерактивного відео та прямих ефірів, які дозволяють брендам встановити емоційний контакт із підписниками в реальному часі. Такий формат сприяє формуванню спільноти навколо бренду, що є важливим чинником довгострокової лояльності. Успішні кампанії також демонструють ефективність використання UGC (user-generated content), коли самі користувачі створюють відео з продуктами бренду. Це не лише підвищує довіру, а й знижує витрати на виробництво контенту.

Тож, маркетинг у соціальних мережах став вирішальним інструментом для зростання ціннісного капіталу бренду, ефективно замінюючи традиційні канали. Таргетована реклама та відео-контент стали найбільш економічно вигідними важелями для підвищення лояльності. У роботі удосконалено критерії оцінки SMM-ефективності через інтеграцію показників Brand Recall та динаміки поведінки споживачів.

Література:

1. Нановська, В. Тренди youtube 2023 року:спільноти, мультиплатформність і пул інструментів — ЗВІТ. Медіамейкер. URL: <https://mediamaker.me/trendy=youtube-2023-roku-spilnoty=multyplatformnist-i-pul-instrumentiv-zvit-3777/> (дата звернення:11.10.2025).
2. Ярмолюк О. Я., Фісун Ю. В., Шаповалова А. А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. Підприємництво та інновації. 2020. Вип. 11-2 С. 65 – 65. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/287> (дата звернення: 11.10.2025).
3. Schaefer M. Marketing Rebellion: The Most Powerful Force in the History of Marketing. New York: Hachette Book Group, 2019. 256 p.
4. Digital Research 2025: як брендам перемагати у відео-екосистемі. Newage. URL: <https://newage.agency/blog-uk/digital-research-2025-iaк-brendam-peremahaty-u-videoekosystemi/> (дата звернення 13.10.2025).

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ АГРОБІЗНЕСУ

Устик М.Д., студент 1 с.т. курсу, ФЕіМ, спец. Маркетинг

Науковий керівник: проф. М.О. Лищенко

Сумський НАУ

Сучасна економіка глобалізована, і підприємствам в сфері агробізнесу необхідно конкурувати не лише на внутрішньому, а й на міжнародному ринку, споживачі стають більш вимогливими до якості, безпеки (food safety), походження та екологічності аграрної продукції, що вимагає від підприємств постійного вдосконалення маркетингового комплексу. Ефективне управління маркетингом в агросекторі ґрунтується на розумінні його специфіки, оскільки агробізнес сильно залежить від природно-кліматичних умов та має тривалий виробничий цикл. Впровадження гнучких маркетингових планів, які мають сценарії реагування на невисокий врожай чи значні коливання цін, маркетинг повинен бути інтегрований із системою управління ризиками підприємства, так як ціни на сировину можуть бути дуже нестабільними, тому важливо мінімізувати цінові ризики через інструменти форвардного продажу.

Аграрний сектор економіки є консервативним, але цифрові технології відкривають нові можливості, серед яких точне землеробство та Big Data, використання сучасних технологій, аналітики (Big Data) та прогнозування є основою для прийняття оптимальних управлінських та маркетингових рішень щодо формування асортименту, прогнозування попиту, оцінки ефективності рекламних кампаній. Ще одним важливим елементом в сфері новітніх технологій є цифровий маркетинг, який включає активне використання цифрових каналів, електронної комерції та соціальних мереж для просування продукції в сфері агробізнесу та комунікації зі споживачами. Використання професійних онлайн-платформ, CRM-систем та таргетованої реклами допомагає аграрним підприємствам в роботі з дистриб'юторами та фермерами (навчальні майстер класи та тренінги, просування засобів захисту рослин чи техніки).

В своїй діяльності підприємства аграрної сфери економіки використовують PESTEL-аналіз, який є інструментом для вивчення зовнішнього середовища бізнесу.

Таблиця 1 - PESTEL - аналіз аграрної галузі

Р – ПОЛІТИКА	Е - ЕКОНОМІКА
Законодавство, регулювання та стабільність політичного середовища. Торговельні угоди, митні тарифи, податки, правила безпеки та сертифікація.	Економічний зріст, інфляція, курси валют, рівень безробіття та складні витрати. Зміни в економіці можуть впливати на платоспроможність клієнтів та їх готовність інвестувати у новітні технології.
S - СОЦІУМ	Т – ТЕХНОЛОГІЇ
Демографічні зміни, суспільні настрої, культурні тенденції та ставлення до екології. Зміни у споживачькій поведінці, попиту та поглядах.	Інновації в сфері агробізнесу, інформаційних технологій, аграрних роботів та автоматизації. Важливо враховувати ці технологічні зміни при просуванні продукції
Е-ЕКОЛОГІЯ	L - ЗАКОНОДАВСТВО
Законодавство щодо викидів та екологічної безпеки може вимагати розробки та постачання більш екологічно чистих продуктів, перехід на вирощування нішевих культур.	Законодавчі і правові аспекти включають в себе регулювання якості та безпеки продукції, патентні права, конкурентне право, ліцензування та інші правові аспекти, які можуть впливати на аграрний ринок.

Джерело: власні спостереження автора та систематизація літературних джерел

Управління маркетинговою діяльністю в сфері агробізнесу має охоплювати розширений комплекс елементів: product (продукт); price (ціна): гнучке ціноутворення, використання хеджування та диференціація цін залежно від обсягу та умов оплати; place (збут): оптимізація ланцюга постачання, вибір ефективних логістичних рішень; promotion (просування): PR, виставкова діяльність, цифровий маркетинг та прямі продажі; people (персонал): компетентність команди продажів, які взаємодіють з клієнтами; process (процес): ефективність процесу обслуговування клієнтів; physical Evidence (фізичні докази): стан складів, елеваторів, зовнішній вигляд транспорту та офісів, які формують імідж партнера.

Аграрні підприємства повинні бути привабливими та конкурентоспроможними, займати лідируючі позиції, тому повинні використовувати елементи брендингу та упаковка, вміти розробити унікальний бренд, привабливу та інформативну упаковку з акцентом на екологічність/локальність/якість. Знаходити оптимальні канали збуту, побудова ефективних каналів збуту: власні онлайн-магазини, співпраця з локальними супермаркетами, участь у фермерських ярмарках, розвиток агротуризму. Активно використовувати в своїй діяльності соціальні мережі (Instagram, Facebook) для прямої комунікації зі споживачами, акцентуючи на історії походження продукту (storytelling) та його перевагах.

Література:

1. Tetiana Ustik, Volodymyr Lagodiienko, Svitlana Bebko, Yurii Biloshapka, Oleksandr Sorokokit. Innovative marketing tools and strategies for the promotion of green agribusiness branding. *Grassroots Journal of Natural Resources*, Vol.8 No.2 (August 2025). p.256-275
2. Багорка М. О., Кадирус І. Г. Упровадження маркетингової концепції управління в практичну діяльність аграрних підприємств. Держава та регіони. 2021. № 1. С. 42–47

РОЛЬ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Устименко С.Ю., студ. 2 курсу ФЕiM, спец. 075 Маркетинг
Науковий керівник: проф. Н.О. Макаренко
Сумський НАУ

В умовах зростаючої конкуренції та нестабільності ринкового середовища актуальності набуває забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Одним із ключових інструментів для досягнення цієї мети є ефективне логістичне управління. Логістичне управління інтегрується з теоретичними та практичними аспектами маркетингу та менеджменту, що забезпечує узгодження процесів виробництва та збуту продукції з реальним платоспроможним попитом. Це сприяє зменшенню витрат, оперативному реагуванню на зміни та прийняттю обґрунтованих управлінських рішень.

Логістична інтеграція в аграрному секторі є важливою умовою забезпечення конкурентних переваг, особливо в умовах обмежених фінансових і ресурсних можливостей, що є характерним для більшості сільськогосподарських виробників в Україні. Завдяки поєднанню таких логістичних процесів як планування постачання, зберігання, транспортування, збуту продукції та управління інформаційними потоками — аграрні підприємства можуть досягати економії витрат, скорочення часу реалізації продукції, зниження логістичних ризиків та підвищення якості обслуговування споживачів.

У сучасних умовах, коли аграрний ринок перебуває під тиском нестабільного економічного середовища та зовнішньополітичних загроз, логістичні рішення стають не лише інструментом підвищення ефективності, а й запорукою стабільного функціонування підприємств. Таким чином, логістична інтеграція дозволяє малим і середнім аграрним виробникам ефективніше конкурувати з великими підприємствами та адаптуватися до мінливих умов ринку. [1]

Важливими факторами для підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств є такі характеристики логістичної системи, як вартість виробництва, витрати на постачання і зберігання, залежність від постачальників, а також гнучкість у використанні ресурсів і якість продукції. Логістична інтеграція допомагає узгоджувати роботу всіх учасників процесу виробництва і збуту продукції на всіх етапах, що дозволяє зменшити витрати і покращити обслуговування споживачів.

Крім того, слід звернути увагу на брак кваліфікованих фахівців у сфері логістики, адже це є однією з основних перешкод на шляху до впровадження ефективних логістичних стратегій. Інвестиції в навчання персоналу, розвиток професійних навичок та створення освітніх програм у сфері агрологістики є не менш важливими, ніж оновлення технічної бази чи інфраструктури. Комплексний підхід, який поєднує технологічні, організаційні та освітні складові, є необхідною умовою сталого розвитку аграрної логістики в Україні.

На практиці логістичне управління проявляється через створення і розвиток логістичних партнерств, які дозволяють підприємствам спільно використовувати інфраструктуру, обмінюватися інформацією, знижувати витрати на транспортування і зберігання, а також розширювати доступ до нових ринків. Через відсутність чітко налагоджених логістичних систем, недостатній рівень цифровізації процесів, слабе впровадження сучасних управлінських підходів і нестачу кваліфікованих кадрів у сфері логістики, логістичне управління у вітчизняних підприємствах є малоефективним. [2]

Таким чином, логістичне управління є важливим чинником забезпечення конкурентоспроможності в аграрному секторі. Аналіз наукових джерел свідчить, що успішна реалізація логістичних стратегій потребує комплексного підходу, державної підтримки, розвитку інфраструктури та залучення інноваційних технологій. Також необхідно враховувати вплив глобальних викликів, таких як кліматичні зміни, коливання цін на енергоносії та політичні ризики, які змушують аграрні підприємства шукати більш гнучкі та адаптивні логістичні рішення. У перспективі саме логістичне управління може стати одним із головних чинників стійкого розвитку аграрного сектора України в умовах глобальних викликів. Його ефективна реалізація забезпечує зниження витрат, гнучкість, стабільність постачань і формування стійких конкурентних переваг.

Література:

1. Макаренко Н. О. Логістична інтеграція як засіб забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 61. С.56-60.
2. Пухальська Я.П. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. – № 3, т. 1. С. 28-31.

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У ПРОСУВАННІ ПРОДУКЦІЇ

Циганкова М. Д., студ. 2 курсу ФЕМ, спец. 075 Маркетинг
Науковий керівник: ст. викл. О. М. Селезень
Сумський НАУ

У наш час конкуренція між компаніями постійно зростає, а цифрові технології швидко змінюють умови ведення бізнесу. Саме тому кожному підприємству важливо мати чітку маркетингову стратегію, яка допоможе правильно просувати продукцію, залучати нових клієнтів і утримувати тих, що вже є. Такий підхід дозволяє не просто збільшувати продажі, а й будувати довгострокові відносини зі своєю аудиторією. Розумно розроблена стратегія стає основою стабільного розвитку бізнесу та його успіху на ринку. [4]

Сьогодні конкуренція між компаніями постійно зростає, а цифрові технології швидко змінюють ринок, тому будь-якому бізнесу важливо мати чітку маркетингову стратегію. Вона допомагає правильно просувати товари чи послуги, залучати нових клієнтів і підтримувати відносини з існуючими. Така стратегія не лише збільшує продажі, а й допомагає будувати довгострокові стосунки з аудиторією та забезпечує стабільний розвиток компанії. [1]

Мета цього дослідження — розібратися, що таке маркетингова стратегія, яку роль вона відіграє у розвитку бізнесу та як впливає на просування продукції. Було проаналізовано наукові роботи та практичні підходи, визначено переваги і недоліки стратегій та сформульовано рекомендації щодо їх ефективного використання для підвищення конкурентоспроможності компанії.[4] Маркетингова стратегія — це продуманий план дій, який допомагає підприємству ефективно просувати продукти, залучати клієнтів і розвивати бізнес. Вона включає аналіз ринку, конкурентів, визначення цільової аудиторії та вибір способів спілкування зі споживачами. У сучасних умовах цифровізації стратегія стає ще важливішою, адже від неї залежить, наскільки швидко компанія зможе адаптуватися до змін і використати нові технології. [3] Переваги маркетингової стратегії в тому, що вона допомагає раціонально використовувати ресурси, планувати дії, краще розуміти клієнтів і створювати конкурентні переваги. Це дозволяє ефективніше просувати продукцію, підвищувати впізнаваність бренду і збільшувати прибуток. Але якщо цілі нечіткі, ринок досліджений поверхово або відсутній контроль результатів, стратегія може бути неефективною. [4] Також проблемою можуть стати неправильний вибір каналів просування або погана робота команди. Тому успіх залежить не лише від плану, а й від гнучкості, здатності швидко реагувати на зміни та постійного вдосконалення підходів. Щоб створити ефективну стратегію, спершу визначають цілі, які узгоджені з розвитком бізнесу. Потім аналізують цільову аудиторію, її потреби та поведінку. Далі вивчають ринок і конкурентів, щоб знайти можливості і ризики. На основі цього формується унікальна пропозиція, яка показує, чому продукт цікавий клієнту. Наступний крок — визначення ціни, каналів збуту та способів просування, як онлайн, так і офлайн. Наприкінці встановлюють показники ефективності, за якими оцінюють результати і вносять зміни. [3] Такий підхід дозволяє бізнесу діяти впевнено, адаптуватися до ринку і досягати стабільного зростання. Приклади успішних брендів показують, що важливо створювати зв'язок з аудиторією. Spotify персоналізує музичні підбірки під смаки користувачів, що робить сервіс приємним у використанні. Red Bull асоціюється з енергією та екстримом, підтримуючи спортивні події та спортсменів. [2] Вони доводять, що успіх приходить тоді, коли стратегія не лише рекламує продукт, а створює довіру і позитивні емоції у клієнтів. Крім того, маркетингова стратегія допомагає прогнозувати розвиток ринку і планувати ресурси на майбутнє. Вона дозволяє компанії швидше реагувати на зміни, впроваджувати нові ідеї та технології і підтримувати конкурентні позиції. Також добре продумана стратегія мотивує команду працювати ефективніше, адже всі розуміють свої завдання і кінцеву мету. У підсумку, правильний маркетинговий план створює основу для стабільного зростання та успіху бізнесу в будь-яких умовах. [1]

Ми можемо зробити такий висновок: маркетингова стратегія дуже важлива для успіху будь-якої компанії. Вона допомагає зрозуміти, чого хочуть клієнти, правильно ставити цілі та обирати найефективніші способи просування продукту. Приклади Spotify, Mindvalley і Red Bull показують, що бренди стають успішними, коли будують довіру та емоційний зв'язок з людьми. Сучасний бізнес має бути гнучким і постійно вдосконалювати свої підходи, щоб залишатися на ринку.

Література:

1. Маркетингові стратегії та їх роль у розвитку бізнесу [Електронний ресурс]. 2025. Режим доступу: <https://share.google/75Sit52dzkFSOnD8Q>. (дата звернення 02.10 2025).
2. Приклади успішних маркетингових кампаній [Електронний ресурс]. 2025. Режим доступу: <https://share.google/SbiGTnHCO3y98AY4p>. (дата звернення 02.10 2025).
3. Цифровий маркетинг та сучасні інструменти просування [Електронний ресурс]. 2025. Режим доступу: <https://share.google/tSDks82yi9hCeLLUq> (дата звернення 02.10 2025).
4. Тихонюк Н., Міщенко С. Як скласти маркетингову стратегію. Elit-Web, 15 травня 2024. Режим доступу: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-sostavit-marketingovuyu-strategiyu>. (дата звернення 02.10 2025).

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ

Шапран М. В., студент 2 курсу, ФЕіМ, спец. 075 Маркетинг
Науковий керівник: асист. Т. І. Гуцал
Сумський НАУ

У сучасних умовах конкуренції на ринку, ефективне управління ланцюгами постачання стає ключовим чинником розвитку підприємств. Тому важливо розуміти і знати теоретичні аспекти управління ланцюгами постачання.

Конкурентна стратегія логістичного управління ланцюгами поставок підприємства – це спланована та ефективно реалізована діяльність, що становить частину загальної стратегії розвитку підприємства щодо закупівлі, зберігання, транспортування, розподілу [1], тоді як логістичну інтеграцію інтерпретовано як добровільне об'єднання кількох економічних агентів у межах логістичної системи з метою оптимізації управління ланцюгами поставок [3].

Збутові плани часто складаються з використанням неадекватних прогнозних очікувань та з упушенням оцінки їх здійсненності, в підсумку підприємства потрапляють в ситуацію необхідності управління надлишковими запасами або витратного стимулювання «вузьких місць». Крім цього, виробництво і закупівельна діяльність часто не здатні гнучко відповідати на флуктуації попиту [2], тож дуже важливо вміти розбиратися у елементах агропромислової інтеграції та вміти розрізняти їх.

До елементів агропромислової інтеграції належать підприємства, що здійснюють виробничо-технічне обслуговування сільськогосподарських підприємств, виробники сільськогосподарської продукції, підприємства, що здійснюють заготівлю, переробку та доставку сільськогосподарської продукції споживачам, будівельні підприємства, що здійснюють будівництво об'єктів виробничого та невиробничого призначення, організації соціальної інфраструктури тощо [3].

Концепція управління ланцюгами постачань в системі менеджменту підприємств набуває пріоритетного значення, що зумовлено впливом на бізнес-структури процесів трансформації бізнес-середовища. Серед них: зміна умов конкуренції, викликана глобалізацією світових ринків сировини, готової продукції, інформації; віртуалізація економіки, що спричинена бурхливим розвитком ІТ-технологій [2].

Ефективне управління технологічним та робочим процесами дозволяє отримати вигоду з усіх функціональних просторів: від сфери поставок до боротьби за споживачів шляхом запровадження ефективних методів розподільчої логістики. Сьогодні значення набуває розуміння факту, що найслабша ланка в ланцюгові визначає рівень загального успіху на ринку. Це вимагає підвищеної уваги до можливостей колаборації між підприємствами-учасниками ланцюгів постачань. Передові організації стратегічно вирішують дані питання, організовуючи процес планування з оглядом на особливості своїх партнерів і взаємовідносин з ними [2].

Також на передінвестиційній фазі дуже важливо оптимально управляти потоком інформації. Це дозволяє оптимізувати ланцюги поставок та фінансові потоки. В.Л. Дикань вбачає успіх інтеграції у поєднанні чотирьох функціональних сфер: обміну інформацією, транспортних функцій, функцій зберігання продукції та управління товарними запасами [3].

SCOR-модель дає змогу розглянути бізнес-процеси, які охоплюють планування, постачання, виробництво, доставку та повернення продукції.

Концепція Just-in-Time спрямована на усунення втрат у процесі постачання та виробництва.

Lean-концепція базується на принципах безперервного вдосконалення та скорочення втрат у всіх процесах ланцюга постачання.

Agile-ланцюги постачання відзначаються високою гнучкістю та здатністю швидко реагувати на зміни попиту [2].

Таким чином, розуміння механізму ланцюгів постачання не лише є ключовим чинником розвитку підприємств, а і зменшує ризики невдачі на ринку.

Література:

1. Макаренко Н.О., Гуцал Т.І. Конкурентні стратегії та їх місце в системі логістичного управління ланцюгами поставок. *Журнал з менеджменту, економіки та технологій*. 2024. № 2. С. 103-110 <https://journal-met.kh.ua/jme022410.html>. (дата звернення: 15.10.2025).
2. Макаренко Н.О., Гуцал Т.І. Формування стратегічних напрямків удосконалення маркетингового управління ланцюгами поставок аграрної продукції. *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка*. 2025. № 1 (46). С. 155-159. URL: https://journals.pdu.khmelnitskiy.ua/index.php/podilian_bulletin/article/view/471. (дата звернення: 15.10.2025).
3. Макаренко Н.О., Гуцал Т.І., Білогубець О.В. Інтегроване логістичне управління ланцюгами поставок в процесі збуту готової продукції підприємств аграрної сфери. *Ефективна економіка*. 2024. №2. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/3083/3119>. (дата звернення: 15.10.2025).

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шевченко І. О., студ. 2 курсу, ФЕiМ, спец. 075 «Маркетинг»
Науковий керівник: доц. І. М. Онопрієнко
Сумський НАУ

Ринкове середовище останніх років демонструє істотні трансформації у підходах до управління бізнесом. Конкуренція стає жорсткішою, технології змінюються швидше, ніж встигають адаптуватися компанії, а от людський фактор набуває дедалі більшої ваги у формуванні успішності організації [3]. Саме в цих умовах маркетинг персоналу перетворюється на потужний інструмент досягнення переваг над конкурентами. Варто зазначити, що сьогодні працівники висувують набагато вищі вимоги до роботодавців, аніж це було навіть десятиліття тому. Цифрова трансформація економіки лише посилює цю тенденцію, змушуючи підприємства переглядати усталені практики роботи з кадрами.

Якщо розглядати маркетинг персоналу детальніше, то його можна охарактеризувати як систему взаємопов'язаних заходів, що спрямовані на те, щоб зробити підприємство привабливим місцем роботи [1]. Причому йдеться не тільки про залучення нових співробітників ззовні, а й про роботу з тими людьми, які вже працюють в організації. Фактично, компанія застосовує маркетингові принципи до сфери управління людьми, розглядаючи кожного працівника як цінного клієнта, потреби якого треба задовольняти. Це принципово інший погляд порівняно з традиційним адміністративним підходом, де працівник сприймався переважно як виконавець завдань. Сучасна реальність така, що талановиті фахівці стали дефіцитним ресурсом, і підприємства мають конкурувати за них не менш активно, ніж за споживачів своєї продукції [2]. Тому компаніям необхідно розробляти цілісні стратегії управління персоналом, які охоплюють усі етапи роботи з кадрами — від залучення перспективних працівників до створення сприятливих умов для їх розвитку та утримання. Такий підхід сприяє формуванню позитивного іміджу роботодавця, підвищенню лояльності персоналу та зміцненню позицій підприємства на ринку праці.

Говорячи про конкурентоспроможність, не можна оминати той факт, що вона напряму визначається якістю людського потенціалу компанії. Адже саме люди генерують нові ідеї, знаходять нестандартні рішення, працюють продуктивніше або гірше, впливають на якість товарів чи послуг. Маркетинг персоналу дає змогу цілеспрямовано формувати такий кадровий склад, який відповідатиме стратегічним орієнтирам бізнесу. Зовнішній вектор цієї діяльності охоплює те, як компанія себе позиціонує на ринку праці. Створення сильного бренду роботодавця, налагодження зв'язків з університетами, співпраця з агенціями по підборі персоналу, активність у соціальних мережах — все це елементи зовнішнього маркетингу персоналу, які допомагають привертати увагу потенційних кандидатів [3]. Водночас не менш важливим є внутрішній вимір маркетингу персоналу. Тут акцент робиться на тих людях, які вже є частиною організації. Завдання полягає у тому, щоб зробити їх лояльними, зацікавленими у розвитку компанії, готовими вкладати зусилля у спільну справу. Це досягається через продуману систему адаптації новачків, справедливую мотивацію, можливості кар'єрного зростання, програми навчання [1]. Коли підприємству вдається утримати цінних працівників, воно економить значні кошти на пошуку заміни, уникає втрати корпоративних знань і зберігає команду, яка вже напрацювала взаєморозуміння та ефективні робочі зв'язки.

Підсумовуючи викладене, можна стверджувати, що маркетинг персоналу справді є вагомим чинником зміцнення конкурентних позицій підприємства у сучасному бізнес-середовищі. Системна робота над формуванням привабливого образу роботодавця, інвестиції у розвиток людського капіталу, побудова якісної комунікації — усе це дає організації стійкі конкурентні переваги. Однак важливо розуміти, що ефективний маркетинг персоналу неможливий без його органічної інтеграції у загальну стратегію компанії. Необхідно враховувати специфіку галузі, в якій працює підприємство, активно використовувати можливості, що їх надають цифрові технології. Перспективним напрямом подальших наукових розвідок видається більш детальне вивчення галузевих особливостей маркетингу персоналу, а також розробка методичного інструментарію для вимірювання його реального внеску у результативність бізнесу.

Література:

1. Баган Н. В., Дяченко Ю. С., Корінна А. С., Токар К. С. Ефективна комунікація як основа управління персоналом. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*. 2025. № 338(1). С. 469-473.
2. Білошапка Ю. М. Маркетингова діяльність суб'єктів аграрного бізнесу: особливості управління та напрями вдосконалення. *Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. 2024. № 1. С. 111-117.
3. Міщенко М. І., Баган Н. В., Докучаєв О. А. Внутрішні та зовнішні чинники впливу на безпекову ефективність управління ресурсами інноваційно орієнтованих підприємств в контексті розвиваючого маркетингу та диджиталізації. *Агросвіт*. 2024. № 11. С. 31-36.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ПРОГРАМИ «BAS БУХГАЛТЕРІЯ»

Дворніченко М.В., студ. 2 курсу магістратури, ФЕіМ
 Науковий керівник: проф. І.М. Назаренко
 Сумський НАУ

В умовах цифровізації економіки та підвищення вимог до оперативності й достовірності облікової інформації особливого значення набуває автоматизація бухгалтерського обліку, зокрема розрахунків із покупцями. Ефективна організація цього процесу забезпечує своєчасне відображення взаєморозрахунків, контроль за дебіторською заборгованістю та формування аналітичної інформації для прийняття управлінських рішень. Програмний продукт «BAS Бухгалтерія» є сучасним інструментом автоматизації бухгалтерського обліку, який дає змогу реалізувати комплексний підхід до ведення розрахунків із покупцями - від реєстрації первинних документів до формування фінансової звітності. Інформаційне середовище програми забезпечує систематизацію облікових даних, їх аналітичну обробку, а також мінімізує ризики помилок, пов'язаних із ручним введенням інформації. Організація обліку розрахунків із покупцями в системі «BAS Бухгалтерія» базується на принципах автоматизації облікових процесів, інтеграції фінансових і управлінських даних та дотримання вимог чинного законодавства. Дослідження особливостей функціонування цієї програми дозволяє виявити її переваги у підвищенні ефективності обліку, прозорості фінансових операцій і якості інформаційного забезпечення управління підприємством.

На рисунку 1 узагальнено процес документального оформлення розрахунків з покупцями за допомогою досліджуваного програмного забезпечення.

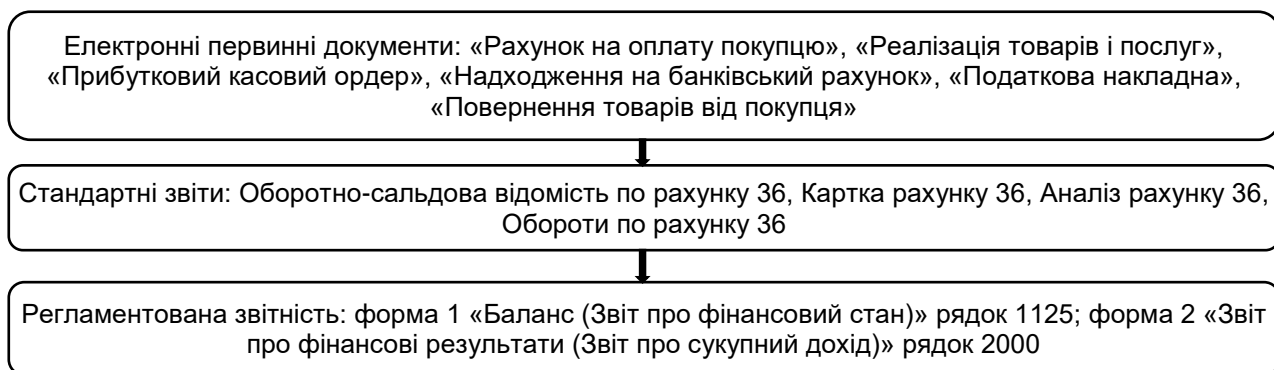


Рисунок 1. Процес документального оформлення розрахунків з покупцями за допомогою програми «BAS Бухгалтерія»

Автоматизація обліку розрахунків з покупцями за допомогою програмного продукту «BAS Бухгалтерія» забезпечує підвищення ефективності облікового процесу, оптимізацію документообігу та покращення якості управлінських рішень. Застосування цієї програми сприяє мінімізації трудомісткості ручної обробки даних, зменшенню ризику помилок і забезпечує оперативний доступ до аналітичної інформації щодо стану дебіторської заборгованості.

Основними перевагами використання системи «BAS Бухгалтерія» є:

- автоматизація облікових операцій (програма забезпечує автоматичне формування бухгалтерських проведення, розрахунок податкових зобов'язань, контроль за своєчасністю оплат та формування відповідної звітності);
- інтеграція облікових даних (забезпечується взаємозв'язок між підсистемами обліку продажів, касових і банківських операцій, що дозволяє отримувати комплексну інформацію про фінансовий стан підприємства);
- підвищення аналітичності обліку (система надає можливість оперативно формувати аналітичні звіти за покупцями, договорами, термінами оплати та сумами заборгованості, що підвищує рівень контролю та планування);
- забезпечення відповідності нормативним вимогам (функціонал програми адаптований до НП(С)БО та податкового законодавства, що гарантує коректність облікових даних);
- оптимізація управлінських процесів (автоматизоване відображення розрахункових операцій сприяє підвищенню оперативності прийняття управлінських рішень і покращенню фінансової дисципліни).

Таким чином, використання «BAS Бухгалтерії» у процесі ведення обліку розрахунків з покупцями сприяє не лише підвищенню точності та достовірності облікових даних, а й формуванню ефективної інформаційної бази для стратегічного управління фінансовими потоками підприємства.

ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ У ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Дрюк А.О., студ. 2 курсу магістратури, ФЕІМ
Науковий керівник: проф. І.М. Назаренко
Сумський НАУ

У сучасних умовах господарювання ефективно управління грошовими коштами є визначальним чинником забезпечення фінансової стійкості, платоспроможності та конкурентоспроможності підприємств. Рациональна організація обліку грошових коштів формує інформаційну основу для прийняття управлінських рішень, спрямованих на оптимізацію фінансових ресурсів і підвищення результативності діяльності суб'єкта господарювання. Нормативне забезпечення обліку грошових коштів виступає ключовим елементом системи бухгалтерського регулювання, оскільки саме воно визначає порядок визнання, оцінки, відображення та розкриття відповідної інформації у фінансовій звітності. З огляду на інтеграційні процеси та поступове наближення національних стандартів бухгалтерського обліку до міжнародних, актуальним є дослідження змісту, структури та особливостей дії нормативно-правових актів, що регулюють облік грошових коштів в Україні.

Особливості нормативного регулювання бухгалтерського обліку полягають в тому, що його складові компоненти доцільно розглядати з позиції різних ієрархічних рівнів.

Перший рівень – Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні”. Даний документ визначає загальні підходи до організації бухгалтерського обліку на підприємстві, деталізує принципи ведення обліку та складання фінансової звітності. Згідно із Законом, облік грошових коштів здійснюється на засадах повного, правдивого та неупередженого відображення господарських операцій, що забезпечує достовірність фінансових результатів діяльності підприємства. Документ встановлює вимогу ведення бухгалтерського обліку на підставі первинних документів, які підтверджують рух грошових коштів, що гарантує законність їх обігу та контроль за фінансовими потоками.

Другий рівень – положення, інструкції, методичні рекомендації. Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні визначає загальні підходи до ведення касових операцій підприємствами, конкретизує вимоги до організації готівкових розрахунків, інформації про особливості оформлення касових операцій, обґрунтовує порядок ведення касової книги та обов'язки касира, розкриває особливості визначення строків здавання готівкової виручки (готівки) та ліміту каси.

Загальні вимоги до формування форм фінансової звітності, а саме форми 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» та форми 3 «Звіт про рух грошових коштів», які є актуальними у контексті тематики дослідження, визначає НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про операції в іноземних валютах та відображення інформації про монетарні активи, тобто грошові кошти, у статтях фінансової звітності визначають норми НП(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів».

Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань узагальнює загальні організаційні підходи до організації інвентаризаційного процесу, деталізує методику проведення інвентаризації грошових коштів, а також його документальний супровід.

Для обліку грошових коштів Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій передбачено такі рахунки: 30 «Готівка»; 31 «Рахунки в банках».

Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності визначають, що у статті «Гроші та їх еквіваленти» відображаються готівкові кошти, що перебувають у касі підприємства, грошові ресурси на поточних та інших банківських рахунках, доступні для вільного використання у поточній діяльності, а також кошти в дорозі, електронні гроші та їх еквіваленти.

Третій рівень – внутрішні нормативні документи. Основним внутрішнім нормативним документом, який регламентує питання ведення обліку є облікова політика. Облікова політика щодо грошових коштів виконує функцію методологічного інструменту, що забезпечує єдність підходів до їх обліку, підвищує прозорість фінансових операцій і сприяє формуванню достовірної інформаційної бази для прийняття управлінських рішень. Облікова політика має регламентувати порядок організації аналітичного та синтетичного обліку грошових коштів за видами та місцями їх зберігання; правила ведення касових і банківських операцій, включно з відображенням руху готівки, безготівкових та електронних коштів; порядок документального оформлення операцій із грошовими коштами, у тому числі вимоги до первинних документів; систему внутрішнього контролю за рухом грошових коштів і запобіганням їх нецільовому використанню; підходи до відображення інформації про грошові кошти у фінансовій звітності відповідно до чинних НП(С)БО; аналітику рахунків бухгалтерського обліку для грошових коштів.

Нормативне регулювання обліку грошових коштів є ключовим елементом формування єдиної методологічної основи бухгалтерського обліку, що забезпечує достовірність, порівнянність та прозорість фінансової інформації про діяльність суб'єктів господарювання.

СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ПРОГРАМНИХ ЗАСОБІВ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Лук'янова Л.А., студ. 2 курсу магістратури, ФЕіМ
 Науковий керівник: проф. І.М. Назаренко
 Сумський НАУ

Бізнес-процеси діяльності підприємства передбачають, що їх складовою є розрахунки з різними контрагентами. Розрахунки бізнес-суб'єктів - це комплекс взаємопов'язаних облікових процесів, що охоплюють операції з різними контрагентами. Їх ефективність значною мірою залежить від рівня автоматизації, яка забезпечує своєчасний облік, точність даних, формування управлінської та податкової звітності. Варто зазначити, що на сьогодні автоматизація обліку розрахункових операцій виступає важливим елементом цифрової трансформації облікової системи підприємства, сприяючи підвищенню прозорості фінансової інформації, оптимізації бізнес-процесів і забезпеченню конкурентоспроможності суб'єкта господарювання в умовах ринкової економіки.

У таблиці 1 наведено порівняльний аналіз особливостей автоматизації обліку розрахунків за допомогою різних спеціалізованих програмних продуктів.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз особливостей автоматизації обліку розрахунків за допомогою різних спеціалізованих програмних продуктів

Напрямок розрахунків	BAS Бухгалтерія	SaaS-рішення	Дебет Плюс	Мастер Бухгалтерія
Розрахунки з бюджетом	Автоматичне формування податкових декларацій (ПДВ, податок на прибуток, ЄСВ, ПДФО); інтеграція з системою М.Е.Дос	Онлайн-доступ до формування та подання звітності; автоматичне оновлення нормативної бази; передача даних до податкових органів через електронні сервіси	Формування форм податкової звітності вручну або напівавтоматично; підтримка імпорту декларацій у М.Е.Дос	Можливість автоматичного розрахунку податків; ручне формування звітності; обмежена інтеграція з податковими порталами
Розрахунки з працівниками (заробітна плата, податки)	Повна автоматизація розрахунку зарплати, утримань і податків; формування звітності	Хмарні рішення дозволяють вести облік кадрів, автоматично нараховувати зарплату, зберігати історію розрахунків; підтримується доступ з будь-якого пристрою	Має модуль для обліку зарплати; ручне налаштування ставок і відрахувань; можливість формування стандартних звітів	Базові функції розрахунку зарплати; менше аналітики; підходить для малих підприємств з простою структурою кадрів
Розрахунки з покупцями	Автоматичне створення рахунків, накладних, актів; контроль дебіторської заборгованості; аналітика за контрагентами	Можливість роботи з клієнтською базою онлайн; синхронізація з CRM-системами; автоматичні повідомлення про заборгованість	Підтримує облік дебіторів, акти звірки, виписки; ручне введення документів	Спрощений облік реалізації; базові звіти про розрахунки з покупцями без глибокої аналітики
Розрахунки з постачальниками	Автоматичне відображення надходження товарів і послуг; контроль кредиторської заборгованості; аналітика за договорами	Автоматичне погодження рахунків; відстеження оплат і термінів; хмарний доступ до історії операцій	Реєстрація рахунків і накладних; ручний контроль оплат; базові звіти	Просте відображення розрахунків; мінімальна автоматизація; обмежена можливість аналізу взаєморозрахунків

Резюмуючи результати дослідження, варто зазначити, що автоматизація обліку розрахункових операцій за допомогою програмних продуктів різняться за рівнем функціональності та інтеграції, а саме: BAS Бухгалтерія забезпечує комплексну автоматизацію розрахунків та відповідність нормативним вимогам, SaaS-системи є гнучкими та доступними, оптимальними для сучасних компаній із потребою віддаленого доступу та мінімальних витрат на ІТ-інфраструктуру, Дебет Плюс та Мастер Бухгалтерія потребують більшої участі бухгалтера в обробці даних і мають обмежену аналітичну функціональність.

АУДИТ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ: ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

Островецька А.В., студ. 2 курсу магістратури, ФЕІМ
Науковий керівник: проф. І.М. Назаренко
Сумський НАУ

Забезпечення ефективного контролю за розрахунками з працівниками є важливою складовою фінансового менеджменту підприємства, оскільки правильність нарахування та своєчасність виплати заробітної плати визначають не лише законність трудових відносин, а й фінансову дисципліну підприємства. Аудит розрахунків за виплатами працівникам виступає ключовим інструментом оцінки достовірності облікових даних, своєчасності виконання зобов'язань перед працівниками та відповідності застосованих процедур чинному законодавству і стандартам бухгалтерського обліку. На рисунку 1 узагальнено мету, завдання та джерела інформації для аудиту розрахунків за виплатами працівникам.

Мета аудиту розрахунків за виплатами працівникам полягає у забезпеченні достовірності, повноти та своєчасності обліку нарахувань і виплат заробітної плати, компенсацій та інших платежів, що здійснюються на користь працівників, а також у підтвердженні відповідності застосованих процедур вимогам законодавства та стандартів бухгалтерського обліку.

Завдання аудиту:

- 1) перевірка правильності нарахування заробітної плати, премій, відпускних, матеріальної допомоги та інших виплат працівникам відповідно до умов трудових договорів і внутрішніх нормативних документів підприємства;
- 2) контроль правильності утримання податків, зборів із нарахованих виплат;
- 3) аналіз ведення первинної документації та її відповідності вимогам чинного законодавства;
- 4) оцінка своєчасності здійснення виплат працівникам і відповідності їх бухгалтерському обліку;
- 5) перевірка ефективності внутрішніх процедур контролю за розрахунками з працівниками та виявлення потенційних ризиків помилок або зловживань;
- 6) формування аналітичної інформації для прийняття управлінських рішень у сфері фінансового та кадрового менеджменту.

Джерела інформації для аудиту розрахунків за виплатами працівникам:

- 1) електронні первинні документи бухгалтерського обліку щодо розрахунків за виплатами працівникам (табелі обліку робочого часу, нарахування зарплати, відомість на виплату зарплати через банк; платіжне доручення, списання з банківського рахунку, видатковий касовий ордер);
- 2) форми стандартної звітності: картки рахунків 64, 65, 66; оборотно-сальдові відомості па рахункам 64, 65, 66; обороти рахунків 64, 65, 66; аналіз рахунків 64, 65, 66 та ін.
- 3) регламентована звітність: форма 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)», рядки 1620, 1625, 1630;
- 4) законодавчо-нормативні документи: Закон України «Про оплату праці»; Податковий кодекс України; Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування», Облікова політика підприємства та ін.;
- 5) інформація з кадрового та юридичного відділів підприємства, що стосується трудових відносин, змін у штатному розкладі, відпусток та інших факторів, що впливають на розрахунки з працівниками;
- 6) дані зовнішніх контролюючих органів.

Рисунок 1. Мета, завдання та джерела інформації для аудиту розрахунків за виплатами працівникам

У якості основних методів аудиту розрахунків за виплатами працівникам доцільно розглядати наступні: документальна перевірка (полягає в дослідженні первинних документів для встановлення правильності нарахування та виплати заробітної плати; аудитор аналізує відповідність оформлення документів вимогам законодавства та внутрішніх положень підприємства); аналітичні процедури (використовуються для порівняння динаміки фонду оплати праці, середньої заробітної плати, структури витрат на персонал у різні періоди); арифметична перевірка (передбачає контроль правильності арифметичних розрахунків); інвентаризація розрахунків із персоналом (полягає у звірці залишків заборгованості за рахунками розрахунків із працівниками, включаючи депоновану заробітну плату; проводиться також опитування або підтвердження працівників щодо фактичного отримання належних сум); метод нормативно-правового аналізу (використовується для оцінки відповідності здійснених нарахувань і виплат вимогам законодавства України, колективного договору, положень про преміювання та інших локальних актів підприємства); оцінка системи внутрішнього контролю.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Шевчун Т.Є., студ. 1 с.т. курсу, ФЕіМ
Науковий керівник: проф. О. В. Назаренко
Сумський НАУ

Воєнний стан в Україні та його деструктивний вплив на економічну систему держави кардинально підвищили значущість якісних аудиторських послуг для верифікації достовірності фінансової інформації та відновлення інвесторської довіри до українського ринку. Розширення меж аудиторського охоплення на державний сектор, оборонну промисловість та інфраструктурні проекти відбудови робить аналіз поточного стану галузі принципово важливим для наукового обґрунтування стратегічних векторів її розвитку. Дослідження специфіки функціонування аудиторських послуг у період воєнного стану збагачує теоретичну базу аудиту через розробку адаптованих методологічних підходів до роботи в екстремальних економічних умовах, що має практичне значення не лише для України, а й для міжнародної професійної спільноти.

Аудиторська діяльність в Україні переживає період безпрецедентних випробувань, зумовлених повномасштабною російською агресією. Водночас професійна спільнота демонструє стійкість та здатність адаптуватися до нових реалій, продовжуючи забезпечувати якість фінансової звітності та довіру до бізнес-процесів. Питання збереження та розвитку аудиторської галузі набуває особливої ваги в контексті євроінтеграції та майбутньої відбудови країни.

Аналіз офіційних даних Реєстру аудиторів засвідчує поступове зростання кількості сертифікованих фахівців навіть в умовах воєнного стану. Протягом півтора року (січень 2022 – червень 2023) загальна кількість зареєстрованих аудиторів зросла з 2683 до 2711 осіб, що становить приріст на 28 фахівців. У наступний річний період (липень 2023 – червень 2024) тенденція збереглася: реєстр поповнився ще 36 аудиторами, досягнувши позначки 2747 осіб. Таке зростання (+1,3% річних) свідчить про збереження привабливості професії та потребу ринку у кваліфікованих спеціалістах[1].

Особливу увагу привертає динаміка розподілу аудиторів за формами діяльності. На початку 2022 року близько 26% фахівців (приблизно 698 осіб) працювали поза суб'єктами аудиторської діяльності (САД). До середини 2023 року цей показник дещо скоротився до 25% (681 особа), що могло свідчити про консолідацію професійної спільноти на початковому етапі повномасштабної війни. Однак вже станом на червень 2024 року частка незалежних аудиторів повернулася до довоєнного рівня – 26,1% (718 осіб), що може вказувати на пошук фахівцями нових форматів роботи та гнучкість у наданні послуг.

Повномасштабна війна створила численні виклики для аудиторської діяльності. Евакуація бізнесів, руйнування інфраструктури, обмеження доступу до документації клієнтів у прифронтових та окупованих територіях, масова міграція фахівців – усе це вимагає перегляду традиційних підходів до проведення аудиту. Фізична неможливість відвідати підприємства, знищення первинної документації внаслідок бойових дій, енергетичні обмеження та постійні переривання роботи через повітряні тривоги стали новою реальністю професії. Водночас цифровізація процесів, дистанційна робота та міжнародна підтримка дозволяють галузі не лише виживати, а й розвиватися. Впровадження хмарних технологій, електронного документообігу та онлайн-верифікації стало не просто трендом, а необхідністю.

Онлайн-аудит стає ефективною відповіддю на ці виклики. Він дозволяє проводити перевірки без фізичного візиту, зменшуючи витрати та підвищуючи ефективність процесу. Електронний формат зберігання даних спрощує їх обробку та підвищує точність аудиту. Ключові переваги онлайн-аудиту: гнучкість проведення з будь-якого місця та в зручний час, економія ресурсів через відсутність потреби у відрядженнях, доступ до експертів з різних регіонів, високий рівень конфіденційності завдяки шифруванню даних. Для роботи потрібні лише стабільне інтернет-з'єднання, базове обладнання, електроживлення та відповідні компетенції[2].

В Україні послуги онлайн-аудиту пропонують міжнародні лідери "Великої четвірки": Deloitte, KPMG, PwC та Ernst & Young.

Отже, аудит має важливе значення для виявлення фактів корупції, фінансових правопорушень і зловживань у сфері оподаткування, особливо в умовах воєнного стану. Його проведення сприяє забезпеченню прозорості та справедливості у сплаті податків, підтримує фінансову стабільність держави завдяки впорядкованому руху коштів і допомагає запобігати незаконним фінансовим операціям.

Список використаних джерел:

1. Звіт про стан діяльності аудиторських послуг в Україні, *ОСНАД* URL: <https://www.apob.org.ua/wp-content/uploads/2024/12/Звіт-про-стан-ринку-2024.pdf> (дата звернення: 07.10.2025).
2. Гаман Г. Розвиток онлайн-аудиту в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. №41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-13> (дата звернення: 07.10.2025).

СУТНІСТЬ ТА ЕЛЕМЕНТИ МЕХАНІЗМУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИМИ ЗАКЛАДАМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Колесник О.С., студ. 1м курсу ФЕіМ
Науковий керівник: доц. О. М. Маслак
Сумський НАУ

Сучасна система охорони здоров'я України функціонує в умовах глибоких структурних і управлінських трансформацій, спрямованих на підвищення ефективності медичного обслуговування, забезпечення доступності та якості послуг. Важливим інструментом досягнення цих цілей є механізм публічного управління, який визначає порядок організації, координації та контролю діяльності закладів охорони здоров'я, зокрема спеціалізованих - таких як обласні, профільні, військові, психіатричні, реабілітаційні та інші медичні установи.

Сутність механізму публічного управління спеціалізованими закладами охорони здоров'я полягає в цілеспрямованій діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування, спрямованій на реалізацію державної політики у сфері охорони здоров'я, забезпечення належного рівня організації медичних послуг і раціонального використання ресурсів. Такий механізм поєднує управлінські, нормативно-правові, фінансові, кадрові, інформаційні та соціальні інструменти, які діють у межах єдиної системи публічного управління.

Механізм публічного управління має багаторівневу структуру, яка охоплює як державний, так і регіональний рівень управління, взаємодію між центральними органами виконавчої влади (Міністерством охорони здоров'я, Національною службою здоров'я України, Міністерством фінансів тощо) та органами місцевого самоврядування. Важливим елементом є узгодженість дій цих інституцій у питаннях планування, фінансування, моніторингу й контролю діяльності медичних закладів.

Основними елементами механізму публічного управління спеціалізованими закладами охорони здоров'я є:

- нормативно-правовий елемент, який забезпечує правові засади функціонування медичних установ. Він включає закони, постанови, накази МОЗ, державні програми та стандарти надання медичних послуг. Нормативно-правове регулювання визначає повноваження органів управління, порядок фінансування, стандарти якості та права пацієнтів;

- організаційно-структурний елемент, що відображає систему управління закладами охорони здоров'я, їх підпорядкування, внутрішню ієрархію, розподіл компетенцій між керівництвом, адміністрацією та медичним персоналом. Раціональна структура управління забезпечує ефективну координацію між підрозділами, скорочує дублювання функцій і підвищує оперативність прийняття рішень;

- фінансово-економічний елемент, який охоплює механізми формування, розподілу та використання фінансових ресурсів. Це, зокрема, фінансування через державний і місцеві бюджети, договори з Національною службою здоров'я України, грантові програми, благодійні внески, а також механізми фінансової автономії закладів (зокрема, КНП). Ефективність цього елемента визначає спроможність установи забезпечувати стабільне функціонування та розвиток матеріально-технічної бази;

- кадровий елемент, який передбачає планування, підбір, навчання, мотивацію та оцінювання персоналу. В умовах дефіциту кадрів, еміграції медичних працівників і підвищення вимог до якості обслуговування кадрова політика стає одним із ключових напрямів удосконалення публічного управління;

- інформаційно-аналітичний елемент, що забезпечує збір, обробку та використання інформації для прийняття управлінських рішень. Використання електронних медичних систем, моніторинг показників діяльності, статистичний аналіз і публічна звітність сприяють прозорості та підзвітності у сфері охорони здоров'я;

- контрольно-наглядний елемент, який спрямований на перевірку ефективності управління, дотримання законодавства, використання ресурсів, якості медичних послуг і виконання державних програм. Важливим інструментом контролю є внутрішній аудит, державний нагляд, моніторинг результатів діяльності та оцінювання задоволення пацієнтів;

- соціально-комунікативний елемент, що передбачає взаємодію між закладом охорони здоров'я, громадськістю, пацієнтами та засобами масової інформації. Формування довіри, відкритості й партнерства між владою, медичними працівниками та суспільством є передумовою ефективної реалізації публічного управління.

Отже, механізм публічного управління спеціалізованими закладами охорони здоров'я є складною системою взаємодії правових, організаційних, фінансових, кадрових та інформаційних інструментів. Його вдосконалення передбачає підвищення прозорості управлінських процесів, розвиток автономії медичних установ, ефективне використання ресурсів, формування професійного кадрового потенціалу та розширення участі громадськості у контролі за діяльністю закладів.

НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ (НА ПРИКЛАДІ ДЕРЖАВНОГО ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ «ЛЕБЕДИНСЬКЕ ВИЩЕ ПРОФЕСІЙНЕ УЧИЛИЩЕ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА»)

Колоша М.Ю., студ. 2м курсу ФЕіМ
Науковий керівник: доц. О. М. Маслак
Сумський НАУ

Сучасна система професійно-технічної освіти України перебуває на етапі глибоких трансформацій, зумовлених потребами ринку праці, інтеграцією до європейського освітнього простору, цифровізацією та викликами післявоєнного відновлення економіки. Реалізація державної політики у цій сфері спрямована на формування конкурентоспроможного робітника, здатного адаптуватися до динамічних умов виробництва та запитів ринку праці. Відповідно до Концепції розвитку професійно-технічної освіти, головна мета державної політики полягає у створенні сучасної, інклюзивної, інноваційної системи підготовки фахівців, яка забезпечує сталий розвиток регіонів та задовольняє потреби економіки у кваліфікованих кадрах.

Діяльність Державного професійно-технічного навчального закладу «Лебединське вище професійне училище лісового господарства» (далі — ДПТНЗ «Лебединське вище професійне училище лісового господарства») є показовою для реалізації стратегічних напрямів державної політики у сфері професійно-технічної освіти. Заклад здійснює підготовку кваліфікованих робітників для лісового, деревообробного та суміжних секторів економіки, поєднуючи традиції галузевої освіти з сучасними вимогами до екологічної, технологічної та цифрової компетентності майбутніх фахівців.

Основними напрямками реалізації державної політики у сфері професійно-технічної освіти в діяльності училища є:

1. Забезпечення якості професійної освіти. Навчальний заклад упроваджує компетентнісний підхід у навчальний процес, орієнтований на формування практичних умінь, відповідальності та екологічного мислення майбутніх фахівців лісового господарства. Значна увага приділяється модернізації навчально-матеріальної бази, використанню сучасного обладнання, симуляційних технологій і засобів цифрового навчання.

2. Розвиток партнерства з роботодавцями та місцевими громадами. Училище активно співпрацює з державними та приватними лісогосподарськими підприємствами, що дозволяє узгоджувати навчальні програми з реальними потребами ринку праці. Створюються умови для проходження виробничої практики, проведення майстер-класів, стажування викладачів і майстрів виробничого навчання.

3. Підвищення професійної майстерності педагогічних працівників. Одним із ключових завдань кадрової політики училища є постійний професійний розвиток педагогів. Викладачі та майстри виробничого навчання беруть участь у всеукраїнських і міжнародних семінарах, освітніх тренінгах, обмінюються досвідом з колегами інших регіонів.

4. Виховання екологічної та громадянської свідомості учнів. У діяльності училища поєднуються професійна підготовка й виховання екологічної культури. Здобувачі освіти залучаються до природоохоронних акцій, волонтерських ініціатив, озеленення територій і догляду за лісовими насадженнями, що формує у молоді відповідальне ставлення до природи та громади.

5. Інтеграція цифрових технологій та інновацій. Заклад активно використовує електронні журнали, онлайн-платформи для навчання, мультимедійні засоби та ресурси для самостійної підготовки. Цифровізація підвищує якість навчального процесу й полегшує адаптацію студентів до сучасного виробничого середовища.

6. Забезпечення соціального захисту та рівних можливостей. У навчальному закладі реалізуються програми соціальної підтримки здобувачів освіти з малозабезпечених, багатодітних сімей, осіб з інвалідністю, внутрішньо переміщених осіб. Це відповідає державним пріоритетам інклюзивної освіти й забезпечує соціальну справедливість у доступі до професійних знань.

Попри позитивні результати, реалізація державної політики у сфері професійно-технічної освіти стикається з низкою проблем і викликів. Насамперед, це недостатнє фінансування закладів, що обмежує оновлення матеріально-технічної бази та впровадження інноваційних технологій. Відчутним залишається дисбаланс між потребами ринку праці й реальною структурою підготовки кадрів. Існує також проблема старіння педагогічних кадрів і недостатньої мотивації молодих спеціалістів до роботи у сфері професійної освіти. Важливим викликом є потреба у посиленні координації між центральними та місцевими органами влади, підвищенні ролі регіональних рад професійної освіти, а також у формуванні сталої системи дуальної підготовки на національному рівні.

Отже, реалізація державної політики у сфері професійно-технічної освіти демонструє поступовий перехід від традиційної моделі навчання до інноваційної, орієнтованої на компетентності, партнерство й соціальну відповідальність. Подолання наявних проблем вимагатиме системної підтримки з боку держави, удосконалення фінансування, розвитку державно-приватного партнерства та посилення престижу професійної освіти в українському суспільстві.

ЕЛЕМЕНТИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ ПОЛІТИКОЮ В ЗАКЛАДІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Носова М.О., студ. 2м курсу ФЕіМ
Науковий керівник: доц. О. М. Маслак
Сумський НАУ

Кадрова політика закладу охорони здоров'я – це система принципів, норм і заходів, спрямованих на формування, розвиток і ефективне використання персоналу з метою забезпечення якісного медичного обслуговування населення. У сучасних умовах реформування системи охорони здоров'я, дефіциту кадрів і високих вимог до якості послуг ефективне управління кадровою політикою стає одним із ключових чинників стійкості та розвитку медичних установ.

Елементи управління кадровою політикою традиційно охоплюють основні функції менеджменту:

- планування (визначення кадрових потреб закладу відповідно до стратегічних цілей і медичних стандартів; формування планів підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації персоналу; прогнозування кадрових ризиків і розробка заходів щодо їх мінімізації);
- організацію (створення ефективної структури управління персоналом; розподіл повноважень між керівниками підрозділів; забезпечення умов для професійного зростання, мотивації та безпечної праці);
- керівництво (лідерство керівників усіх рівнів, спрямоване на формування корпоративної культури, довіри, командної роботи; створення морально-психологічного клімату, що сприяє ефективній діяльності);
- координацію (узгодження дій адміністрації, кадрової служби, профспілкових організацій та структурних підрозділів у питаннях управління персоналом; підтримання єдності цілей і стандартів професійної діяльності);
- контроль (оцінка результатів кадрової роботи, моніторинг плинності кадрів, рівня кваліфікації, дисципліни, ефективності системи стимулювання; коригування кадрових програм відповідно до потреб закладу).

Особливістю кадрової політики у сфері охорони здоров'я є необхідність поєднання адміністративних і гуманітарних аспектів управління. Кадрові рішення повинні враховувати не лише професійну компетентність, а й етичні, психологічні, комунікаційні якості працівників, що безпосередньо впливають на якість медичних послуг і рівень довіри пацієнтів.

Важливим завданням кадрової політики є створення системи безперервного професійного розвитку - через внутрішнє навчання, стажування, участь у конференціях і симпозиумах. Це забезпечує відповідність персоналу сучасним медичним технологіям і міжнародним стандартам охорони здоров'я.

Особливістю кадрової політики у КНП СОР «Сумський обласний клінічний госпіталь ветеранів війни», обраного в якості бази дослідження є орієнтація на соціальну місію закладу. Медичний персонал не лише виконує професійні функції, а й забезпечує психологічну підтримку, реабілітацію, адаптацію ветеранів до мирного життя. Тому кадрова політика включає заходи з розвитку комунікативних навичок, етичної компетентності, емпатії та стресостійкості працівників.

Важливим напрямом є підтримка безперервного професійного розвитку, що забезпечується шляхом участі медичного персоналу у навчальних програмах, науково-практичних конференціях, стажуваннях, міжвідомчих семінарах. У госпіталі створюються умови для обміну досвідом між поколіннями, наставництва та внутрішньої комунікації між підрозділами.

Ефективна кадрова політика сприяє стабільності трудового колективу, підвищує рівень задоволеності працівників, зменшує ризики плинності кадрів і конфліктів. Її реалізація забезпечує сталість і якість надання медичних послуг, підвищує імідж госпіталю як сучасного, гуманного й професійного медичного закладу.

Крім того, кадрова політика в госпіталі ветеранів війни має враховувати виклики воєнного часу: зростання навантаження на персонал, емоційне виснаження, потребу у швидкому реагуванні на зміни у складі пацієнтів, необхідність координації з військовими медичними службами. У цих умовах особливої актуальності набуває психологічна підтримка персоналу, запровадження програм профілактики професійного вигорання, тренінгів із кризової комунікації та адаптації до стресових ситуацій.

Важливим напрямом кадрової політики є також розвиток внутрішньої мотивації працівників. У КНП СОР «Сумський обласний клінічний госпіталь ветеранів війни» вона формується через усвідомлення суспільної значущості праці, залучення персоналу до прийняття управлінських рішень, визнання професійних досягнень і підтримку командного духу. Такий підхід зміцнює відчуття належності до спільної справи й сприяє підвищенню ефективності діяльності всього колективу.

Отже, елементи управління кадровою політикою в закладі охорони здоров'я - планування, організація, керівництво, координація та контроль - становлять взаємопов'язану систему, яка визначає ефективність функціонування всього госпіталю. У випадку КНП СОР «Сумський обласний клінічний госпіталь ветеранів війни» вони набувають особливого значення як інструмент забезпечення високих стандартів медичного обслуговування, морально-етичної відповідальності, соціальної стабільності та стратегічного розвитку закладу.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ЗМІН

Завірюха Юрій, студент 1 курсу АДМ 2501у
Науковий керівник: доц. А.М. Бричко
Сумський НАУ

Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств високого рівня адаптивності, ефективної організації управлінських процесів та використання інноваційних підходів до ведення бізнесу. Готельно-ресторанна сфера, зокрема туристичні комплекси Карпатського регіону, потребують постійного вдосконалення системи менеджменту для забезпечення конкурентоспроможності та стабільного розвитку. Під системою менеджменту підприємства слід розуміти сукупність взаємопов'язаних елементів (організаційної структури, процесів, ресурсів, політик та процедур), які організація використовує для досягнення своїх цілей. В контексті готельно-ресторанного бізнесу, це охоплює управління операційною діяльністю, фінансами, персоналом, маркетингом та якістю послуг. Вдосконалення системи менеджменту – це безперервний процес її оптимізації, спрямований на підвищення ефективності, адаптивності до змін зовнішнього середовища та зростання конкурентоспроможності.

Метою дослідження є визначення напрямів удосконалення діяльності готелю «Справжня казка» та його системи управління в умовах сучасних економічних змін. Підприємство позиціонує себе як затишний екологічно орієнтований готель, який пропонує комфортне проживання, ресторанный послуги, активний відпочинок та оздоровчі програми. Готель має високу репутацію серед відвідувачів завдяки домашній атмосфері, здоровому харчуванню та якісному сервісу.

Проведений аналіз поточної діяльності готелю «Справжня казка» дозволив виявити наявність резервів для підвищення ефективності менеджменту.

Діагностовано такі проблемні аспекти:

1. Зниження операційних показників: Внаслідок значного скорочення туристичних потоків у період воєнного стану, середня завантаженість номерного фонду впала, що прямо впливає на рентабельність діяльності та вимагає пошуку нових підходів до управління.

2. Недостатня диджиталізація: Аналіз каналів бронювання показав, що значна частка замовлень надходить у телефонному режимі, тоді як частка бронювань через власний вебсайт чи онлайн-агрегатори є низькою. Це свідчить про потребу вдосконалення використання цифрових технологій для бронювання.

3. Слабка маркетингова стратегія: Виявлено низький рівень повторних візитів, що вказує на відсутність системної роботи з клієнтською базою та брак ефективної програми лояльності. Маркетингова стратегія та система комунікації з клієнтами не повністю використовують потенціал екологічної орієнтації готелю.

Для покращення управлінської системи та адаптації до складних умов пропонують такі заходи:

1. Впровадити CRM-систему. Це дозволить не просто вести базу клієнтів, але й сегментувати їх (за частотою візитів, середнім чеком), автоматизувати процес збору відгуків для контролю рівня задоволеності та робити персоналізовані пропозиції.

2. Розширити цифровий маркетинг. Необхідно провести редизайн власного вебсайту з інтеграцією модуля онлайн-бронювання. Також варто активізувати SMM (соцмережі), роблячи акцент на візуальному контенті (екологічність, домашня атмосфера, оздоровчі програми) та запустити таргетовану рекламу на цільові аудиторії внутрішніх туристів.

3. Розробити комплексну програму лояльності для постійних гостей. Це може бути накопичувальна бонусна система або система рівнів з наданням привілеїв (наприклад, знижка в ресторані, безкоштовна сауна), що стимулюватиме повторні візити.

4. Оптимізувати внутрішні бізнес-процеси з урахуванням принципів «зеленого» менеджменту. Це включає впровадження енергоощадних технологій та мінімізацію харчових відходів у ресторані. Такі кроки посилять унікальну ринкову позицію екологічно орієнтованого готелю.

5. Запровадити спеціальні пропозиції. З огляду на поточну ситуацію, доцільно розробити пакети "Віддалена робота в Карпатах" (для тривалого проживання) та спеціальні умови для внутрішніх туристів, переселенців і волонтерів. Очікуваним результатом впровадження запропонованих заходів є підвищення ефективності управління, зростання прибутковості, покращення іміджу підприємства та зміцнення його конкурентних позицій на ринку туристичних послуг.

Очікуваним результатом впровадження запропонованих заходів є підвищення ефективності управління, зростання прибутковості, покращення іміджу підприємства та зміцнення його конкурентних позицій на ринку туристичних послуг.

Отже, удосконалення системи менеджменту є важливим чинником забезпечення сталого розвитку підприємства, підвищення якості надання послуг і підтримки туристичної привабливості регіону навіть у складних умовах сьогодення.

ФІНАНСУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ НА ПРИФРОНТОВИХ ТЕРИТОРІЯХ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ситник К. А., студ. 2 ст курсу ФЕiM
Науковий керівник: доц. Н. Г. Маслак
Сумський НАУ

Фінансування фермерських господарств у прифронтових регіонах України є критично важливим для підтримки продовольчої безпеки та стабільності економіки в умовах війни. Попри постійні загрози, руйнування інфраструктури та ускладнений доступ до ринків збуту, ці господарства залишаються ключовими постачальниками сільськогосподарської продукції для населення. Проте обмежені фінансові ресурси суттєво стримують їхню здатність ефективно функціонувати та відновлювати виробничий потенціал.

Традиційно джерела фінансування фермерів поділяються на власні, позикові та залучені. Однак у воєнний час власний капітал аграріїв часто виснажується через втрату активів і скорочення прибутків. Банківське кредитування зазвичай малодоступне на прифронтових територіях через високі ризики неплатоспроможності, що змушує фермерів шукати інші варіанти підтримки, такі як державні гранти чи міжнародна допомога.

Одним із найдієвіших інструментів фінансової підтримки лишаються державні програми компенсації витрат на техніку, насіння, пальне чи кредити. Міністерство аграрної політики та продовольства України разом із міжнародними організаціями впроваджує механізми, які знижують фінансовий тиск на аграріїв у зонах підвищених ризиків. Наприклад, через програми FAO чи ЄБРР малі фермерські господарства отримують доступ до пільгових кредитів і грантів. На окрему увагу заслуговують міжнародні донорські ініціативи.

Вони зосереджені на відновленні аграрного виробництва в регіонах, які найбільше постраждали від бойових дій. Такі програми, як «AGRI-Ukraine» або «RePower Ukraine», забезпечують фінансування витрат на закупівлю насіння, добрив, засобів захисту рослин і навіть обладнання для переробки. Це допомагає фермерам частково компенсувати воєнні втрати та підтримувати виробництво за складних обставин. Банківський сектор, хоч і залишається обережним через значні ризики, поступово адаптується до реалій прифронтових регіонів.

Програма «Доступні кредити 5-7-9%» залишається популярною навіть серед фермерів із цих зон. Однак банки часто посилюють вимоги до позичальників, зокрема запитуючи додаткові гарантії чи страхування, що ускладнює отримання необхідних коштів. Водночас активно розвиваються кооперативні та краудфандингові підходи до фінансування аграріїв. Об'єднуючись у кооперативи чи спілки, фермери отримують можливість спільно акумулювати ресурси і мінімізувати ризики. Такі структури нерідко користуються підтримкою міжнародних фондів, що сприяє створенню замкнених виробничих циклів від вирощування продуктів до їхньої переробки.

Відновлення матеріально-технічної бази фермерських господарств залишається одним із найбільших викликів. Знищення складів, сільськогосподарських угідь та техніки потребує значних фінансових вливань. У цьому контексті ключова роль належить місцевим громадам та територіальним органам влади, які мають забезпечити залучення цільових інвестицій і грантів для підтримки аграрного сектору.

Окремо слід відзначити гуманітарні та благодійні програми, які забезпечують тимчасову стабільність виробництва. Такі ініціативи включають передачу насіння, мінітехніки, засобів захисту рослин та пального на безоплатній основі. Значущість цих заходів значно зростає за умов недоступності традиційних фінансових інструментів. Цифровізація фінансових послуг стає невід'ємною частиною підтримки аграріїв. Інтернет-платформи для оформлення заявок на гранти, кредити чи участі в програмах допомоги полегшують доступ до ресурсів, особливо в умовах складної логістики.

Водночас вони сприяють підвищенню прозорості фінансування та оптимізації його використання. Фінансова стійкість господарств у прифронтових регіонах також залежить від розвитку системи аграрного страхування, яка лише формується в Україні. Проте міжнародний досвід доводить, що страхування посівів та майна може суттєво знижувати ризики та сприяти більш легкому доступу фермерів до кредитних ресурсів. Важливою залишається роль місцевих органів влади у координації фінансової допомоги. Вони здатні якісно оцінити реальні потреби фермерських господарств і створити сприятливі умови для інвестицій через пільги, субсидії та програми розвитку громад.

Таким чином, фінансове забезпечення фермерських господарств у прифронтових регіонах є складним процесом, який вимагає синергії державної підтримки, приватного капіталу та міжнародної допомоги. Ефективність цих механізмів визначатиме не лише рівень продовольчої безпеки країни, а й соціально-економічну стабільність постраждалих регіонів. Створення адаптивної і гнучкої системи фінансування фермерства має стати пріоритетом державної аграрної політики. Підтримка фермерських господарств – це не лише економічне завдання, а й стратегічний елемент національної безпеки, що гарантує продовольчу незалежність навіть у найскладніших умовах.

АГРАРНЕ СТРАХУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗНИЖЕННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Рудявка Є. І., студ. 4 курсу ФЕіМ
Науковий керівник: доц. Н. Г. Маслак
Сумський НАУ

Страховання є ефективним інструментом зниження фінансових ризиків для сільськогосподарських виробників. Сільськогосподарське страхування дозволяє забезпечити стабільний дохід для виробників незалежно від зниження ризику фінансових втрат у разі негативного впливу природних факторів.

На тлі посилення кліматичних змін та економічної нестабільності сільське господарство, як ключова галузь економіки, стикається з новими викликами для сталого розвитку. Часті стихійні лиха, коливання ринку та технологічні зміни формують складну систему ризиків. Традиційні методи управління, що базуються на післякризових компенсаціях і субсидіях, втрачають ефективність у сучасних умовах частих екстремальних погодних явищ і глобалізації ринку.

Аграрне страхування як ринковий інструмент передачі ризиків підтримує виробників через механізми компенсації та управління ризиками. Його роль виходить за межі відшкодування збитків — воно сприяє підвищенню здатності аграрного сектору до самовідновлення та зміцнює його стійкість в умовах економічної нестабільності.

Страховання забезпечує захист майнових інтересів аграріїв у разі настання страхових подій, пов'язаних із втратою врожаю, загибеллю тварин чи пошкодженням основних засобів. Застосування страхових програм дозволяє малим підприємствам підтримувати стабільність грошових потоків, планувати виробництво та уникати банкрутства у випадку непередбачуваних обставин.

В Україні розвиток системи аграрного страхування перебуває на етапі становлення. Основними проблемами є низький рівень обізнаності фермерів, висока вартість страхових премій, недосконалість законодавчої бази та недостатня участь держави у співфінансуванні страхових внесків.

В Україні система аграрного страхування лише формується. Її розвиток стримується низкою чинників:

- низьким рівнем довіри аграріїв до страхових компаній;
- високими тарифами на страхові послуги;
- відсутністю державного субсидування страхових премій;
- недосконалою системою оцінки збитків та ризиків;
- слабким інформуванням фермерів про доступні страхові продукти [1].

Разом із тим, зарубіжний досвід (зокрема, країн ЄС, Канади, США) показує, що державна підтримка агрострахування є вирішальною умовою його ефективності. У більшості країн держава компенсує 40–60% страхових премій, створює спеціальні фонди ризиків і стимулює участь аграріїв у програмах через податкові пільги.

Для підвищення ефективності аграрного страхування в Україні доцільно:

- Впровадити механізм державного співфінансування страхових премій для малих та середніх сільськогосподарських підприємств.
- Розробити національну програму індексного страхування, яка враховуватиме кліматичні особливості регіонів.
- Забезпечити створення єдиної бази аграрних ризиків для підвищення прозорості розрахунків страхових тарифів.
- Підвищити рівень фінансової грамотності фермерів через навчальні програми та консультаційні центри при обласних управліннях агрополітики.
- Посилити державний контроль за страховими компаніями, які працюють у секторі агрострахування, щоб уникнути недобросовісних практик.
- Стимулювати цифровізацію страхових процесів — онлайн-укладення договорів, автоматизовану оцінку збитків та використання супутникових даних для підтвердження страхових випадків.

Аграрне страхування є важливим елементом системи фінансової безпеки малих агропідприємств. Його розвиток дозволяє зменшити вплив ризиків, стабілізувати доходи виробників та сприяє сталому розвитку аграрного сектору України. Розвиток аграрного страхування в Україні має спиратися на партнерство між державою, страховими компаніями та сільськогосподарськими виробниками. Лише за умови державної підтримки, прозорості страхових механізмів та підвищення рівня обізнаності фермерів цей інструмент зможе виконати свою головну функцію — захист фінансової стабільності аграрного бізнесу та зміцнення економічної безпеки сільських територій.

Список використаних джерел:

1. Непочатенко О., Юдін В. Страховий захист аграрних ризиків. *Економіка і суспільство*. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/2_ukr/102.pdf (дата звернення: 06.11.2025).

АУДИТОРСЬКІ ВИСНОВКИ КОНСАЛТИНГОВИХ КОМПАНІЙ ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМСТВА

Адамкевич М.Д., студ. 1м курсу ФЕiМ
Науковий керівник: доц. Н. Г. Маслак
Сумський НАУ

У сучасних умовах ринкової економіки ефективне управління підприємством неможливе без системного фінансового аналізу, який базується на достовірній та перевірній інформації. Аудиторські висновки консалтингових компаній є одним із інструментів забезпечення достовірності фінансової звітності, адже вони підтверджують або спростовують правдивість відображення фінансових результатів діяльності підприємства.

Аудит виступає не лише формальною перевіркою звітності, а й комплексним процесом оцінювання фінансово-господарської діяльності підприємства. Завдяки цьому користувачі фінансової інформації - власники, інвестори, кредитори, податкові органи - отримують об'єктивні дані для прийняття рішень. Особливу роль у цьому процесі відіграють консалтингові компанії, які надають аудиторські, аналітичні та консультативні послуги.

Аудиторські висновки, підготовлені компанією, є кінцевим результатом аудиторської перевірки, який узагальнює оцінку достовірності фінансової звітності підприємства. Такий висновок слугує основою для фінансового аналізу, оскільки саме на ньому базується розрахунок ключових показників ліквідності, рентабельності, платоспроможності, оборотності активів і власного капіталу.

У процесі аудиту консалтингові компанії використовують сучасні методи збору, обробки та аналізу інформації. Це дозволяє не лише виявити помилки чи неточності у звітності, але й оцінити фінансову стратегію підприємства, рівень управління ресурсами.

Основні напрями використання аудиторських висновків у фінансовому аналізі підприємства:

- перевірка достовірності звітності. На підставі аудиторського висновку визначається, наскільки бухгалтерська звітність відповідає вимогам національних або міжнародних стандартів обліку. Це дозволяє аналітику будувати висновки на перевірених даних, що знижує ризик помилкових управлінських рішень;
- оцінка фінансового стану. Аудиторська перевірка допомагає визначити реальний фінансовий стан підприємства, його ліквідність, рівень прибутковості, структуру активів і пасивів, а також обсяги дебіторської та кредиторської заборгованості. Це важливо для складання балансового аналізу та розробки фінансових стратегій;
- виявлення фінансових ризиків. Аудитори встановлюють потенційні загрози, пов'язані з невідповідністю звітності, зловживаннями або неефективним використанням ресурсів. На основі цього розробляються рекомендації для зниження ризиків і запобігання втратам у майбутньому;
- підвищення якості управлінських рішень. Завдяки аудиторським висновкам керівництво підприємства отримує об'єктивну інформацію для планування інвестицій, оптимізації витрат, управління оборотними активами та формування фінансової політики.

Консалтингові компанії, на відміну від традиційних аудиторських фірм, не лише перевіряють достовірність звітності, а й аналізують її для виявлення шляхів підвищення ефективності фінансового управління. Фахівці компаній після завершення аудиту надають клієнтам аналітичний звіт із практичними рекомендаціями щодо покращення фінансових показників, зменшення витрат, підвищення прибутковості та зниження податкових ризиків. У контексті фінансового аналізу аудиторські висновки дозволяють: оцінити достовірність показників прибутку, активів і капіталу; забезпечити коректність розрахунків у звітах про фінансові результати, виявити резерви підвищення ефективності діяльності.

Ефективність аудиторських висновків, як бази для фінансового аналізу, залежить від декількох чинників: професіоналізму аудиторів (наявність сертифікованих спеціалістів та постійне підвищення їхньої кваліфікації); об'єктивності перевірки (незалежність аудиторів гарантує неупередженість висновків); методологічної бази (використання сучасних стандартів аудиту, таких як Міжнародні стандарти аудиту (МСА)); аналітичного підходу (поглиблений аналіз не лише цифр, а й економічного змісту господарських операцій).

Попри високу роль аудиторських висновків у фінансовому аналізі, існують певні проблеми, що знижують ефективність їх використання. Серед них можна виділити такі: недостатня прозорість деяких підприємств; обмежений доступ до первинних документів; брак кваліфікованих аудиторів тощо. Для підвищення значущості аудиторських висновків необхідно удосконалити законодавчу базу, посилити контроль за якістю аудиторських послуг і розвивати культуру фінансової відкритості. Аудиторські висновки консалтингових компаній є важливим елементом системи фінансового аналізу підприємства, оскільки вони забезпечують достовірність і об'єктивність аналітичних оцінок.

Отже, аудиторські висновки слугують основою для прийняття зважених управлінських рішень, зміцнення довіри інвесторів і партнерів, а також сприяють підвищенню фінансової стійкості підприємства.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Клишкова Я.С., студ. 4 курсу ФЕіМ, спец. «Фінанси, банківська справа та страхування»

Науковий керівник: доцент Л.О. Рибіна

Сумський НАУ

Сучасні виклики глобальної економіки, кліматичні зміни, зростання конкуренції та нестабільність ринків докорінно змінюють підходи до ведення агробізнесу. В умовах цифрової трансформації ефективне управління фінансами стає не лише інструментом контролю, а й потужним стратегічним ресурсом розвитку підприємств, особливо аграрного сектору економіки. Для аграрних підприємств, діяльність яких характеризується сезонністю, природними ризиками та залежністю від коливань світових цін, впровадження інновацій у фінансову сферу є ключем до забезпечення стабільності, рентабельності та конкурентоспроможності.

Одним із провідних напрямів цифровізації економіки є цифровізація саме фінансових процесів, тобто впровадження цифрових технологій у фінансовий сектор економіки для створення цифрових послуг та оптимізації роботи. За даними Світового банку станом на 2023 рік понад 60% аграрних компаній у розвинених країнах використовують FinTech-рішення для управління грошовими потоками, мобільного банкінгу та страхування врожаю [1]. В Україні цифрові інструменти, такі як електронні аграрні розписки, автоматизовані бухгалтерські системи (М.Е.Дос, AgroOnline), електронний документообіг та сервіси електронного підпису дають змогу скоротити адміністративні витрати на 25–30% і підвищити прозорість обліку. Важливу роль у підвищенні фінансової ефективності відіграють ERP-системи — комплексні програмні рішення для управління всіма аспектами діяльності підприємства: фінансами, виробництвом, постачанням і логістикою [1]. Впровадження систем, як-от SAP Agriculture Management: Агробізнес, забезпечує інтеграцію фінансових показників із даними про врожайність, собівартість і запаси. Це дозволяє фінансовим менеджерам ухвалювати стратегічно обґрунтовані рішення на основі актуальної аналітики, зменшувати ризики ліквідності та підвищувати точність прогнозування грошових потоків.

Справжнім проривом у фінансовому менеджменті аграрних підприємств стали технології штучного інтелекту (AI) та Big Data-аналітика. Вони використовуються для прогнозування цін на сільськогосподарську продукцію, моделювання ризиків, оптимізації витрат і побудови фінансових стратегій. Наприклад, платформи Climate FieldView, Cropio аналізують супутникові знімки, погодні тенденції, стан ґрунтів та історію фінансових витрат, допомагаючи аграріям точніше формувати бюджети, управляти ризиками і підвищувати ефективність виробництва. Згідно з дослідженнями McKinsey у 2024 році використання штучного інтелекту у фінансовому плануванні може збільшити прибутковість агропідприємств на 10–15%, а точність прогнозів — на 20–25% [1].

Важливим чинником розвитку підприємств аграрного бізнесу є сучасні альтернативні форми фінансування. У сучасних умовах зростає популярність аграрних розписок, які надають змогу залучати кредити без класичної застави. Цей механізм, розроблений за підтримки Міжнародної фінансової корпорації (IFC), відкрив для малих і середніх фермерів доступ до банківського фінансування на основі майбутнього врожаю. Паралельно поширюються краудфандингові та краудлендингові платформи, що забезпечують пряме інвестування аграрних проєктів. Наприклад, українська платформа Agroprosperis дозволяє фермерам отримувати фінансування під урожай із гнучкими умовами повернення, залучаючи приватних інвесторів через цифрові сервіси.

Окрему увагу заслуговують ESG-підходи у фінансовій політиці аграрних підприємств. Європейські фінансові інститути дедалі активніше підтримують компанії, які дотримуються принципів сталого розвитку, екологічної відповідальності та прозорого корпоративного управління. Участь українських аграрних підприємств у програмах Horizon Europe, а також у проєктах «зеленого» кредитування дозволяє їм не лише залучати гранти, а й формувати позитивну міжнародну репутацію. Такі підходи стають важливою частиною стратегічного фінансового менеджменту, орієнтованого на довгострокову ефективність [2].

Отже, інноваційні підходи до управління фінансами аграрних підприємств — це не лише технологічна тенденція, а стратегічна необхідність. Їх впровадження сприятиме підвищенню ефективності бізнес-процесів, розширенню фінансових можливостей, залученню інвестицій та сталому розвитку аграрного сектору України.

Література:

1. Особливості та перспективи кредитування аграрного сектору України. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/268453092.pdf> (дата звернення 04.11.2025)
2. Роль цифровізації у фінансовому менеджменті аграрних підприємств. URL: <https://www.agroportal.ua> (дата звернення 04.11.2025)
3. Блинов В., Череп, О. Цифрові фінанси: від традицій до інновацій. *Сталий розвиток економіки*. 2025. №3 (54). С. 216-219. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-54-33> (дата звернення 05.11.2025)

АНТИМОНОПОЛЬНА ПОЛІТИКА ТА ЇЇ ВАЖЛИВІСТЬ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Черкасов Є.І., студент групи ФБС 2401
Науковий керівник: доцент Л.О. Рибіна
Сумський НАУ

Монополія на певних ділянках ринку є проблемою для всієї економіки України, що призводить до зменшення ефективності як зовнішньої торгівлі, так і внутрішнього попиту. Розроблення проблем та недосконалостей антимонопольної політики, ознайомлення з теоретичною сутністю монополій можуть підвищити ефективність боротьби з монополіями на території країни.

Монополія – домінування одного виробника на певному ринку, відсутність конкурентів, високі бар'єри до входу на ринок. Наслідками монополії є: погіршення якості продукту, встановлення монопольної, тобто вищої за природну, ціни, встановлення та підтримання бар'єрів на вхід у ринок. Монополії поділяються на природні, впровадженні державою задля більшої ефективності, що досягається за допомогою ефекту масштабу; адміністративні, створені державою найчастіше у стратегічних галузях; економічні, що виникають через недосконалість антимонопольної політики держави, та розвиваються за допомогою інструментів ринку. До природних монополій України відноситься, наприклад, державна компанія НАК «Нафтогаз», що є монополістом **у сфері постачання газу населенню України** [1].

Монополізація економіки України є процесом, коли певну галузь української економіки займає один виробник, витісняючи конкурентів та блокуючи спроби утворення нових. Монополізація, як неціновий фактор пропозиції, підвищує ціну на товари задля отримання вигоди. Тому ціни на товари будуть відносно високими навіть при підвищенні заробітної плати споживачів та при низькій собівартості продукту, а українські товари не будуть привабливими на міжнародних ринках.

У рамках боротьби з монополіями, влада створила низку законів та Антимонопольний комітет України, що уповноважений підтримувати конкуренцію на ринках, запобігати спробам монополізації ринку, розслідувати справи з порушення антимонопольного законодавства, виносити вирок з них, тощо. У свою чергу, Антимонопольний комітет розробляє антимонопольну політику, яка є важливою частиною розвитку української економіки, оскільки сприяє конкурентоспроможності як на внутрішніх, так і зовнішніх ринках, підвищенню попиту на товари в країні тощо

Антимонопольна політика це комплекс дій держави для демонополізації ринків та запобігання появі нових монополістів або контролю за їх діями. Існує дві моделі підходу до антимонопольного законодавства: американська, що забороняє самі монополії, та європейська, що концентрується не на самій структурі монополій, а на недопущенні зловживаннями ними своїм статусом. Українська практика скоріше відноситься до європейської моделі [2].

Основні проблеми антимонопольної політики України: юридичні обмеження, непрозорість дій антимонопольного комітету, бюрократія, невизначеність щодо мір покарання. Можливості для вдосконалення антимонопольної політики [3]:

- надання більших повноважень АМК для боротьби з монополією в напрямку наближення до законодавства Євросоюзу;
- реформа природних монополій, зокрема, сприяння створенню конкурентного середовища на товарних та фінансових ринках України, демонополізація та захист прав споживачів і забезпечення доступу до ринкової інфраструктури;
- уникнення фаворитизму при реалізації державних програм, тобто уникнення родинних чи інших близьких зв'язків, спільних бізнес-інтересів, лобістської діяльності чи протекції у реалізації державних програм;
- юридичні реформи, спрямовані на захист і забезпечення конкуренції на ринку;
- інші заходи задля стимулювання конкуренції;
- боротьба з корупцією.

Список літератури:

1. Горбачук Н. В. Організаційно-економічні проблеми та рекомендації щодо вдосконалення політики регулювання діяльності природних монополій на національному та регіональному рівнях. *Інтернаука. Економічні науки*. 2024. № 5(1). С. 67-73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnjie_2024_5%281%29_11 (дата звернення: 28.10.2025).
2. Майстро С. В. Теоретико-методичні та нормативно-правові основи державної анти-монопольної політики. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Державне управління*. 2022. Вип. 2. С. 121-128. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNUGZUDU_2022_2_17 (дата звернення: 28.10.2025).
3. Подцерковний О. П., Зятіна Д. В., Хамходера О. П. Проблематика правової природи рекомендаційних роз'яснень Антимонопольного комітету України. *Економіка та право*. 2021. № 2. С. 3-15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpr_2021_2_3 (дата звернення: 28.10.2025).

ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ МОЛОДІ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Жирна С.С., студентка 3ст курсу ФБС
Науковий керівник: доц. І.В. Шалигіна
Сумський НАУ

Як відомо, у сучасних умовах економічної нестабільності, воєнних ризиків та глобальних фінансових викликів питання формування фінансової грамотності молоді набуває особливого значення. У XXI столітті фінансова грамотність стає однією з ключових життєвих компетентностей, нарівні з цифровою, екологічною чи правовою культурою. Зміни у світовій економіці, поява криптовалют, розвиток онлайн-банкінгу, а також зростання кількості шахрайських схем роблять питання фінансової обізнаності особливо актуальним. Молодь, яка лише починає свій економічний шлях, найчастіше стикається з труднощами у плануванні особистого бюджету, управлінні кредитами чи формуванні заощаджень. Від того, наскільки свідомо та раціонально молоде покоління підходить до фінансових рішень, залежить не лише їхнє особисте благополуччя, а й економічна стабільність та безпека держави в цілому. Адже фінансова безпека країни починається з фінансово свідомого громадянина.

Фінансова грамотність - це не просто вміння рахувати гроші. Це комплекс знань, установок і поведінкових моделей, що дозволяють людині ефективно керувати фінансовими ресурсами в умовах постійних змін. Людина з достатнім рівнем фінансової грамотності здатна не лише уникати боргових пасток, але й приймати стратегічні рішення: інвестувати, створювати бізнес, формувати фінансову подушку безпеки. Згідно з дослідженням Національного банку України у 2023 році, середній показник фінансової грамотності українців становить 12,3 бала з 21 можливого. Найнижчий рівень демонструє саме молодь - група віком від 18 до 25 років. Основні проблеми полягають у відсутності навичок довгострокового планування, нерозумінні відсоткових ставок і ризиків кредитування, а також у недостатній поінформованості про фінансові продукти. Причини цього криються у нестачі системної фінансової освіти. Хоча в останні роки в Україні реалізуються ініціативи НБУ, USAID та Міністерства освіти і науки України, фінансова грамотність залишається фрагментарною складовою навчального процесу. Молодь отримує знання епізодично - з медіа, соціальних мереж чи порадами однолітків, що часто призводить до поширення фінансових міфів.

Економічна безпека держави передбачає стабільність фінансової системи, довіру населення до банків і низький рівень тіньової економіки. Низький рівень фінансової культури населення може призвести до масового накопичення боргів, зниження інвестиційної активності та зростання залежності від зовнішніх кредиторів. Фінансово грамотна молодь, навпаки, сприяє розвитку малої підприємницької ініціативи, високій інноваційній активності, збільшенню внутрішніх заощаджень, що формує стійкий фінансовий фундамент держави. Люди, які вміють розпоряджатися грошима, рідше піддаються економічним маніпуляціям, свідоміше сплачують податки і розуміють важливість власного внеску у розвиток держави. Для підвищення фінансової грамотності необхідно впроваджувати системну фінансову освіту на всіх рівнях - від школи до університету. Важливим кроком є інтеграція спеціальних навчальних курсів, створення тренінгів і симуляційних ігор, які допомагають розуміти реальні фінансові ситуації. Не менш ефективними є онлайн-платформи та мобільні додатки, що моделюють управління бюджетом, інвестиціями чи кредитами. Такі інструменти, як проекти «Фінансова грамотність від НБУ», «MoneySmart» (OECD) чи «USAID Financial Literacy for Youth», показали високу результативність у формуванні практичних фінансових навичок серед молоді. Окрему роль відіграють медіа та соціальні мережі. Сьогодні блогери, фінансові консультанти й громадські організації активно просувають ідеї відповідального споживання, інвестування та захисту від фінансових шахрайств. Саме через такі інструменти молодь отримує знання у звичному, динамічному форматі [1].

Отже, формування фінансової грамотності молоді має бути пріоритетом державної політики, що передбачає створення єдиної освітньої стратегії, підтримку молодіжних ініціатив і розвиток партнерств між державою, освітніми закладами та фінансовими установами. Фінансова грамотність молоді - це фундаментальний елемент соціально-економічного розвитку держави. Вона формує економічно активне, відповідальне та стійке суспільство, яке здатне не лише ефективно управляти власними фінансами, але й підтримувати стабільність національної економіки. Підвищення рівня фінансової обізнаності молоді є не просто освітнім завданням, а стратегічною необхідністю для України. В умовах війни, післявоєнного відновлення та інтеграції у європейський економічний простір роль фінансово грамотних громадян набуває особливого значення. Вони стають активними учасниками економічних процесів, здатними приймати раціональні рішення щодо інвестування, заощадження, ведення бізнесу й сплати податків. Майбутнє економічної безпеки України залежить від того, наскільки швидко та ефективно молоде покоління навчиться не лише заробляти, але й управляти грошима. Лише фінансово свідомі громадяни здатні забезпечити стабільність, добробут і незалежність своєї держави.

Література:

1. Action needed to address gaps in financial literacy among students. URL: https://www.oecd.org/en/about/news/press-releases/2024/06/Action-needed-to-address-gaps-in-financial-literacy-among-students.html?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 28.10.2025)

КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДЬОГО БІЗНЕСУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ

Цепелева К.О., студентка 1 курсу ЗФБС 1м
Науковий керівник: доц. І.В. Шалигіна
Сумський НАУ

На сьогодні малий та середній бізнес (МСБ) відіграє ключову роль у формуванні та зростанні економічного розвитку більшості країн світу. Діяльність МСБ забезпечує населення робочими місцями, сприяє впровадженню інновацій та створенню ринкової конкуренції, яка впливає на підвищення якості послуг та товарів. В умовах післявоєнного відновлення економіки України роль МСБ значно зростає, оскільки саме підприємницький сектор здатен швидко реагувати на зміни ринкових умов і стимулювати економічне зростання регіонів.

У сучасній фінансовій системі України кредит є важливим інструментом для забезпечення інвестиційної активності та підвищення ефективності діяльності. Водночас сучасна система кредитування малого та середнього бізнесу в Україні стикається з низкою суттєвих проблем. Серед основних можна виділити високі відсоткові ставки, а також низький рівень довіри між фінансовими установами та позичальниками. Додатковими бар'єрами виступають інфляційні ризики, нестабільність валютного ринку та обмежені можливості банків для довгострокового фінансування.

Найбільші обсяги кредитування в даний час залучені підприємствами в аграрний сектор, оптову та роздрібну торгівлю, переробну промисловість. Однак, післявоєнний етап розвитку відкриває нові перспективи для вдосконалення механізмів кредитування малого та середнього бізнесу. Зокрема, кредитування післявоєнного відновлення України стимулюється через ряд державних кредитних програм, таких як, наприклад, державна програма підтримки «Доступні кредити 5–7–9%», яка пропонує пільгові умови для бізнесу на розвиток переробної промисловості, інвестиційні проекти, в тому числі і кредитування в зонах високого ризику. Спектр таких програм досить широкий. Так, перспективними є кредитні державні програми, які дозволяють робити інвестиції в відновлювану енергетику. Україна має високий рівень сонячної активності, а тарифи на енергоносії постійно зростають. Тому кредитування сонячних електростанцій (СЕС) є одним з пріоритетних напрямків кредитування, так як електроенергія виробляється щодня, а це дозволяє отримувати стабільну економію і швидке повернення вкладених коштів. Кредитування сільського господарства дає можливість придбавати сільгосп- та спецтехніку, мінеральні добрива, ЗЗР та посівний матеріал на вигідних для бізнесу умовах. Основні інструменти державної програми «Доступні кредити 5–7–9%» включають компенсацію відсоткових ставок, державну гарантію для підтримки мікро-, малого та середнього бізнесу, а також дають можливість отримати значні суми для відновлення зруйнованих об'єктів та сприяють створенню робочих місць.

У наданні таких пільгових кредитів і грантів для українських підприємців, що відносяться до малого та середнього бізнесу, значний потенціал має участь міжнародних фінансових організацій, таких як ЄБРР (Європейський банк реконструкції та розвитку), ЄІБ (Європейський інвестиційний банк), USAID (Агентство США з міжнародного розвитку). Державні банки доповнюють свої кредитні інструменти грантовими коштами таких організацій. Ці механізми дозволяють досягти точкових цілей державної політики та сприяють рівномірному розподілу доходів.

Крім того важлива роль в підтримці кредитного процесу надається Національним Банком України (НБУ). Вона може бути активізована через управління процентною ставкою, зміни нормативів регулювання кредитної діяльності.

Впродовж 2023-2024 р.р. за даними НБУ спостерігалось зростання частки кредитів в національній та іноземній валютах для середніх підприємств. Однак щодо цих показників по малому бізнесу, то вони свідчать навпаки про негативну тенденцію в динаміці. Саме через державну програму «5-7-9%» було компенсовано банкам ринкові відсоткові, а позики для позичальників цього напрямку оплатилися за зазначеними відсотковими ставками в залежності від конкретних обставин та напрямків їх надавання. Але це стосується тільки за кредитами в національній валюті. Отже, за даними Фонду розвитку підприємництва, у 2023 році сума виданих кредитів становила майже 100 млрд. грн., а в 2024 році – 24,8 кредитів загальною сумою 93,1 млрд. грн. Спрямовані вони були на різні потреби бізнесу, зокрема: переробка продукції, поповнення власних обігових коштів, кредитування в зонах досить високого воєнного ризику (прикордоння) та інше інвестування.

Отже, враховуючи велику значимість пільгових кредитних програм державного уряду, які будуть використовуватися для підтримки кредитування малого та середнього бізнесу, слід визнати, що вони потребують розширення. Ефективне відновлення системи кредитування малого та середнього бізнесу потребує енергії та зусиль держави (програми підтримки, гарантії), Національного банку (стабільність, євроінтеграція) та комерційних банків (гнучкість, пом'якшення стандартів), а також залучення міжнародного капіталу. Створення сприятливого фінансового середовища, зниження кредитних ризиків та формування довіри між учасниками фінансового ринку є ключовими передумовами успішного післявоєнного відновлення економіки України.

ЯК ВІЙНА ЗМІНИЛА РИНОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Діденко Л. О., студентка 2 курсу ФБС-2401
Науковий керівник: доц. І.В. Шалигіна
Сумський НАУ

Коли почалась війна, більшість із нас навіть не замислювалась, що таке «страхування ризиків». Люди рятували себе, свої сім'ї, домівки — і лише потім з'явилось розуміння, що війна — це не лише про фронт, а й про економіку, бізнес і відновлення. Саме тоді страхування перестало бути «папірцем для галочки» й стало питанням виживання. Я помітила, що навіть невеликі підприємці почали цікавитися, як застрахувати вантажі, майно чи життя працівників. Це свідчить про те, що культура страхування в Україні почала формуватись заново, але вже з іншими цінностями — більш усвідомлено.

Через повномасштабну війну страхові компанії зіштовхнулись із величезними викликами. Частина активів було втрачено, частина офісів зруйнована, але ринок не зупинився. Навпаки, багато компаній адаптувались — почали працювати онлайн, спростили умови страхування, запровадили цифрові поліси. Вони активно впроваджують онлайн-платформи для продажу полісів, мобільні додатки та чат-боти для обслуговування клієнтів. Це дозволяє підтримувати зв'язок навіть у складних умовах, коли робота офлайн обмежена.

Важливу роль у стабілізації ринку відіграла держава та міжнародна спільнота. Національний банк України розробив рекомендації для страхових компаній, щоб підтримати їхню платоспроможність. А міжнародні партнери — такі як Світовий банк, ЄБРР та великі перестраховальні компанії — допомагають українському ринку утримувати баланс і залучати нові фінансові ресурси. Це стало основою для формування стійкої системи страхового захисту навіть у воєнний час. Окрім цього, варто зазначити, що під час війни змінилась і поведінка клієнтів страхових компаній. Якщо раніше більшість українців сприймали страхування як формальність, то зараз люди стали уважніше читати умови полісів, цікавитися реальними гарантіями виплат та репутацією компаній. Зросла довіра до великих і стабільних страхових брендів, які продемонстрували здатність виконувати свої зобов'язання навіть у кризових умовах. Це поступово формує новий рівень фінансової культури в суспільстві.

Повномасштабне вторгнення спричинило безпрецедентну кризу довіри та значне зростання ризиків, що вимагало від страховиків швидкої адаптації та перегляду бізнес-моделей. Тому відбулися наступні трансформаційні процеси:

1. Зміна ризикового портфеля:

✓ Воєнні ризики: найбільша зміна - масове виключення з покриття збитків, спричинених безпосередньо військовими діями (ракети, обстріли). Це призвело до звуження класичного покриття, особливо у страхуванні майна (КАСКО, нерухомість).

✓ Нові продукти: поява або значне зростання попиту на спеціалізовані продукти з покриттям "воєнних ризиків" (наприклад, страхування майна від наслідків ракетних ударів), які часто мають обмежені ліміти виплат і надаються за рахунок власних коштів страховиків, оскільки міжнародне перестраховування таких ризиків є вкрай складним або недоступним.

✓ Актуалізація: зросла актуальність страхування життя, медичного страхування (через травми, стрес та підвищене навантаження на медицину) та страхування відповідальності для бізнесу.

2. Регуляторні та фінансові виклики:

✓ Фінансова стійкість: зниження платоспроможності населення та бізнесу (втрата доходу, релокація) призвело до зростання кількості розірваних договорів та необхідності для страховиків підтримувати високий рівень ліквідності та платоспроможності.

✓ Дерегуляція/адаптація: Національний банк України (НБУ) впровадив низку заходів для підтримки стійкості ринку, зокрема спрощення процедур ліцензування, але також посилив вимоги до платоспроможності компаній у довгостроковій перспективі (впровадження ризик-орієнтованого підходу).

3. Зміна пріоритетів споживачів: страхування стало розглядатися не лише як фінансовий інструмент, а як критичний механізм фінансової безпеки у нестабільних умовах.

Війна зробила ринок страхування більш гнучким і відповідальним, тобто перетворила український страховий ринок із сегмента, що розвивався, на ринок екстремального ризик-менеджменту. Люди й бізнес почали серйозно ставитись до ризиків, а страхування стало реально допомагати. Водночас війна показала слабкі місця ринку - залежність від зовнішніх перестраховальних ресурсів. Попри значні виклики, ринок демонструє адаптивність та відновлення (підтверджується зростанням валових премій впродовж 2023-2024 років), але з акцентом на обов'язкові види та обмежене покриття воєнних ризиків. У майбутньому Україна має розвивати власні механізми фінансової безпеки та підтримки стратегічних секторів.

Отже, війна не просто змінила ринок страхових послуг України, а саме перезапустила його. Страхування стало не про папери, а про впевненість у завтрашньому дні, що, на нашу думку, стане фундаментом післявоєнного економічного відновлення.

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ

Кушнір М. А., студ. 4 курсу ФБС 2301 с.т.
Науковий керівник: ст. викладач Ю.В. Пугач
Сумський НАУ

Повномасштабна військова агресія спричинила безпрецедентний тиск на економіку України, викликавши глибокі структурні зрушення та вимагаючи негайних, системних рішень для збереження макроекономічної стабільності, особливо на прикордонних територіях. Сумська область, яка систематично перебуває під обстрілами, зіткнулася з гострими структурними змінами, що безпосередньо загрожують її аграрно-промислому потенціалу. За даними Світового банку (2025), загальні темпи зростання ВВП очікуються на рівні близько 2 %, але в прифронтових зонах економічна динаміка значно гірша. Ключовими викликами залишаються високі оборонні видатки та значний дефіцит державного бюджету, які опосередковано впливають на фінансування програм регіонального відновлення [1].

Окремою критичною проблемою є енергетична нестабільність та логістичні обмеження, які паралізують експортно-орієнтовані підприємства області. Руйнівний вплив війни на економіку Сумщини є масштабним. Станом на кінець 2024 року, за оцінками ОВА, пошкоджено або зруйновано понад 550 будівель підприємств, з яких 387 — промислові та складські, а 166 — сільськогосподарського призначення. Це призвело до значного падіння фінансових показників області, які, за даними регіональних аналітиків, погіршилися на 13% (2025 р.). Аграрний сектор, критично важливий для регіону, демонструє адаптивність, але зі значними структурними змінами. Так, під урожай 2024 року посівна площа сільськогосподарських культур у Сумській області знизилася майже на 1,4% порівняно з 2023 роком, хоча спостерігається переорієнтація на менш ризикові та більш рентабельні культури: площа посіву сої зросла на 60,3%, а ріпаку – на 42,2%, тоді як площі під соняшником скоротилися на 33,2% [2]. Попри надскладну фінансову ситуацію, український уряд реалізує комплекс політик, спрямованих на підтримку макроекономічної стійкості, що опосередковано підтримує і регіон. Ці заходи включають активну участь у міжнародних програмах фінансування, реструктуризацію державного боргу та державні ініціативи підтримки бізнесу, зокрема програму пільгового кредитування «5-7-9%». За оцінкою ЄБРР (2024), очікується поступове відновлення малого та середнього підприємництва, ключового для ВВП і зайнятості. Для довгострокової стійкості країна також зміцнює фінансову систему, розвиває цифрову інфраструктуру та поглиблює міжнародну співпрацю. Ці інструменти закладають основу для економічного відновлення; зокрема, за прогнозами ЄБРР (2024), очікується поступове відновлення активності малого та середнього підприємництва, яке є вирішальною рушійною силою у процесах формування ВВП і створення нових робочих місць. Надійність фінансової системи, яка демонструвала високу стійкість до шоків протягом перших років війни, є фундаментальною умовою для забезпечення ліквідності банків та відновлення кредитування, що має ключове значення для МСП.

Для переходу від військової стійкості до сталого зростання необхідна структурна модернізація та інституційне вдосконалення, сфокусоване на потребах прикордонних регіонів. До важливих чинників забезпечення довгострокової стійкості також належать: розвиток цифрових сервісів, вдосконалення системи електронного документообігу та розширення співпраці з міжнародними донорами та партнерами. OECD (2025) категорично наголошує, що довгострокова економічна стійкість України можлива лише за умови диверсифікації та структурної модернізації, включно з прискореним розвитком «зеленої» енергетики для досягнення енергетичної незалежності, та масштабним залученням приватних інвестицій для відновлення зруйнованої інфраструктури.

Таким чином, економічна стійкість Сумської області формується на критичному перетині внутрішніх реформ та зовнішньої фінансової підтримки. Пріоритетними напрямками післявоєнного відновлення регіону мають стати: диверсифікація економіки для зниження залежності від експорту сировини, компенсація збитків підприємствам, інноваційний розвиток агропромислового сектору та створення нових логістичних коридорів, що забезпечать прискорену інтеграцію до європейського економічного простору.

Список використаних джерел

1. OECD. Economic Surveys: Ukraine 2025. Fostering macroeconomic stability and a sustainable recovery. — Paris: OECD, 2025. https://www.oecd.org/en/publications/oecd-economic-surveys-ukraine-2025_940cee85-en/full-report/fostering-macroeconomic-stability-and-a-sustainable-recovery_24ed81a1.html (дата звернення 04.11.2025).
2. Головне управління статистики у Сумській області. Посівні площі сільськогосподарських культур у Сумській області під урожай 2024 р. https://sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=1&article_id=13980 (дата звернення 03.11.2025).

РОЛЬ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Горlach Ю.В., студ. 2 ст курсу ФЕІМ
Науковий керівник: проф. М.М. Геєнко
Сумський НАУ

У сучасних умовах господарювання система державних фінансів посідає провідне місце серед інструментів економічного регулювання. Вона є основним важелем впливу держави на розвиток національної економіки, забезпечення макроекономічної рівноваги, фінансової безпеки та соціальної стабільності суспільства. Державні фінанси виступають не лише джерелом фінансового забезпечення діяльності органів влади, а й механізмом перерозподілу валового внутрішнього продукту, стимулювання економічної активності, інвестування у пріоритетні галузі та підтримки соціально вразливих верств населення.

Структура державних фінансів охоплює державний бюджет, місцеві бюджети, державний кредит, позабюджетні цільові фонди, систему державного страхування та фінансовий контроль. Кожна з цих складових виконує специфічну роль у забезпеченні економічної стабільності. Через бюджетну систему держава формує ресурси для фінансування оборони, освіти, охорони здоров'я, соціального захисту, інфраструктурних проектів та інших суспільно важливих сфер. Державний кредит та боргова політика дозволяють акумулювати додаткові ресурси для покриття бюджетного дефіциту та реалізації масштабних інвестиційних програм. Фінансовий контроль, у свою чергу, забезпечує законність, ефективність і цільове використання коштів.

У період економічних криз та зовнішніх викликів (зокрема воєнних дій, втрати частини територій, руйнування промислового потенціалу) роль державних фінансів суттєво зростає. Саме вони забезпечують стійкість фінансової системи, підтримують пріоритетні сектори економіки, сприяють відновленню виробництва, стимулюють зайнятість населення та інвестиційну активність. Водночас неефективне управління фінансами, надмірний дефіцит бюджету, високий рівень державного боргу та нераціональна податкова політика можуть стати чинниками фінансової нестабільності.

Одним із центральних напрямів державної фінансової політики є оптимізація податкової системи. Податки виступають основним джерелом наповнення бюджету, тому важливо досягти балансу між фіскальною ефективністю та стимулювальною функцією оподаткування. Надмірний податковий тиск гальмує розвиток підприємництва, тоді як занадто низькі ставки не забезпечують необхідного рівня доходів бюджету. Ефективна податкова політика повинна стимулювати виробництво, інноваційну діяльність, інвестиції та створення робочих місць.

Не менш важливою складовою стабільності є управління державним боргом. Для України, яка унаслідок воєнних подій значно збільшила обсяги зовнішніх запозичень, це питання має стратегічне значення. Раціональне управління боргом передбачає мінімізацію вартості запозичень, підвищення довіри міжнародних партнерів, зменшення ризику дефолту та забезпечення стійкості фінансової системи в довгостроковій перспективі.

В умовах децентралізації посилюється значення місцевих фінансів. Фінансова самостійність органів місцевого самоврядування є запорукою сталого регіонального розвитку. Місцеві бюджети повинні мати достатній ресурсний потенціал для фінансування соціальної інфраструктури, реалізації місцевих програм економічного розвитку та залучення інвестицій. Ефективна міжбюджетна політика сприяє збалансованому розвитку регіонів і підвищенню якості життя громадян.

Важливо також забезпечити прозорість фінансової системи, боротьбу з корупцією, удосконалення механізмів аудиту та звітності. Ці чинники підвищують довіру суспільства до державних інститутів і створюють передумови для залучення іноземних інвестицій.

Таким чином, державні фінанси відіграють фундаментальну роль у забезпеченні економічної стабільності України. Вони є основним інструментом реалізації економічної політики, що дозволяє державі реагувати на внутрішні та зовнішні виклики, підтримувати макроекономічну рівновагу та стимулювати економічне зростання. Від ефективності управління державними фінансовими ресурсами, збалансованості бюджету, прозорості податкової системи та зваженої боргової політики залежить здатність України забезпечити сталий розвиток, фінансову безпеку й добробут громадян у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI (із змінами та доповненнями).
2. Василик О. Д. *Державні фінанси України*. – К.: Центр учбової літератури, 2020. – 400 с.
3. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. – <https://www.mof.gov.ua> (дата звернення 05.11.2025).

ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Кулініч Н.В. студ. 3 курсу ФЕІМ
Науковий керівник: доц. І. Д. Самошкіна
Сумський НАУ

Туризм є однією з провідних галузей у світовій економіці, маючи важливе соціальне та економічне значення. Для успіху туристичного бізнесу критично необхідна тісна співпраця та координація між усіма учасниками, які створюють туристичний продукт і послуги [1]. Успішність туристичної індустрії значною мірою залежить від ефективного застосування механізмів страхового захисту. Це пов'язано з тим, що туристичний бізнес має високий ризик виникнення непередбачуваних подій та їх негативних наслідків. Впровадження страхових відносин у цій сфері дає змогу забезпечити страховий захист від ризиків як для туристичних компаній, так і для споживачів туристичних послуг [2].

Страховання в туризмі — це система юридичних відносин, що виникають між страховиком (страховою компанією) та страхувальниками (туристом або туроператором). Метою цих відносин є забезпечення захисту особистих і майнових інтересів туристів під час подорожей, а також майнових інтересів туроператорів під час їхньої діяльності, у випадку настання подій, визначених страховим договором або законодавством. Термін дії поліса туристичного страхування поділяється на: короткий термін (поїздка на кілька днів); довготривалий (наприклад, річний поліс з можливістю перебування за кордоном певний час).

Укладаючи договір туристичного страхування треба звертати увагу на параметри які впливають на умови та вартість туристичного страхування, а саме: країна призначення - для країн Шенгену, США, Канади тощо, встановлюються певні мінімальні суми покриття; тривалість подорожі - чим довше перебування, тим вище ризик і, відповідно, часто більша вартість; тип подорожі/активність - звичайний відпочинок, ділова поїздка або активний туризм (гірський, водний, підводний) мають різну вартість та набір ризиків; набір ризиків / покриття - базове покриття або розширене: чим більше опцій (допомога адвоката, втрачений багаж, транспортний асистанс, тощо), тим дорожче страховий поліс.

Протягом 2025 року на ринку туристичного страхування зафіксовано помірне зростання. Незважаючи на те, що загальні обсяги попиту залишаються значно нижчими за рівень 2022 року та довоєнні показники через загальне скорочення міжнародних подорожей, сегмент продемонстрував збільшення на 15-20% у порівнянні з 2024 роком. Основними драйверами цього зростання стали такі групи страхувальників, як матері з дітьми та пенсіонери, які наважилися на закордонні поїздки після перерви, спричиненої повномасштабним вторгненням.

До базової програми сучасного полісу туристичного страхування, як правило, включаються наступні складові: амбулаторне та/або стаціонарне лікування під час перебування за кордоном; медичне транспортування - доставлення до лікувальної установи за кордоном або репатріація (перевезення назад) в разі необхідності; репатріація останків у випадку загибелі застрахованої особи; екстрена стоматологічна допомога (наприклад, у випадку гострого болю) в межах визначеної суми. До розширеної програми туристичного страхування включаються: візит родича чи супроводжуючої особи у випадку екстреної ситуації; дострокове повернення застрахованого на батьківщину; повернення неповнолітніх дітей додому у супроводі, якщо застрахований перебуває у лікарні; нагляд після лікарняного перебування, юридична допомога (наприклад, адвокат), асистанс при поломці транспорту, доставка транспортного засобу чи пасажирів.

Отже, сучасний туристичний страховий поліс трансформувалася з додаткової послуги у критично необхідний інструмент забезпечення безпеки подорожуючих. Стандартне туристичне страхування наразі охоплює не лише відшкодування витрат на екстрене медичне обслуговування (лікування гострих захворювань), але й значно ширший спектр ризиків, включаючи компенсацію за втрату або затримку багажу, при анулюванні чи перенесенні рейсів, при втраті особистих документів, а також надання фінансової підтримки для юридичного супроводу за кордоном.

Список використаних джерел:

1. Кирилюк І. М. Туристичний кластер як напрям економічного зростання регіону. Формування і розвиток регіонального туристично-рекреаційного комплексу : колективна монографія / за ред.І. М. Поворознюк. Умань, 2019. С. 159–178.
2. Чвертко Л. А., Вінницька О. А., Корнієнко Т. О. Стан та проблеми розвитку туристичного страхування в Україні . *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону* . 2020. Вип. 16. Т. 1. С.58-67.
3. FORINSURER. URL:<https://forinsurer.com/>

МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Лебединський Д. О., студ. 3с.т. курсу ФЕіМ
Науковий керівник: доц. І. Д. Самошкіна
Сумський НАУ

Медичне страхування є ключовим інструментом соціального захисту, що забезпечує фінансову доступність медичних послуг для населення. В умовах поточної економічної волатильності та військового конфлікту в Україні, стратегічна значущість його ефективного імплементації та функціонування суттєво зростає. МС реалізує подвійну функціональну роль, що охоплює економічний та соціальний виміри [1].

До економічних функцій медичного страхування відносять: фінансування системи охорони здоров'я та перерозподіл ресурсів для оплати медичних послуг; забезпечення захисту доходів громадян від непередбачуваних медичних витрат; стимулювання конкуренції між медичними установами та підвищення їхньої мотивації до надання якісних послуг.

До соціальних функцій, які виконує медичне страхування відносять: реалізацію права громадян на охорону здоров'я; сприяння розвитку медичної інфраструктури та вдосконаленню ринку медичних послуг; підвищення економічної зацікавленості громадян у питаннях власного медичного забезпечення.

Системи медичного страхування класифікуються за низкою критеріїв, що визначають їхню організаційну структуру та механізми фінансування:

- За формою залучення застрахованих: індивідуальне та колективне.
- За принципом управління (для колективного): централізована, децентралізована, змішана.
- За характером фінансування: бюджетна, соціальна, приватна, змішана.
- За формою проведення: обов'язкове медичне страхування та добровільне медичне страхування.

Обов'язкове медичне страхування є невід'ємною складовою системи соціального страхування. Воно регулюється законодавством та базовою програмою, затвердженою урядом країни.

Добровільне медичне страхування, натомість, є видом особистого комерційного страхування, що базується на принципі страхової еквівалентності. Це означає, що застрахований отримує обсяг послуг, еквівалентний сплаченій страховій премії. ДМС має мінімальну державну регламентацію. Його виникнення першочергово зумовлене обмеженістю обсягу послуг та умов, які надаються в межах програми ОМС.

В умовах відсутності повноцінної нормативно-правової бази для запровадження загальнообов'язкового державного медичного страхування, добровільна система медичного страхування виконує допоміжну (комплементарну) функцію, забезпечуючи додатковий рівень медичної допомоги населенню та розширюючи покриття, яке обмежене програмою ОМС.

Незважаючи на відмінності, ОМС і ДМС мають спільну економіко-правову природу та ідентичну мету - захист майнових інтересів суб'єктів при настанні страхових випадків. Це зумовлює необхідність їхнього паралельного функціонування як взаємодоповнюючих систем захисту.

На сьогоднішній день в країні діє державна модель медичного страхування, реалізована через Програму медичних гарантій, яка фінансується за рахунок коштів Національної служби здоров'я України (НСЗУ). Ключовою метою цієї програми є забезпечення громадян встановленим державою переліком безоплатних медичних послуг [2]. Однак на практиці функціонування системи стикається із серйозними викликами: відзначається дефіцит фінансування, нерівномірний розподіл наявних ресурсів, а також вкрай низький рівень охоплення громадян добровільним медичним страхуванням (ДМС). Сегмент ДМС в Україні залишається незначним, складаючи всього близько 2–3% від загального ринку страхових послуг. Основними його користувачами є великі корпоративні структури, які оформлюють колективні страхові договори для своїх співробітників. Водночас, масовий розвиток цього ринку стримується через недостатню довіру населення до страхових компаній.

Отже, перспективи розвитку вітчизняного медичного страхування тісно пов'язані з необхідністю впровадження системних реформ. Серед ключових напрямів - розширення обсягів державного фінансування галузі охорони здоров'я, підвищення прозорості діяльності страховиків, розгляд питання про запровадження обов'язкового медичного страхування, а також створення комплексної електронної системи моніторингу та контролю за якістю і кількістю наданих медичних послуг. Важливими чинниками є також інтеграція національної системи охорони здоров'я у європейський простір стандартів та активне залучення приватного капіталу в модернізацію медичної інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Третяк Д. Д. Сутність та соціально-економічне значення медичного страхування. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 12. С. 43–47.
2. Національна служба здоров'я України. Програма медичних гарантій 2025. - <https://nszu.gov.ua>

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

Загорулько Є.А., студ. 1м курсу ФЕІМ
Науковий керівник: доц. І. Д. Самошкіна
Сумський НАУ

Поняття "фінансове забезпечення діяльності підприємства" у широкому сенсі являє собою комплекс заходів та умов, спрямованих на підтримку сталого функціонування суб'єкта господарювання шляхом покриття поточних та капітальних витрат фінансовими ресурсами, обсяг яких корелює з масштабами виробництва та фінансовим станом.

Реалізація фінансового забезпечення традиційно здійснюється через три основні канали: самофінансування (власні ресурси), кредитування (позикові ресурси), зовнішнє фінансування (залучені ресурси). Даний розподіл підкреслює традиційний підхід до формування фінансових джерел господарюючих суб'єктів [1].

Ключовою умовою ефективної діяльності підприємств є дотримання принципу самофінансування, що передбачає фінансове та інвестиційне забезпечення діяльності за рахунок власних та прирівняних до власних ресурсів.

Втім, аналіз наукової літератури та практичної діяльності свідчить про недостатньо чітке розмежування економічної сутності ресурсів, які відносяться до самофінансування.

З метою забезпечення методологічної точності, при дослідженні самофінансування доцільно акцентувати увагу на власних фінансових ресурсах, включаючи: ресурси, отримані на безповоротній основі: кошти холдингових, акціонерних товариств; бюджетні асигнування; кошти фондів підтримки підприємництва; інвестиції, надані у формі: фінансової або іншої участі у статутному капіталі; прямих грошових вкладень.

Такі суми не підлягають поверненню, а суб'єкти, які їх надали, зазвичай беруть участь у розподілі доходів підприємства на правах пайової власності.

До прирівняних до власних ресурсів можуть бути віднесені: стала кредиторська заборгованість (стійкі пасиви), характерна для діючих підприємств; інвестиції, надані для здійснення спільної діяльності без створення юридичної особи, що передбачає участь у доходах без права пайової власності у статутному капіталі.

Позиковий капітал підприємства формується за рахунок різних форм позикових коштів на умовах повернення, зокрема: кредити банків та іноземних інвесторів; облігаційні займи; кошти інших інституціональних інвесторів (інвестиційних фондів, страхових компаній, пенсійного фонду).

Ці кошти є рефінансованими та підлягають поверненню у встановлені терміни та з визначеними відсотками. Суб'єкти, що їх надають, не беруть участі у доходах підприємства.

Для оцінювання фінансової стійкості підприємства рекомендовано використовувати комплекс коефіцієнтів [2], що включає: коефіцієнти фінансової гнучкості (адаптивності), коефіцієнти фінансової стабільності, коефіцієнти платоспроможності та інвестиційного потенціалу, середній рівень фінансової стійкості, що характеризується збалансованою структурою активів і пасивів, належною поточною фінансовою гнучкістю та стабільністю, платоспроможністю та прийнятним потенціалом інвестиційного розвитку. При цьому, більшість фактичних значень фінансово-економічних показників моніторингу відповідають оптимальному (нормативному) рівню.

Недостатній рівень фінансової стійкості сигналізує про: дефіцит фінансових потужностей; високий рівень виробничих і комерційних витрат та ускладнення їх своєчасного поповнення; необхідність використання резервного та додаткового капіталу.

Високий рівень фінансового стану передбачає формування потужного економічного потенціалу та здатність суб'єкта господарювання підтримувати рівновагу активів і пасивів. Це гарантує постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість в межах допустимого рівня ризику.

Фінансова стабільність є внутрішнім параметром, що відображає забезпеченість запасів відповідними фондами та характеризує стан грошових ресурсів, які сприяють розвитку переважно за рахунок власних коштів при дотриманні своєчасного виконання зобов'язань, кредитоспроможності та мінімізації підприємницьких втрат.

Таким чином, комплексний підхід до фінансового забезпечення діяльності виробничого підприємства є запорукою його успішного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Бестужева, С. (2023). Теоретико-методичні аспекти вибору форми фінансового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Економіка та суспільство*, (47). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-60>
2. Даценко, А. (2024). Фінансове забезпечення підприємств в контексті сталого розвитку національної економіки. *Економіка та суспільство*, (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-61>

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

Сидоренко Н.А., студ. 1м. курсу ФЕіМ
Науковий керівник: проф. В.А. Борисова
Сумський НАУ

У сучасних умовах вітчизняні страхові компанії функціонують під впливом масштабних зовнішніх викликів та внутрішніх загроз, що детермінують деструктивний вплив на їх операційну діяльність та потенціал сталого розвитку. Військовий конфлікт, соціально-політична нестабільність, макроекономічна криза, виражені приховані інфляційні процеси, редуція платоспроможного попиту населення та спад виробництва спричинили негативні мультиплікативні ефекти для всіх господарюючих суб'єктів, включно зі страховим сектором.

З огляду на економічну сутність страховиків як інститутів мінімізації ризиків для бізнесу та населення, рівень їхньої фінансової стійкості та безпеки є критично важливим для забезпечення фінансової безпеки клієнтів і стабільності страхового ринку в цілому [1].

Фінансова безпека країни є фундаментальним постулатом для діяльності регуляторних органів. Фінансова безпека страхового ринку є однією з ключових складових національної фінансової безпеки, формування якої безпосередньо залежить від фінансової спроможності самих страховиків.

Фінансова безпека страховика визначається як ступінь забезпеченості фінансовими ресурсами, які є достатніми для виконання зобов'язань перед клієнтами щодо відшкодування збитків, передбачених договорами та забезпечення ефективної функціональної діяльності. Її рівень корелює із забезпеченістю фінансовими ресурсами та якістю організації фінансового менеджменту, що є базисом для фінансової стійкості страхової компанії.

Оскільки страховики не можуть бути індиферентно стійкими до всіх ризикових факторів, їхня фінансова безпека залежить від ефективності управління ризиками, що визначають фінансову стійкість.

Фінансова стійкість страховика не є абсолютною і не може забезпечувати імунітет проти всіх загрозливих чинників. Відповідно, рівень фінансової безпеки страхової організації прямо пропорційний комплексу визначальних факторів, які ефективно нівелюють ризики та підтримують її стійкість.

Зовнішні фактори: Спричинені зовнішнім середовищем. До них належать: макроекономічна, соціальна, політична та екологічна кон'юнктура, кризові явища на світових фінансових ринках, конвергентні процеси, а також зниження платоспроможного попиту з боку населення та суб'єктів господарювання.

Внутрішні фактори: Регулюються діяльністю самого страховика. До них відносять: розмір власного капіталу, тарифна та інвестиційна політика, збалансованість страхового портфеля, стратегія розподілу прибутку, організаційна структура та фінансова стійкість засновників.

В умовах воєнного стану Національний банк України пріоритетно зосередився на стабілізації банківського сектору, який є ключовою складовою фінансової системи, тоді як діяльність страхових компаній залишилася без належної уваги та системної підтримки.

Страховий сектор зіткнувся із значним падінням попиту на послуги внаслідок погіршення загальнооекономічної ситуації та скорочення доходів економічних суб'єктів [2]. Стандартні страхові договори не покривають ризиків, пов'язаних із військовими діями, що у поєднанні зі зниженням платоспроможності клієнтів призводить до відмови від страхових послуг на користь першочергових потреб.

Керівництво великих страхових компаній зазначає, що регуляторні кроки НБУ (зокрема, додаткові вимоги до майнового стану власників, ліцензійних умов, корпоративного управління) необґрунтовано посилили тиск на страховиків. Це спричиняє зменшення прибутковості та знижує інтерес власників до бізнесу, що генерує високі ризики при низькій дивідендній віддачі.

Попри те, що збитки від військових дій зазвичай не є страховими випадками, окремі страхові компанії демонструють соціальну відповідальність, приймаючи рішення про виплату компенсацій за шкоду, завдану цивільним об'єктам.

Таким чином, вітчизняні страховики функціонують в умовах неготовності до гібридних внутрішніх і зовнішніх загроз, що погіршує рівень їхньої фінансової безпеки. Фінансова безпека страхових компаній є життєво необхідною складовою фінансової безпеки страхового ринку та держави. Важливість діяльності страхових компаній у ринковій економіці вимагає пріоритетного управління власними фінансами та страховими резервами як запоруки фінансової безпеки. Успішна трансформація страхового ринку України залежить від консолідованої взаємодії страхового бізнесу та держави.

Літературні джерела:

1. Гладчук, О. (2023). Фінансова безпека українських страхових компаній у сучасних реаліях. *Економіка та суспільство*, (55). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-40>
2. Ситник, Н., Михайлюк, М. (2023). Загрози та ризики фінансової безпеки страхового ринку України в умовах війни. *Молодий вчений*, 5 (117), 169-173. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-5-117-33>

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Котенко А.В., студ. 2 курсу ФЕіМ
Науковий керівник: доц. І.Д. Самошкіна
Сумський НАУ

Автострахування є невід'ємною складовою сучасної фінансової системи, що забезпечує компенсацію збитків учасникам дорожнього руху. Автострахування є комплексним захистом для широкого спектра транспортних засобів, включаючи легкові та вантажні автомобілі, мотоцикли, автобуси, а також водний транспорт (катери, човни). Транспортне страхування охоплює кілька ключових напрямків: захист від збитків: страхування КАСКО покриває пошкодження або повну втрату транспортного засобу; захист відповідальності: страхування цивільної відповідальності (як-от ОСЦПВ) покриває шкоду, заподіяну третім особам (майно, здоров'я); захист осіб: покриття включає страхування водіїв та пасажирів від тілесних ушкоджень, медичних витрат, а також страхування на випадок смерті внаслідок ДТП.

Вартість (тарифи) автострахування формується індивідуально і залежить від низки чинників, таких як: марка, модель та вартість транспортного засобу, рік випуску, досвід водія (стаж), обране страхове покриття, розмір франшизи, а також умови договору (період дії, форма оплати та амортизаційний знос).

За останні роки український страховий ринок демонструє поступову цифрову трансформацію, яка проявляється у впровадженні онлайн-полісів, використанні електронних баз даних та мобільних застосунків для врегулювання страхових випадків.

Незважаючи на розвиток ринку автострахування, частка добровільного страхування залишається низькою через економічні труднощі населення, недовіру до страхових компаній і складну процедуру врегулювання збитків.

У першому кварталі 2025 року ринок ризикового страхування продемонстрував стійке зростання страхових премій (+18% кв/кв, +46% р/р), переважно за рахунок транспортного страхування. Найбільший внесок у цей результат забезпечило ОСЦПВ, чії премії зросли на 38% кв/кв. Це зростання стало прямим наслідком законодавчих змін, які призвели до здорожчання страхових полісів. Премії за КАСКО також показали вагомий позитивну динаміку, збільшившись на 25% кв/кв. Натомість, сегмент "Зеленої картки" зіткнувся з труднощами: незважаючи на квартальне зростання (+7%), річний показник (порівняно з 2024 роком) знизився на 6%. Причина - обмеження ЄС щодо перебування українських автомобілів, що стимулювало власників купувати страхові поліси європейських компаній. За цей же період загальні резерви збитків ризикових страховиків зросли на 7% кв/кв (18% р/р), що було значною мірою спричинено зростанням ризиків за полісами ОСЦПВ та "Зеленої картки" [1].

Період воєнного стану став серйозним викликом для страхової галузі. Багато компаній були змушені оптимізувати роботу, частково згорнути регіональні офіси та перевести обслуговування клієнтів у дистанційний формат. Значна кількість транспортних засобів була пошкоджена або знищена внаслідок бойових дій, що призвело до збільшення обсягів страхових виплат та зміни пріоритетів ринку [2].

Сьогодні українські страхові компанії починають співпрацювати з європейськими партнерами, переймаючи міжнародний досвід управління ризиками та впроваджуючи стандарти прозорої звітності. Поступове узгодження національного законодавства з європейськими нормами створює передумови для інтеграції України у спільний страховий простір ЄС. Це, своєю чергою, сприятиме підвищенню якості послуг і зростанню довіри споживачів.

Подальший розвиток автострахування в Україні потребує реформування системи контролю за діяльністю страховиків, спрощення процедури врегулювання збитків та підвищення рівня фінансової грамотності громадян.

Окремо варто відзначити роль цифрових платформ і дистанційних сервісів у підвищенні доступності страхових продуктів. Сучасні технології дозволяють клієнтам швидко отримати консультації, оформити поліс і відстежувати статус врегулювання збитків онлайн, що підвищує ефективність і прозорість ринку.

Отже, автострахування в Україні проходить етап глибоких трансформацій, зумовлених як зовнішніми, так і внутрішніми факторами. В умовах війни та економічної нестабільності галузь демонструє здатність до адаптації, що свідчить про її потенціал і важливість для фінансової системи країни. Удосконалення правового поля, посилення державного контролю та розширення цифрових сервісів стануть ключовими умовами сталого розвитку та підвищення ефективності ринку автострахування в Україні.

Список використаних джерел:

1. Огляд небанківського фінансового сектору. Національний банк України. URL: <https://forinsurer.com/files/file00771.pdf>
2. Костогриз В.Г., Гаряга А.О. Автотранспортне страхування в Україні в період дії воєнного стану. *Інвестиції: практика та досвід*. №3. 2025. С. 85-91.

ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ДОМОГОСПОДАРСТВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН

Петленко А.Ю., студ., 4. курсу, ФБС 2301ст
Науковий керівник: проф. М.М. Геєнко
Сумський СНАУ

У сучасному нестабільному світі, де панують стрімка цифровізація, глобальні економічні кризи та соціальні потрясіння (включно з війнами), фінансова стійкість кожної родини набуває життєво важливого значення. Ця стійкість означає здатність домогосподарства витримувати фінансові удари, швидко пристосовуватися до мінливих економічних реалій та забезпечувати собі тривалий добробут.

Головним інструментом для досягнення такої стійкості є фінансова грамотність – поєднання знань, умінь та поведінкових установок, які дозволяють людям приймати зважені фінансові рішення й ефективно керувати своїми грошима. В епоху докорінних змін, коли фінансовий ринок пропонує все складніші продукти, а інформації занадто багато, низький рівень фінансової обізнаності становить пряму загрозу як для сімейного бюджету, так і для загальної економічної безпеки країни [1].

Сучасні зміни кидають нові виклики для фінансово невідготтовлених родин.

По-перше, цифрова революція (FinTech, онлайн-банкінг, криптовалюти) вимагає розуміння нових технологій, правил цифрової безпеки та вміння оцінювати ризики інвестування. Без цих знань людина або відчувається від сучасних фінансових послуг, або стає легкою жертвою шахраїв.

По-друге, економічна нестабільність, спричинена кризами та конфліктами, призводить до непередбачуваної волатильності доходів та інфляції. Фінансова грамотність дає можливість сім'ям швидко коригувати свої витрати, накопичувати резерви та обирати надійні способи заощадження.

По-третє, складність фінансових пропозицій (кредити, страхування, пенсійні фонди) може збити з пантелику. Незнання справжніх умов договорів, прихованих комісій чи ефективних ставок часто обертається надмірними боргами та втратою накопичень [3].

Фінансова стійкість родини прямо залежить від володіння ключовими фінансовими навичками:

1. планування бюджету та контроль за витратами. Уміння точно обліковувати грошові надходження та витрати, планувати майбутні фінансові потоки та забезпечувати, щоб доходи завжди перевищували витрати, є фундаментом стійкості. Грамотний бюджет дозволяє уникати імпульсивних покупок, раціонально розподіляти кошти і вчасно виявляти, куди "витікають" гроші;

2. накопичення та створення резервів. В умовах непевності критично важливо мати фінансову подушку безпеки – суму, достатню для покриття обов'язкових витрат протягом 3–6 місяців. Фінансова обізнаність допомагає сформувати звичку регулярно відкладати кошти та обирати для їх зберігання безпечні й ліквідні інструменти (як-от банківські депозити чи державні облігації);

3. відповідальне управління боргами. Правильне використання кредитів передбачає чітке розуміння реальної вартості позики, об'єктивну оцінку здатності родини її виплачувати та пріоритизацію погашення найбільш "дорогих" (з високою ставкою) боргів. Фінансово грамотні люди уникають мікропозик та непосильних боргових зобов'язань, зберігаючи свою фінансову свободу;

4. Оцінка ризиків та страхування. З огляду на зростання непередбачуваності фінансова грамотність вимагає вміння оцінювати потенційні ризики та використовувати страхові інструменти (страхування здоров'я, майна) для захисту сімейного капіталу від серйозних, катастрофічних втрат [2].

Фінансова грамотність є не просто набором теоретичних знань, а критичною життєвою навичкою, яка визначає здатність домогосподарства вистояти у вирі трансформаційних економічних та соціальних змін. Вона є головним неціновим активом сім'ї, що конвертується у фінансову стійкість, захист від шахрайства та можливість досягнення довгострокових життєвих цілей. Інвестиції у фінансову освіту населення – це пряма інвестиція у національну економічну стабільність та соціальний добробут.

Отже, фінансова грамотність є критичним неціновим активом домогосподарств, що слугує головним захисним механізмом в умовах прискорених економічних, цифрових та геополітичних трансформацій. Володіння навичками бюджетування, заощадження та відповідального управління боргом дозволяє сім'ям адаптуватися до шоків і запобігати надмірному борговому навантаженню. Таким чином, інвестиції у підвищення фінансової обізнаності населення є прямою інвестицією у стійкість добробуту окремих громадян та стабільність національної економічної системи загалом.

Література

1. Колєватова А. В., Кондрацька К. В. Роль та значення фінансів домогосподарств у ринковій економіці. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2019. № 18. С. 55-60.
2. Колобердянко І., Золотова Х. Заощадження домогосподарств як чинник стійкості економіки держави. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2022. №3 (27). С. 211–217.
3. Македон Г. М. Витрати домогосподарств регіонів України: факторний аналіз. Економіка. Фінанси. Право. 2020. № 1. С. 14-17.

CREDIT: DEFINITION, FORMS, AND INSTRUMENTS

Кононенко М.А., студ., 4. курсу, ФБС 2301ст

Науковий керівник: проф. М.М. Геєнко

Сумський СНАУ

Credit is fundamentally a contractual arrangement by which a borrower obtains something of value now and agrees to repay it later (usually with interest). In economic terms, credit can be defined as “the provision of funds or commodities (goods or services) on terms of subsequent return, including payment of interest”. This definition emphasizes that credit involves a deferred repayment and often an interest payment, distinguishing it from a simple sale. The *economic essence* of credit lies in its role as a vehicle for reallocating resources over time: by monetizing trust and expected future payment, credit allows parties with temporary surplus funds to lend to those with current deficits. Historically, credit emerged to bridge imbalances of income and stimulate investment. In effect, credit internalizes time-based trade: borrowers enjoy immediate access to goods, services, or capital, while lenders earn compensation (interest) for the delay in repayment.

Credit performs several key functions in the economy. On a macroeconomic level, the credit market allocates and concentrates capital, channeling savings from lenders to productive uses. In other words, by gathering scattered savings, credit supports investment and economic growth. A primary redistributive function of credit is to reallocate resources from those with temporary surpluses to those facing deficits. In practical terms, this means banks and financial markets move funds from savers to borrowers in industry or commerce. Another major function is medium-of-exchange substitution: credit instruments (checks, cards, drafts, etc.) allow transactions to occur without cash, facilitating a largely cashless economy. For example, checks or wire transfers replace physical money in payments. Credit also supports trade and commerce (especially international trade) by providing finance at points of sale and delivery. For instance, instruments like letters of credit enable exporters and importers to transact confidently across borders. Finally, credit smooths consumption and investment over time: households can purchase homes or durable goods via loans, and firms can finance capital projects without immediate revenue.

Key functions include:

- 1) Capital allocation. Channeling savings to productive investment, thereby accelerating capital accumulation.
- 2) Redistribution of funds. Moving surplus resources from some agents to cover others' temporary needs.
- 3) Facilitating transactions. Acting as a substitute for cash so that commerce (domestic and international) can proceed efficiently without physical money.
- 4) Trade and growth promotion. Enabling larger-scale and cross-border trade through credit financing (e.g. trade credit, letters of credit) and supporting technological/industrial development by funding projects.

Lending must adhere to fundamental principles to ensure credit is safe and effective. These principles include:

1) Repayment (Covenant of Return). A fundamental principle is that all credit must ultimately be repaid. That is, “*the loan must be returned by the borrower*”. This underscores the borrower's obligation to honor the debt.

2) Security (Collateral Requirement). Credit should, where possible, be secured by collateral or guarantees. The *principle of security* gives the lender a right to protect its interests and avoid losses if the borrower defaults. For example, banks commonly require pledges of property or other assets so they can recoup funds in case of non-payment.

3) Payment (Interest/Paid Usage). Credit is not free – borrowers must pay for the use of funds. The *principle of paidness* dictates that loans carry a cost (interest) that compensates the lender. In other words, credit “must bring income to the creditor in the form of interest”[4]. Charging interest aligns the lender's revenue with the risk and opportunity cost of lending.

4) Purpose (Target Orientation). Loans must be used only for the intended, agreed-upon purpose. This *targetness* principle ensures funds are applied to productive or pre-approved ends, preserving the loan's economic rationale. (For example, a mortgage loan must be used to buy property, not for unrelated consumption.)

5) Timeliness and Terms. Credit is extended for a specified period (term). Lenders match loan maturities to borrowers' cash-flow needs (e.g., short-term loans for inventory, long-term loans for capital assets). If repayment is delayed, loans may bear higher interest or be considered overdue.

These principles repayment, collateral, interest, purpose, and appropriate term – are ingrained in sound credit practice. They serve to balance the goals of credit provision (e.g. economic development) with prudent risk management for lenders.

Credits may also be sector-specific: for instance, agricultural credit, industrial credit, consumer credit, housing credit, etc., reflecting the borrower's industry or use. Another view is by purpose: credits can be production (investment) or consumer. Typically, most credit is allocated to production (business investment and trade), but households also receive consumer credit (loans for durable goods or mortgages).

СТРАТЕГІЯ ДОВГОСТРОКОВОГО ІНВЕСТУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ДЕРЕВООБРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Молодан І.В., студ., ФЕІМ 2м курсу
Науковий керівник: проф. С.М. Фролов
Сумський СНАУ

Деревообробна промисловість посідає важливе місце в економіці України, забезпечуючи формування валової доданої вартості, робочих місць, валютних надходжень та розвитку інфраструктури в регіонах, багатих на лісові ресурси. Попит на екологічні деревні матеріали у світовій економіці невпинно зростає, що пов'язано з посиленням екологічної політики Європейського Союзу, зрушенням до декарбонізації будівельної галузі, розширенням виробництва CLT- та GLT-панелей, зростанням ринку біоенергетики, а також посиленням контролю за нелегальним вирубуванням лісів та незаконним обігом деревини на глобальному рівні.

Для України, яка орієнтована на інтеграцію у європейський економічний простір та відновлення економіки після масштабних руйнувань інфраструктури, розвиток деревообробної промисловості стає одним з ключових напрямів економічного зростання, особливо у контексті реконструкції житлового фонду, створення нових промислових кластерів та збільшення експорту продукції з високою доданою вартістю.

Водночас деревообробні підприємства стикаються з викликами: технологічне відставання значної частини виробництв, нестача інвестиційного капіталу, високі ризики логістики, дефіцит кваліфікованих кадрів, посилення регуляторних обмежень щодо сертифікації походження деревини, зростання енергетичних витрат та конкуренція з боку виробників ЄС, Туреччини та країн Азії.

Ці умови обумовлюють необхідність розроблення довгострокової інвестиційної стратегії, яка здатна забезпечити технологічне переозброєння підприємств, підвищення їхньої конкурентоспроможності на міжнародних ринках, зменшення екологічних ризиків та формування інноваційних переваг.

Довгострокове інвестування охоплює вкладення капіталу у активи, використання яких забезпечує формування економічних вигод протягом тривалого періоду (понад 5–7 років). У деревообробній промисловості довгострокові інвестиції охоплюють:

- модернізацію та відтворення техніко-технологічної бази;
- впровадження високотехнологічної переробки деревини;
- цифровізацію виробничих та логістичних процесів;
- розвиток експортних каналів та системи міжнародної сертифікації;
- енергоефективність та зниження ресурсомісткості виробництва;
- формування нових бізнес-моделей на принципах економіки замкненого циклу.

Стратегія довгострокового інвестування розглядається як інтегрована система управлінських рішень, спрямованих на забезпечення сталого зростання вартості підприємства, його рентабельності та конкурентоспроможності за рахунок ефективного розподілу інвестиційних ресурсів.

Передумови, що сприяють інвестуванню:

- наявність значного лісового потенціалу у Карпатському та Поліському регіонах;
- формування ринку "зеленого" будівництва в ЄС, Скандинавії, Великій Британії;
- розвиток біоенергетики та попит на пелети, брикети, паливо з деревини;
- можливість залучення фінансування ЄБРР, ЄІБ, USAID, GIZ, NEFCO;
- відбудова України на принципах сталого домобудівництва.

Ключові інвестиційні ризики:

- загрози нелегальної вирубки та тінізації сировинного ринку;
- залежність від міжнародної логістики в умовах війни;
- недосконалість системи лісового обліку;
- недостатній рівень технологічної готовності підприємств до глибокої переробки.

Таким чином, стратегія довгострокового інвестування розвитку деревообробних підприємств України повинна базуватися на поєднанні економічної, технологічної та екологічної модернізації, інтеграції у європейські ланцюги доданої вартості, формуванні інноваційних бізнес-моделей та залученні різноманітних джерел фінансового забезпечення.

Реалізація запропонованої стратегії сприятиме:

- підвищенню конкурентоспроможності української деревообробної продукції;
- формуванню стійких експортних позицій України на глобальних ринках;
- розвитку зеленої економіки та енергетичної незалежності;
- зростанню зайнятості та регіонального економічного потенціалу;
- зміцненню економічних передумов повоєнної відбудови країни.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ІНВЕСТУВАННЯ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО ТВАРИННИЦТВА У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Клименко М.М., аспірант 2 курсу, спец. «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»
Науковий керівник: проф. В.А. Борисова
Сумський НАУ

Сільське господарство в Україні є ключовою галуззю національної економіки, яка забезпечує продовольчу безпеку країни, формує значну частину валютної виручки за рахунок експорту та забезпечує робочі місця серед сільської місцевості. Молочне тваринництво посідає важливе місце у структурі аграрного сектору. Молоко та молочні продукти є основними продуктами харчування людини, які є незамінними для підтримки здоров'я та життєдіяльності громадян. Наявність молочно-товарних ферм забезпечує не тільки наявність харчових продуктів на внутрішньому ринку, але й забезпечує соціально-економічний розвиток сільських територій, створюючи робочі місця і доходи населення.

Під продовольчою стабільністю можна розуміти наявність стабільного доступу кожного громадянина до якісних, безпечних і поживних харчових продуктів. У даному сенсі слід розглядати молочне тваринництво стратегічною складовою, адже сама ця галузь може забезпечити країну продукцією високої якості власного виробництва. Проте, споживання молочної продукції українців значно менше від необхідної норми. Міністерства аграрної політики, споживання молока українцями становить менше 200 кг на душу населення при рекомендованій нормі близько 380 кг [1]. Це свідчить про те, що внутрішнє виробництво не повністю задовольняє потреби населення, а отже, існує необхідність нарощування обсягів виробництва, модернізації галузі та підвищення її ефективності, що потребує інвестування у галузь. Для молочного тваринництва ефективність інвестицій слід розглядати у довгостроковій перспективі, тобто інвестування у дану галузь є стратегічним. Стратегічні інвестиції це інвестиції довготривалого характеру, які служать для реалізації стратегічних цілей підприємства або організації. Цілі можуть бути різними, але головною стратегічною метою підприємства є його збереження і зміцнення позицій на ринку [2]. До основних напрямків стратегічного інвестування можемо віднести:

1. Модернізація виробничих потужностей. Даний напрямок включає інвестування у сучасні доїльні зали, обладнання для зберігання молочної сировини, закупівлю автоматизованого обладнання для доїння та поліпшення утримання тварин, тощо. Також до даної напрямку інвестицій слід включити обладнання для систем контролю здоров'я та продуктивності тварин. Дані інвестиції дозволять підвищити ефективність виробництва молочної продукції, зменшити втрати як продукції, так і біологічних активів та підвищити якість продукції.

2. Інвестування у генетичний потенціал. Даний напрямок включає запровадження штучного осіменіння високоякісним генетичним матеріалом та закупівлю високопродуктивного поголів'я. Це дозволить збільшити обсяги виробництва молока на голову і, відповідно, збільшити валовий обсяг виробництва молочної сировини вже на існуючих виробничих потужностях.

3. Розвиток кормової бази. Даний напрямок включає інвестування у розвиток власних кормових заводів для виробництва необхідних видів комбікормів та забезпечення достатньої кількості кормосховищ для зберігання грубих кормів (силосу, сінажу, тощо). Це забезпечить високоякісну годівлю протягом року, що в свою чергу, підвищить надої та якість молока, і збільшить рентабельність виробництва.

4. Інвестування у енергонезалежність. Даний напрямок передбачає інвестування у власні джерела енергії, такі як сонячні панелі, біогазові установки. Це дасть можливість молочним фермам зменшити собівартість виробництва молока і мати енергетичну незалежність від зовнішніх кризових явищ. Крім економічної вигоди даний напрямок інвестування також зменшує екологічне навантаження та створює «зелені» робочі місця.

Державна політика має бути спрямована на стимулювання інвестицій у молочне виробництво, розвиток кредитно-фінансових інструментів, пільгове оподаткування, підтримку експорту продукції з високою доданою вартістю. Ефективна реалізація таких заходів сприятиме збільшенню виробництва молока, підвищенню його якості та розширенню ринків збуту. Це, у свою чергу, зміцнить продовольчу стабільність держави, зменшить залежність від імпорту та забезпечить стабільність внутрішнього ринку.

Молочне тваринництво є не лише важливою складовою аграрного комплексу, а й стратегічним елементом продовольчої стабільності України. Комплексне стратегічне інвестування у модернізацію потужностей, генетику, кормову базу та енергонезалежність забезпечить підвищення продуктивності та якості молока, зростання економічної ефективності галузі, стабільність виробництва та розвиток соціальної інфраструктури у сільських регіонах, одночасно зміцнюючи продовольчу безпеку та конкурентоспроможність України на міжнародному ринку.

Список використаних джерел:

1. Укрінформ. 2024. Електронний ресурс. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3926781-u-minagropolitiki-rozpovili-skilki-moloka-spozivaut-ukrainci.html> (дата звернення: 09.11.2025).

ВПЛИВ ОСОБЛИВОСТЕЙ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ТА СИСТЕМУ ЙОГО ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ

Мараховський М.В., аспірант 2 курсу, спец. «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»

Науковий керівник: проф. М.М. Геєнко
Сумський НАУ

Сільське господарство традиційно відіграє ключову роль в українській економіці, забезпечуючи продовольчу безпеку, формуючи значну частку валютних надходжень та виступаючи основою розвитку сільських територій. Проте його функціонування має низку специфічних особливостей, які формують унікальні вимоги до системи фінансового забезпечення. Українське агровиробництво залежить від природно-кліматичних умов, цінової волатильності, сезонності виробництва та структурної неоднорідності господарств, а тому потребує застосування особливих фінансових інструментів та механізмів.

Хочемо відмітити, що однією з ключових особливостей є високий рівень ризиковості. Погодні катаклізми, зміна клімату, зростання частоти посух, а також поширення шкідників і хвороб рослин створюють значну невизначеність. Через це аграрії стикаються з труднощами прогнозування доходів та планування витрат. Відповідно, фінансові установи обережно ставляться до кредитування, що зумовлює високі ставки, жорсткі вимоги до застави та обмежений доступ малих і середніх фермерів до позикових ресурсів.

Крім того, сезонність виробництва формує нерівномірність грошових потоків. Протягом року аграрні підприємства мають значні потреби у фінансуванні під час посівної та збиральної кампаній, але отримують виручку лише після продажу продукції. Це потребує коротко- та середньострокових кредитних ресурсів, пільгових програм підтримки або ж застосування спеціалізованих фінансових продуктів, як-от аграрні розписки, факторинг під майбутній урожай чи форвардні програми. Без таких інструментів аграрії вимушені працювати з касовими розривами та обмежувати інвестиції в оновлення техніки чи технологій.

Також і структурна різномірність аграрного сектору України впливає на модель його фінансування. Великий агробізнес має кращий доступ до банківського кредитування, міжнародних ринків капіталу, страхових інструментів і державної підтримки. Натомість малі та середні фермерські господарства часто позбавлені можливостей для довгострокового інвестування, оновлення інфраструктури, запровадження інновацій чи переходу на екологічно сталі моделі виробництва. Така нерівність знижує загальну конкурентоспроможність сектору та консервує його проблеми.

Окреме значення має інституційне середовище. Попри останні реформи, система агрострахування в Україні залишається недостатньо розвиненою, адже охоплює лише малу частку посівних площ. Це створює додаткові ризики для банків, що фінансують аграрний сектор, і веде до підвищення вартості кредитів. Запуск ринку землі у 2021 році відкрив нові можливості, але водночас поставив перед фінансовою системою нові виклики – потребу у створенні довгострокових земельних кредитів, інструментів оцінки земельних активів, системи земельних іпотек та спеціалізованих фінансових інститутів.

Міжнародна кон'юнктура також справляє вагомий вплив. Українські аграрні підприємства сильно залежать від глобальних цін на зерно, олійні, мінеральні добрива та пальне. Зміни на світових ринках одразу впливають на їхню ліквідність та здатність обслуговувати кредити. Додатково, воєнні дії та руйнування логістики створили безпрецедентні виклики для фінансування експорту, страхування ризиків перевезень та доступу до зовнішніх ринків.

Проте, на нашу думку, всі ці особливості відійшли на другий план, оскільки воєнний стан в Україні, особливо на прифронтових територіях, кардинально змінив умови ведення аграрного виробництва та сформував нову конфігурацію фінансових потреб, ризиків і механізмів підтримки. Сільське господарство на цих територіях стало одночасно стратегічною галуззю, що забезпечує продовольчу безпеку країни, та однією з найбільш вразливих сфер економіки. Особливості фінансового забезпечення тут визначаються високою невизначеністю, логістичними труднощами, ризиками для життя та майна, а також частковою або повною руйнацією інфраструктури. Модель фінансової підтримки в умовах дій воєнного стану повинна базуватися на державних гарантіях, міжнародних грантах, гуманітарній та технічній допомозі, спеціалізованих програмах для відновлення.

Саме комплексна участь держави, донорів та інноваційних цифрових рішень дозволяє аграріям прифронтових територій продовжувати роботу, зберігати виробництво та робити внесок у продовольчу безпеку України навіть в умовах війни.

Таким чином, розбудова ефективної системи фінансового забезпечення є важливою передумовою для трансформації українського сільського господарства в інноваційний, сталий і продуктивний сектор економіки, здатний забезпечувати розвиток держави та продовольчу безпеку на глобальному рівні.

ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ПРОЕКТУ З РОЗРОБКИ ІТ-СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ РОБОЧИХ МІСЦЬ

Дубінчин В. С., студ. 2м курсу ФЕіМ, спец. 126 «Інформаційні системи та технології»
Наукова керівниця: доц. Ю.О. Руденко
Сумський НАУ

Сучасна цифрова трансформація державного сектору вимагає впровадження інформаційних технологій, здатних забезпечити стабільну працездатність комп'ютеризованих робочих місць та ефективний моніторинг їх технічного стану. Одним із ключових аспектів упровадження таких систем є оцінювання вартості проекту, що передбачає визначення структури витрат на всіх етапах його життєвого циклу.

Як зазначають автори праці [1] їх реалізації, оскільки недооцінка окремих статей витрат призводить до дефіциту фінансування на етапі впровадження. Н.Потриваєва наголошує, що в умовах бюджетних обмежень державні установи мають приділяти особливу увагу розрахунку повної вартості володіння ІТ-системою, враховуючи не лише розробку, а й технічну підтримку, навчання персоналу та оновлення програмного забезпечення [2].

Згідно з сучасними підходами до управління ІТ-проектами, оцінювання вартості доцільно здійснювати на основі методики повного життєвого циклу (Life Cycle Costing, LCC), яка передбачає комплексний облік витрат від етапу проектування до виведення системи з експлуатації [3]. Цей підхід дозволяє визначити не лише початкові інвестиції, але й прогнозувати витрати на подальше обслуговування та модернізацію програмного продукту.

На практиці зазначену методику можна продемонструвати на прикладі оцінювання вартості проекту розробки ІТ-системи контролю працездатності комп'ютеризованих робочих місць для Управління Державної казначейської служби України у Шосткинському районі Сумської області. Проект передбачає створення системи моніторингу 35 робочих станцій, що забезпечують фінансово-бюджетне обслуговування місцевих установ. До основних етапів проекту належать аналіз існуючої ІТ-інфраструктури, розробка технічного завдання, програмування модулів моніторингу, налаштування серверної частини, впровадження системи та навчання персоналу.

Загальні витрати на реалізацію такого проекту включають оплату праці розробників, витрати на технічне забезпечення, ліцензійні збори за використання програмних компонентів, навчання користувачів і витрати на технічну підтримку протягом п'яти років експлуатації. За попередніми розрахунками, сумарна вартість становить близько 300 тис. грн. При цьому близько 40 % витрат припадає на етап розробки та тестування, 30 % - на впровадження й інтеграцію системи, решта - на навчання персоналу й технічне обслуговування.

Доцільність таких інвестицій визначається очікуваним економічним ефектом - зниженням простоїв обладнання, зменшенням кількості технічних збоїв і підвищенням продуктивності працівників [3]. У випадку Шосткинського управління очікується скорочення витрат на технічне обслуговування комп'ютерної техніки приблизно на 15% щорічно, а окупність проекту прогнозується протягом двох-трьох років.

Варта зазначити, що впровадження розподілених систем моніторингу з використанням ІоТ-компонентів у державних установах є ключем до підвищення надійності інформаційної інфраструктури [4]. Отже, застосування запропонованої ІТ-системи контролю працездатності не лише оптимізує технічні процеси, але й створює передумови для більш ефективного управління ресурсами у сфері державних фінансів.

Таким чином, практичний досвід оцінювання вартості ІТ-проекту для Управління Державної казначейської служби України у Шосткинському районі демонструє ефективність методики LCC у державному секторі. Такий підхід забезпечує прозорість бюджетного планування, обґрунтованість інвестиційних рішень і стабільне функціонування ІТ-інфраструктури установи.

Список використаних джерел

1. Дзись О., Гайдей В. Перспективні напрями цифровізації аграрних підприємств. Економіка і суспільство. 2024.
2. Потриваєва Н. Цифровізація обліку сільськогосподарських підприємств: національний і міжнародний досвід. BS Agriculture. 2024.
3. Міллер Т. The IoT and AI in Agriculture: The Time Is Now. Sensors. 2025. Vol. 25(12).
4. Soussi A. Smart Sensors and Smart Data for Precision Agriculture: A Review. Sensors. 2024. Vol. 24(8).

КОМПЛЕКСНЕ ТЕСТУВАННЯ ТА НАЛАГОДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ

Дубінчин В. С., студ. 2м курсу ФЕіМ, спец. 126 «Інформаційні системи та технології»
Наукова керівниця: доц. Ю. О. Руденко
Сумський НАУ

Сучасні комп'ютерні системи є складними багаторівневими структурами, ефективність функціонування яких визначається не лише апаратними характеристиками, а й оптимальністю програмного забезпечення та алгоритмів взаємодії компонентів. У цьому контексті важливе значення має комплексне тестування та налагодження інформаційних технологій, призначених для оцінювання ефективності роботи таких систем [1].

Як зазначає І. О. Тарасенко [2], комплексне тестування — це процес системного аналізу функціонування інформаційної технології в умовах різних навантажень, який дозволяє виявити вузькі місця, визначити стабільність і продуктивність програмно-апаратного комплексу. На відміну від часткових методів перевірки, цей підхід передбачає використання інтегрованих інструментів для моделювання сценаріїв роботи, оцінки часу відгуку, пропускну здатності та ефективності використання ресурсів.

Під час тестування доцільно застосовувати модульний, системний і регресійний підходи, що забезпечують перевірку як окремих компонентів, так і взаємозв'язків між ними [3]. Важливим етапом є побудова метричної моделі ефективності, що дозволяє здійснювати кількісну оцінку результатів тестування за такими параметрами, як швидкодія, точність, відмовостійкість та енергоефективність [4].

На практиці ефективність комплексного тестування демонструє приклад реалізації системи оцінювання працездатності у Управлінні Державної казначейської служби України у Шосткинському районі Сумської області. Під час тестування цієї системи застосовувалися сценарії з різними навантаженнями на сервери, перевірялися алгоритми моніторингу робочих місць та точність збору аналітичних даних. Виявлені затримки у передачі даних були усунені шляхом оптимізації SQL-запитів та покращення асинхронних процедур обробки інформації. Налагодження дало змогу скоротити середній час відгуку системи на 18 %, що підтверджує ефективність застосування комплексного підходу до тестування.

Після завершення тестування здійснюється налагодження інформаційної технології, яке передбачає усунення дефектів, оптимізацію алгоритмів та вдосконалення механізмів моніторингу системних показників. Як підкреслює Мельник [4], використання автоматизованих засобів налагодження з елементами машинного навчання дозволяє підвищити точність локалізації помилок і скоротити час випробувань на 25–30 %.

Інтеграція процесів тестування та налагодження у загальну архітектуру управління якістю інформаційних технологій, за спостереженнями Романенка [7], створює основу для безперервного вдосконалення систем, підвищення їхньої надійності та адаптивності до змін середовища функціонування. Таким чином, комплексне тестування та налагодження є невід'ємною складовою розробки інформаційних технологій, орієнтованих на забезпечення стабільної та прогнозованої роботи комп'ютерних систем.

Список використаних джерел

1. Глушков В. М. Основи теорії складних систем. Київ: Наукова думка, 2019. 312 с.
2. Коваленко С. П. Методологічні аспекти тестування комп'ютерних систем. Системні дослідження та інформаційні технології. 2020. №1. С. 45–52.
3. Тарасенко І. О. Автоматизовані методи налагодження інформаційних технологій. Харків: ХНУРЕ, 2021. 268 с.
4. Мельник О. В. Критерії ефективності обчислювальних систем у процесі тестування. Інформаційні технології та комп'ютерна інженерія. 2022. №3. С. 22–29.
5. Романенко П. В. Інтегровані підходи до підвищення надійності програмно-апаратних комплексів. Львів: Видавництво ЛНУ, 2023. 198 с.
6. Романенко В. Управління якістю інформаційних технологій у процесі цифрової трансформації. Бізнес Інформ. 2025.
7. Офіційний сайт Управління Державної казначейської служби України у Шосткинському районі Сумської області. <https://sumy.treasury.gov.ua/>

ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**СПОСОБИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАДІЙНОСТІ ЕЛЕКТРИЧНОЇ МЕРЕЖІ**

Говенько С. В., студ. 1м курсу
Науковий керівник: доц. В.О. Кравченко
Сумський НАУ

Надійність електропостачання є однією з ключових характеристик ефективності функціонування енергосистеми, оскільки визначає її здатність безперервно та якісно забезпечувати споживачів електричною енергією. В умовах інтенсивного розвитку промисловості та аграрного виробництва, підвищення енергозалежності технологічних процесів і впровадження автоматизованих систем управління питання надійності набуває особливого значення. Збої або перерви в електропостачанні призводять до суттєвих економічних втрат, зниження продуктивності та навіть аварійного виходу обладнання з ладу.

Надійність електричних мереж визначається комплексом показників, серед яких основними є:

- тривалість і частота перерв у подачі електроенергії;
- коефіцієнт готовності системи;
- інтенсивність відмов;
- ймовірність безвідмовної роботи.

Для забезпечення стабільного функціонування мережі необхідно застосовувати як технічні, так і організаційно-технічні заходи. Перші спрямовані на вдосконалення конструкції й технічного стану елементів електричної мережі, другі – на підвищення ефективності управління, обслуговування та планування ремонтних робіт.

До технічних способів підвищення надійності належить застосування самонесучих ізольованих проводів (СІП), які знижують ризик коротких замикань та механічних пошкоджень, особливо у відкритих сільських мережах. Використання підземних кабельних ліній забезпечує більшу захищеність від погодних впливів і несанкціонованих підключень. Важливою складовою є автоматизація систем електропостачання, яка передбачає впровадження пристроїв автоматичного введення резерву (АВР), дистанційного керування та моніторингу параметрів мережі. Застосування АВР дозволяє зменшити час простою електроустановок із кількох годин до кількох секунд, що істотно підвищує безперервність живлення споживачів.

Окрім цього, ефективними є заходи зі збалансування навантаження, компенсації реактивної потужності та модернізації трансформаторного обладнання, що зменшують втрати електроенергії та стабілізують напругу в мережі. Впровадження світлодіодного освітлення також сприяє енергоощадності: у практиці господарств заміна традиційних ламп на LED-пристрої зменшує споживання електроенергії на десятки відсотків і забезпечує річну економію, яка перевищує початкові капіталовкладення вже протягом першого року експлуатації.

Організаційно-технічні способи включають удосконалення системи планово-попереджувальних ремонтів, підвищення кваліфікації персоналу, оптимізацію схем електропостачання, оперативний контроль за технічним станом обладнання. Значну роль відіграє регулярна діагностика трансформаторів, вимикачів та кабельних ліній, що дозволяє своєчасно виявляти потенційні відмови й запобігати аваріям.

Важливою складовою забезпечення надійності є економічна ефективність заходів. Так, розрахунки показують, що впровадження сучасних систем керування та резервування дозволяє підвищити коефіцієнт технічного використання мережі до 0,97, знизити експлуатаційні витрати та збільшити продуктивність праці на понад 30 %. Термін окупності таких інвестицій становить у середньому від одного до трьох років, що підтверджує їхню доцільність у довгостроковій перспективі.

Таким чином, забезпечення надійності електричної мережі потребує системного підходу, який поєднує технічні рішення, організаційне управління та економічну оптимізацію. Лише комплексне впровадження заходів із модернізації мережевої інфраструктури, автоматизації процесів та підвищення культури експлуатації дозволить створити ефективну, стійку й енергоощадну систему електропостачання, здатну відповідати викликам сучасної енергетики.

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ВИПЛАТ В ПЕРІОД СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ В УКРАЇНІ

Котко С.А., студ. 1 курсу ЮФ, спеціальність «Право»

Науковий керівник: доц. К.М. Горбачова

Сумський НАУ

На сьогоднішній день попри зусилля держави та партнерів, які підтримують економіку країни система соціальних виплат і гуманітарної підтримки залишається складною, фрагментованою й нерівномірною. Серед основних викликів можна виокремити кілька ключових. По-перше, це бюрократична складність процедур – значна кількість довідок, необхідність фізичної присутності для подання заяви або підтвердження статусу, що є практично неможливим для багатьох осіб у зонах бойових дій. По-друге, нестача фінансування: навіть за умови міжнародної допомоги, обсяг потреб перевищує бюджетні можливості. По-третє, відсутність єдиного реєстру отримувачів соціальної та гуманітарної допомоги створює ризики дублювання виплат, нецільового використання ресурсів та зловживань. По-четверте, нерівномірність доступу до допомоги у різних регіонах: мешканці прифронтових і тимчасово окупованих територій часто залишаються без реальної підтримки через обмежену логістику або відсутність безпечного доступу до державних сервісів. Нарешті, значна частина населення недостатньо поінформована про наявні програми допомоги, що знижує ефективність системи в цілому. Поряд із проблемами варто відзначити позитивні зрушення, які свідчать про поступову еволюцію системи соціальної підтримки. Серед них – розвиток електронного урядування, спрощення окремих процедур подання заяв, активна участь громадських організацій, волонтерських рухів та приватного сектору у наданні допомоги. Зростає рівень прозорості у розподілі міжнародної гуманітарної допомоги, поступово вдосконалюється нормативна база. Україна адаптує свої соціальні політики до європейських стандартів, зокрема у сфері соціальної інклюзії, захисту прав ВПО та захисту дітей, постраждалих від війни. Для підвищення ефективності системи соціальних виплат і гуманітарної підтримки доцільно вжити низку стратегічних заходів. Першочерговим завданням є створення єдиного національного реєстру отримувачів соціальної допомоги, що дозволить уникнути дублювання виплат і підвищить адресність. Необхідно забезпечити подальшу цифровізацію процесів, розвивати інтегровані платформи взаємодії між державними і недержавними структурами. Важливо змістити акцент із короткострокової гуманітарної підтримки на довгострокову соціальну інтеграцію постраждалих осіб. Це передбачає програми працевлаштування, професійного перенавчання, доступу до освіти, житлових кредитів і соціальних послуг на місцевому рівні. Особливу увагу слід приділити підготовці кадрів у сфері соціальної роботи – підвищенню кваліфікації фахівців, психологів, працівників центрів зайнятості та соціальних служб. Ключовим принципом має стати людиноцентричний підхід, який ставить у центр уваги конкретні потреби людини, а не формальні критерії належності до певної категорії. Це означає гнучкість системи, її здатність швидко реагувати на зміни ситуації, адаптуватися до нових викликів. Не менш важливо розвивати партнерство держави з громадянським суспільством і міжнародними структурами. Спільні програми, що поєднують ресурси різних сторін, демонструють значно кращі результати, ніж ізольовані ініціативи.

Отже, на підставі вищезазначеного, можна зробити висновок, що система соціальних виплат і гуманітарної підтримки постраждалих від війни є фундаментальним елементом соціальної політики України в умовах воєнного стану. Вона виконує не лише функцію матеріальної допомоги, але й сприяє збереженню соціальної єдності, відновленню довіри між державою і громадянами. Водночас її ефективність значною мірою залежить від здатності влади забезпечити прозорість, адресність і справедливості у розподілі ресурсів.

ЗМІСТ

ФАКУЛЬТЕТ АГРОЕХНОЛОГІЙ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Адамчик Є.В., Пономаренко М.О., Цибульник М.С. ВПЛИВ МІНЕРАЛЬНОГО ЖИВЛЕННЯ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ КУКУРУДЗИ	3
Базиль Д. В. ВПЛИВ УДОБРЕННЯ НА РІСТ, РОЗВИТОК ТА ВРОЖАЙНІСТЬ СОЇ.....	4
Білоха А.В., Личик Р.В., Сєвідов О.А. ЕФЕКТИВНІСТЬ КОНТРОЛЮ БУР'ЯНІВ ПРИ ВИРОЩУВАННІ КУКУРУДЗИ	5
Булиух М.Е. ЗАГРОЗА ВОЄННИХ ДІЙ ДЛЯ ВЕДЕННЯ ЗЕМЛЕРОБСТВА НА ЛАНАХ БІЛОПІЛЬЩИНИ.....	6
Гузенко С.В., Погорілий Є.В., Сєвідов О.А., Клімашевський В.С. АДАПТУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИ ВИРОЩУВАННЯ ПШЕНИЦІ	7
Даценко В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНОКУЛЯЦІЇ НАСІННЯ СОЇ.....	8
Дікунов М.В., Косенко В.М., Гоменко Д.В. АГРОТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНТРОЛЮ БУР'ЯНІВ ПРИ ВИРОЩУВАННІ ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР.....	9
Дорогокупля О.О. ВПЛИВ СТРОКІВ СІВБИ НА ПОЛЬОВУ СХОЖІСТЬ ТА ВИЖИВАНІСТЬ РОСЛИН СОЇ.....	10
Дорофеев О.П. ЕФЕКТИВНІСТЬ БЕЗПОЛИЦЕВИХ ОБРОБІТКІВ ГРУНТУ ПРИ ВИРОЩУВАННІ СОНЯШНИКУ В УМОВАХ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	11
Дрозденко В.С. АДАПТАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ ПШЕНИЦІ ОЗИМОЇ ДО КЛІМАТИЧНИХ УМОВ ЛІВОБЕРЕЖНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ	12
Зубко О.М. ВПЛИВ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ НА НАСІННЄВУ ПРОДУКТИВНІСТЬ СОЇ	13
Кадура В.О. НАУКОВЕ ОБГРУНТУВАННЯ ВПЛИВУ АГРОТЕХНІЧНИХ ЧИННИКІВ НА ФОРМУВАННЯ ВРОЖАЙНОСТІ РІПАКУ ЯРОГО В УМОВАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	14
Казак О.С. ОПТИМІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ СОЇ В ФГ «ДІАМАНТ АГРО-2011».....	15
Коваль Ю.Ю., Червяцов В.О., Недбайло В.В. СІВОЗМІННИЙ ФАКТОР В ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ ТА ВПЛИВ ЙОГО НА УРОЖАЙНІСТЬ КУКУРУДЗИ НА ЗЕРНО В УМОВАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	16
Корендович Є.С. РОЛЬ ГЕНЕТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНИХ СОРТІВ СОНЯШНИКУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАБІЛЬНОЇ ВРОЖАЙНОСТІ В ЗОНІ ЛІВОБЕРЕЖНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ	17
Корх І.І., Риженко А.Т., Барило О.Б. ОПТИМІЗАЦІЯ ОРГАНІЧНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ ГРЕЧКИ	18
Котюк Р., Карлашов А.В., Сливка О.В. УРОЖАЙНІСТЬ ГРЕЧКИ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ЗМІНИ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ ЛІВОБЕРЕЖНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ	19
Кривцов М.С. АГРОЕКОЛОГІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ УЛЬТРАРАННІХ СОРТІВ КЛАСИЧНОЇ СОЇ В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ.....	20
Кулик Р.В. ВПЛИВ ШИРИНИ МІЖРЯДДЯ НА ФОРМУВАННЯ ВРОЖАЮ СОЇ В УМОВАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	21
Литовченко Є.М., Шкриль А.М., Мартіян К.Ю. ВИРОЩУВАННЯ ГОРОХУ ПРИ ЗМІНИ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ ЛІВОБЕРЕЖНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ	22
Лі Джуйце, Сороколіт Є.М., Юрченко Є.С. РІВЕНЬ РЕАЛІЗАЦІЇ БІОЛОГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СОРТІВ СОЇ ЗА РІЗНИХ ПОГОДНИХ УМОВ	23
Марущенко Д.В. ВИКОРИСТАННЯ ГЕРБИЦИДІВ НА ПОСІВАХ ГРЕЧКИ В УМОВАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	24
Мельник В.І. ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ СОНЯШНИКУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВИРОБНИЦТВА В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ.....	25
Недашков М.В. ОЦІНКА ВПЛИВУ БІОДОБРІВ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ КУКУРУДЗИ В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ	26
Одинцов Б.В. ОСОБЛИВОСТІ РОСТУ ТА РОЗВИТКУ ЯЧМЕНЮ ОЗИМОГО ЗАЛЕЖНО ВІД СОРТОВИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ.....	27
Пащенко В. С. СОРТОВІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ СОЇ	28
Панасенко Д.М. ВПЛИВ СТРОКІВ СІВБИ НА ВРОЖАЙНІСТЬ СОНЯШНИКУ В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ.....	29
Подварський М.А. ЕФЕКТИВНІСТЬ ПОЗАКОРЕНЕВИХ ПІДЖИВЛЕНЬ ПШЕНИЦІ ОЗИМОЇ В УМОВАХ ОХТИРЩИНИ	30
Рак О.М., Усенко С.О., Масик С.І. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ УРОЖАЙНОСТІ ГІБРИДІВ СОНЯШНИКУ В УМОВАХ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	31
Саворський В.В. ОПТИМІЗАЦІЯ АГРОТЕХНІЧНИХ ПРИЙОМІВ ВИРОЩУВАННЯ СОНЯШНИКУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОЇ УРОЖАЙНОСТІ В УМОВАХ ПОЛТАВСЬКОГО РЕГІОНУ	32
Турчин О.О. ОСОБЛИВОСТІ РОСТУ ТА РОЗВИТКУ КУКУРУДЗИ НА ЗЕРНО ЗЕЛЕЖНО ВІД ГІБРИДІВ ТА СТРОКІВ СІВБИ.....	33
Федосенко І.П., КОВАЛЬ В.І. ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ПОСІВІВ СОНЯШНИКУ.....	34
Шандра С.В. ОГЛЯД СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО НОРМ ВИСІВУ СОЇ	35

Абаровський А.Ю., Анісімов А.Ю. ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ ILLUMINA У АГРОБІОТЕХНОЛОГІЇ	36
Анісімов О.Ю. ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ ІНОКУЛЯЦІЇ НАСІННЯ ТА МІНЕРАЛЬНОГО ЖИВЛЕННЯ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ТА ЯКІСТЬ ЗЕРНА ГРЕЧКИ В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ.....	37
Бадзим Р.А. ЕФЕКТИВНА СИСТЕМА УДОБРЕННЯ КУКУРУДЗИ - КЛЮЧ ДО СТАБІЛЬНОГО ВРОЖАЮ	38
Баранік Д.А. ВІРОГІДНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ У МАСОВОМУ ДОБОРІ ЗА ПРОДУКТИВНОСТІ МЕТОДОМ ГРУПУВАННЯ ГІБРИДІВ КАРТОПЛІ ЗА ФОРМУВАННЯМ ГЕНЕРАТИВНИХ ОРГАНІВ	39
Вигоняйло Г.В., Любиченко В.О. РЕГУЛЮВАННЯ У БІОТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСАХ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНИХ ОРГАНІЗМІВ.....	40
Горпинченко О.М., Біловодська М.Б. ЕФЕКТИВНІСТЬ КРАПЕЛЬНОГО ПОЛИВУ КАРТОПЛІ ЗА РІЗНИХ РІВНІВ ВОЛОГОСТІ ҐРУНТУ.....	41
Дубовик В.І. БІОТЕХНОЛОГІЧНА ОЦІНКА ЗАКВАСКИ ДЛЯ КЕФІРУ.....	42
Закорко В.С., Борисенко І.Б. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАЛЬШОГО ГЕНЕРАЦІЙНОГО РОЗМНОЖЕННЯ КАРТОПЛІ, ОТРИМАНОЇ З КУЛЬТУРИ МЕРИСТЕМ IN VITRO	43
Зеленська В.В. ПЕРСПЕКТИВА ПРОМИСЛОВІ КУЛЬТИВАЦІЇ <i>BACILLUS SUBTILIS</i> ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА СУРФАКТАНТІВ.....	44
Калач А.В. ОРГАНІЗАЦІЯ БІОТЕХНОЛОГІЧНОГО КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПРАТ «ОХТИРСЬКИЙ ПИВОВАРНИЙ ЗАВОД»	45
Пономаренко Д.В., Радько І.О. ВИКОРИСТАННЯ БІОЛОГІЧНИХ АГЕНТІВ ДЛЯ ЗАХИСТУ ЗЕРНА ПІД ЧАС ЗБЕРІГАННЯ	46
Поліваний А.Д., Біловодська М.Б. АДАПТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СОРТІВ КАРТОПЛІ ЗА УМОВ АБІОТИЧНИХ СТРЕСІВ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ.....	47
Сердюк П.В. ВПЛИВ ОБРОБКИ БУЛЬБ БІОПРЕПАРАТАМИ НА ПОКАЗНИКИ ТОВАРНІСТІ РАННІХ СОРТІВ КАРТОПЛІ В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ	48
Шевич А.С., Біловодська М.Б. ПІДВИЩЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ДІЄТИЧНИХ СОРТІВ КАРТОПЛІ В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ.....	49
Яковенко І.В. БІОТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЖИТНЬОГО ХЛІБА	50
Аршакян Р.А., Скляр В.Г. БІОРІЗНОМАНІТТЯ ЯК ІНДИКАТОР СТАНУ ЕКОСИСТЕМНИХ ПОСЛУГ ЛАНДШАФТНИХ ЗАКАЗНИКІВ КРАСНОПІЛЬСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	51
Васенко Я.В. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛІСОВИХ ЕКОСИСТЕМ СУМСЬКОГО ПОЛІССЯ.....	52
Ващенко Є.О. ВПЛИВ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ НА СТАН ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	53
Бердін І.В. ВИДИ РОДИНИ <i>LAMIACEAE</i> – ВАЖЛИВІ КОМПОНЕНТИ ПРИБЕРЕЖНИХ ФІТОЦЕНОЗІВ ВЕРХНЬОЇ ТА СЕРЕДНЬОЇ ТЕЧІЇ РІЧКИ ВОРСКЛА.....	54
Бондарев М.А. ФІТОІНДИКАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ФАКТОРІВ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ПОПУЛЯЦІЙНІ ПОКАЗНИКИ ЛІКАРСЬКИХ РОСЛИН	55
Клименко І.М., Артеменко Д.В. ВПЛИВ СУЧАСНИХ ЕКОЛОГІЧНИХ І ВОЄННИХ ФАКТОРІВ НА РІДКІСНІ ОРХІДНІ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ (НА ПРИКЛАДІ <i>DACTYLORHIZA INCARNATA</i>).....	56
Михайлова В.А. ВИДИ УРБАНОФЛОРИ, ЯКІ ОЧИЩУЮТЬ ПОВІТРЯ	57
Філоненко В.О. ЕКОЛОГІЧНА ОЦІНКА ЯКОСТІ ПОВЕРХНЕВИХ ВОД Р. СУЛА У МЕЖАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	58
Лещенко Д.О. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА <i>ASCLEPIAS SYRIACA L.</i> ТА ІСТОРІЯ ЙОГО ПОШИРЕННЯ	59
Соколова К.В. ЗМІНИ ЯКОСТІ ПОВІТРЯ В М. СУМИ ВНАСЛІДОК ВОЄННИХ ДІЙ	60
Довгаль Д.М. МОНІТОРИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛІСОВИХ РЕСУРСІВ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	61
Павліченко І.С. МОНІТОРИНГ ФЛОРИСТИЧНОГО РІЗНОМАНІТТЯ ПРИРОДНИХ БІОТОПІВ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	62
Попов І.В. ЕКОСИСТЕМНІ ПОСЛУГИ ТА БІОРІЗНОМАНІТТЯ УРБАНОЕКОСИСТЕМ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КІКШЕРІНГУ.....	63
Маслов М.В. ОСНОВНІ ЗАБРУДНЮВАЧІ ПОВЕРХНЕВИХ ВОДОЙМ	64
Токаренко В.В. ПРИРОДНО-ГЕОГРАФІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА РІЧОК СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	65
Смольник Н.В. ПРОБЛЕМИ І ШЛЯХИ ВІДТВОРЕННЯ ПРИРОДНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	66
Судіна В.В. ПОПУЛЯЦІЇ ПОДОРОЖНИКА ВЕЛИКОГО В УМОВАХ МІСТА СУМИ НА ГРАДІЄНТІ ТЕХНОГЕННОГО НАВАНТАЖЕННЯ.....	67
Кривозуб В.І. СЕГЕТАЛЬНІ ВИДИ ЯК ІНДИКАТОРИ СТАНУ ЕКОСИСТЕМ: МЕТОДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИВЧЕННЯ	68
Ткаченко Д.С. КОМПЛЕКСНА БІОІНДИКАЦІЙНА ОЦІНКА ЯКОСТІ АТМОСФЕРНОГО ПОВІТРЯ М. СУМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	69
Борковська А.М. БУР'ЯНИ КУКУРУДЗИ ТА ЗАХОДИ ЗАХИСТУ У ФЕРМЕРСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ «МАНУША» РОМЕНСЬКОГО РАЙОНУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	70

Демченко В.О. ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЧНОЇ ОБРОБКИ ҐРУНТУ ТА СИСТЕМИ СІВОЗМІН ЯК ЕЛЕМЕНТІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН ВІД ШКІДНИКІВ КУКУРУДЗИ У ТОВ АГРОФІРМА «ВІКТОРІЯ».....	71
Журавель А.С. ВИВЧЕННЯ ВИДОВОГО СКЛАДУ ШКІДНИКІВ КУКУРУДЗИ В УМОВАХ ТОВ «КУРС-АГРО» ПРИЛУЦЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	72
Журавель А.С. АГРОЕНТОМОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ КОМАХ-ФІТОФАГІВ НА ПОСІВАХ ПШЕНИЦІ ОЗИМОЇ В ТОВ «КУРС-АГРО» ПРИЛУЦЬКОГО РАЙОНУ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	73
Зінь М.Л. ВИДОВИЙ СКЛАД КОМАХ-ШКІДНИКІВ ВЕГЕТУЮЧИХ РОСЛИН СОНЯШНИКА У ФГ «ПАЛУН» СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	74
Костюков В. БІОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ SCLEROTINIA SCLEROTIORUM (LIB.) DE BARY ТА ПОШУК БІОЛОГІЧНОГО КОНТРОЛЮ БІЛОЇ ГНИЛІ РОСЛИН.....	75
Наумов Д.Л. ВИВЕДЕННЯ ПОСУХОСТІЙКИХ СОРТІВ ПШЕНИЦІ М'ЯКОЇ ОЗИМОЇ: ДОСВІД ІЗРАЇЛЮ	76
Рикун О.В. ОСНОВНІ ШКІДНИКИ СОЇ ТА БАЗОВІ ЗАСАДИ РЕГУЛЯЦІЇ ЇХ ЧИСЕЛЬНОСТІ У ТОВ «ЛЕНД-СТРІМ» СУМСЬКОГО РАЙОНУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	77
Сорока Л.М. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ БІОЛОГО-ЕКОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОМЕЛИ БІЛОЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЇЇ ПОШИРЕННЯ	78
Сорока Л.М. ОЦІНКА СТУПЕНЯ УРАЖЕННЯ ОМЕЛОЮ БІЛОЮ НАСАДЖЕНЬ У РОМЕНСЬКОМУ АГРОЛІСГОСПІ ТА ЗАХОДИ БОРТЬБИ.....	79
Березний О.В. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СУЧАСНИХ СПОСОБІВ ОЗДОРОВЛЕННЯ САДИВНОГО МАТЕРІАЛУ У ЛІСОВИХ РОЗСАДНИКАХ ФІЛІЇ «ТЕТЕРІВСЬКЕ ЛГ» ДП «ЛІСИ УКРАЇНИ»	80
Мордань А.О. ОСОБЛИВОСТІ ПРОХОДЖЕННЯ ОСНОВНИХ ФЕНОЛОГІЧНИХ ФАЗ У СОРТІВ РОДУ SYRINGA L. В УМОВАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	81
Дородько Д.С. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ГЕРБІЦИДІВУ ЛІСОВИХ РОЗСАДНИКАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	82
Дикун А.І. TORIARY URBAN DESIGN – ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ДЛЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНИХ МІСЬКИХ ПРОСТОРІВ УКРАЇНИ.....	83
Фесенко В.В. СЕЗОННА ДИНАМІКА ДЕКОРАТИВНОСТІ СОРТІВ ТУЇ ЗАХІДНОЇ В УМОВАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	84
Твердохліб В.В., Жук А.Ю. ВИВЧЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ВИДІВ ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ В КОНТЕЙНЕРНОМУ ОЗЕЛЕНЕННІ НА ПРИКЛАДІ М. ПОЛТАВА	85
Лебідь Я.І. КОЛОРИСТИКА КВІТКОВИХ КОМПОЗИЦІЙ У ГРОМАДСЬКИХ ПРОСТОРАХ: ЕСТЕТИЧНИЙ ТА ЕМОЦІЙНИЙ АСПЕКТИ.....	86
Мионов А.В., Мельник С.М. ВПЛИВ ПЕРЕДПОСІВНОЇ ОБРОБКИ ПЛОДІВ AESCLUS HIPPOCASTANUM L. НА ВИХІД СІЯНЦІВ.....	87
Горбачова Д.О. ОЦІНКА ЕЛЕМЕНТІВ БЛАГОУСТРОЮ ТА ОЗЕЛЕНЕННЯ ТЕРИТОРІЇ ПАМ'ЯТНИКА ЖЕРТВАМ ФАШИЗМУ В МІСТІ СУМИ	88
Осьмачко О.М., Маладій Т.М. АНАЛІЗ ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА ЛІСОМАТЕРІАЛІВ ТА ПИЛОМАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ І ЗА 2020-2024 РР.	89
Осьмачко О.М., Сорока Л.М. АНАЛІЗ СТАНУ НАСАДЖЕНЬ ПРИОФІСНОЇ ТЕРИТОРІЇ РОМЕНСЬКОГО ДОЧІРНЬОГО АГРОЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА «РОМЕНСЬКИЙ АГРОЛІСГОСП»	90
Осьмачко О.М., Чичикало Є.В. ПРОГНОЗНИЙ РОЗРАХУНОК ПЛОЩ ЛІСОВОГО РОЗСАДНИКА ДП «ОХТИРСЬКИЙ АГРОЛІСГОСП» СУМСЬКОГО ОБЛАГРОЛІСУ.....	91
Островець С.В. ВИВЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ УРАЖЕННЯ ТА ШЛЯХІВ ЗАПОБІГАННЯ ПОШИРЕННЯ ХВОРОБ PINUS SYLVESTRIS В ЛІСАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	92
Калініченко В.О. ВИСОТА РОСЛИН САДИВНОГО ДУБА ЗВИЧАЙНОГО ЗАЛЕЖНО ВІД ВИКОРИСТАННЯ РЕГУЛЯТОРІВ РОСТУ	93
П'ятниця А.О. ВИСОТА РОСЛИН САДИВНОГО ДУБА ЗВИЧАЙНОГО ЗАЛЕЖНО ВІД ВИКОРИСТАННЯ РЕГУЛЯТОРІВ РОСТУ	94
Проценко Р.В. ОПТИМІЗАЦІЯ МОРФОМЕТРИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ОДНОРІЧНИХ СІЯНЦІВ СОСНИ ЗВИЧАЙНОЇ (PINUS SYLVESTRIS L.) ПРИ ШТУЧНОМУ ЛІСОВІДНОВЛЕННІ	95
Сивокозов О.О. ҐРУНТОВА СХОЖІСТЬ КЛЕНА ГОСТРОЛИСТОГО ЗАЛЕЖНО ВІД СТРОКІВ І ГЛИБИНИ СІВБИ	96
Підпригора Ю.В. ПОЛІПШЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ САДИВНОГО МАТЕРІАЛУ RHILADELPHUS CORONARIUS ТА ВИКОРИСТАННЯ ЙОГО В ОЗЕЛЕНЕННІ.....	97
Ніколенко М.С. ВИРОЩУВАННЯ САДИВНОГО МАТЕРІАЛУ EUNOMUS FORTUNEI ТА ВИКОРИСТАННЯ ЙОГО В ОЗЕЛЕНЕННІ	98
Бондар А.А. УМОВИ ВИРОЩУВАННЯ САДИВНОГО МАТЕРІАЛУ КУЛЬТУР СОСНИ ЗВИЧАЙНОЇ НА ПРИКЛАДІ ФІЛІЇ «СУМСЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО» ДП «ЛІСИ УКРАЇНИ»	99
Волк В.А. АНАЛІЗ ТЕХНОЛОГІЇ ОТРИМАННЯ САДИВНОГО МАТЕРІАЛУ QUERCUS ROBUR L. В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ.....	100
Обод І.О. ОСОБЛИВОСТІ ВИРОЩУВАННЯ PINUS SYLVESTRIS L. В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ.....	101

Глінська К.О. ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КУЛЬТУР СОСНИ ЗВИЧАЙНОЇ В УМОВАХ ФІЛІЇ «ТРОСТЯНЕЦЬКЕ ЛІСОВЕ ГОСПОДАРСТВО» ДП «ЛІСИ УКРАЇНИ.....	102
Благодир В.І., Разя В.П. АНАЛІЗ ВИДОВОГО СКЛАДУ ТА СТАНУ ПОЛЕЗАХИСНИХ НАСАДЖЕНЬ ПІВНІЧНОГО СХОДУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	103
Малик О.А., Котко О.О., Літвяков В. М. ВПЛИВ РЕГУЛЯТОРІВ РОСТУ НА СХОЖІСТЬ НАСІННЯ ТА РОЗВИТОК САДИВНОГО МАТЕРІАЛУ СОСНИ ЗВИЧАЙНОЇ (PINUS SYLVESTRIS L.).....	104
Цокур Б.В. ПРИРОДНЕ ПОНОВЛЕННЯ В ЛІСОВИХ НАСАДЖЕННЯХ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЙОГО У ЛІСОВІДНОВЛЕННІ	105
Близнюк В.І. ВОЛОГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ҐРУНТУ ПРИ РІЗНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ ВИРОЩУВАННЯ КУКУРУДЗИ: КЛАСИЧНА ТА NO-TILL.....	106
Бондарець Р.С. ЗАЛЕЖНІСТЬ УРОЖАЙНОСТІ ТА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ВИСОКООЛЕЇНОВОГО СОНЯШНИКУ ВІД ГУСТОТИ ТА ВПЛИВУ МОРФОРЕГУЛЯТОРІВ У 2025 РОЦІ	107
Василенко С.В. АНАЛІЗ ПОГОДНИХ ВИКЛИКІВ СЕЗОНУ 2024-2025 ПРИ ВИРОЩУВАННІ РІПАКУ ОЗИМОГО В УМОВАХ ЦЕНТРАЛЬНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ	108
Верещагін І.В., Журенко П.С. ВПЛИВ АГРОТЕХНІЧНИХ ПРИЙОМІВ НА УРОЖАЙНІСТЬ ГРЕЧКИ	109
Верещагін І.В., Макарець О.С., Маслак С.М. ВПЛИВ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ СОЇ	110
Верещагін І. В., Морозов А. Є. ЗНАЧЕННЯ БАТЬКІВСЬКИХ ФОРМ ТА ЗАГАЛЬНОЇ КОМБІНАЦІЙНОЇ ЗДАТНОСТІ ДЛЯ ГІБРИДИЗАЦІЇ КАРТОПЛІ	111
Верещагін І.В., Слинко Я.Г., Давиденко В.В. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ПРИЙОМИ ВИРОЩУВАННЯ КУКУРУДЗИ В УКРАЇНІ	112
Верещагін І.В., Сташко М.Р. ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ СОНЯШНИКУ.....	113
Верещагін І.В., Яремчук М.Г. ВПЛИВ СПОСОБУ СІВБИ НА УРОЖАЙНІСТЬ РІПАКУ ОЗИМОГО	114
Данілов І.Р. ДОСЯГНЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ СЕЛЕКЦІЇ КАРТОПЛІ НА СТІЙКІСТЬ ДО ГРИБНИХ ХВОРОБ	115
Морозов А.Є., Кулик І.В. ПРОДУКТИВНІСТЬ СІЯНЦІВ ПЕРШОГО РОКУ, ОТРИМАНИХ ВІД СХРЕЩУВАННЯ СОРТІВ ТА ГІБРИДІВ КАРТОПЛІ.....	116
Наумов О.В. РЕАКЦІЯ ГІБРИДІВ КУКУРУДЗИ НА ЗМІНУ ГУСТОТИ ПОСІВУ В УМОВАХ ПІВНІЧНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ В 2025 Р.....	117
Романенко М.О. ВПЛИВ ОСНОВНОГО ОБРОБІТКУ ҐРУНТУ НА ВРОЖАЙНІСТЬ СОЇ В ЗОНІ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ	118
Сивак Я.П. АДАПТАЦІЯ ТЮТЮНОВИХ КУЛЬТУР ДО ЗМІН КЛІМАТУ.....	119
Яремчук М.Г. ФОРМУВАННЯ ВРОЖАЙНОСТІ ГІБРИДІВ РІПАКУ ОЗИМОГО ЗАЛЕЖНО ВІД СТРОКІВ СІВБИ ТА МІНЕРАЛЬНОГО ЖИВЛЕННЯ В УМОВАХ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	120
Цеділкін А.В. ЕКОНОМІЧНІ ПОРІВНЯННЯ ВПЛИВУ РЕГУЛЯТОРІВ РОСТУ РОСЛИН НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОЩУВАННЯ СОРТІВ ПШЕНИЦІ ОЗИМОЇ В ПІВНІЧНО-СХІДНОМУ ЛІСОСТЕПІ УКРАЇНИ	121

БІОЛОГО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кучкова Т., Шило В. ОЦІНКА НАТУРАЛЬНОСТІ МОЛОКА КОРІВ РІЗНИХ ПОРІД ЗА ПОКАЗНИКАМИ ТОЧКИ ЗАМЕРЗАННЯ ТА ВМІСТУ СОМАТИЧНИХ КЛІТИН	123
Чех О.О., Бондаренко Ю.В., Хвостик В.П. ВПЛИВ ОЗОННОЇ ОБРОБКИ НА БІОХІМІЧНІ ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ ЯЄЦЬ КУРЕЙ КРОСУ LOHMANN LSL CLASSIC ПРИ ЗБЕРІГАННІ	124
Соколенко В. О., Терещенко Я.В. ПРОДУКТИВНІСТЬ КОНТЕЙНЕРНИХ СИСТЕМ З АЕРАЦІЄЮ У ВИРОЩУВАННІ ВУЗЬКОПАЛОГО РАКА (PONTASTACUS LEPTODASTYLUS).....	125
Повшедний В. АНАЛІЗ КРИТЕРІЇВ ВІДБОРУ ТА СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДРЕСИРУВАННЯ СОБАК ДЛЯ ПОТРЕБ ОХОРОНИ	126
Доменюк А.М. ВПЛИВ РЕЖИМУ ТРЕНУВАНЬ ТА ГОДІВЛІ НА ФІЗИЧНИЙ РОЗВИТОК І ПРАЦЕЗДАТНІСТЬ СПОРТИВНИХ КОНЕЙ	127
Приходько Є. ВПЛИВ АКЛІМАТИЗАЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ У КОРІВ БУРОЇ МОЛОЧНОЇ ПОРОДИ НА БІОЛОГІЧНІ І ПРОДУКТИВНІ ЯКОСТІ	128
Гончар В. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СВИНЕЙ ПОРОДИ ВЕЛИКА БІЛА І ЛАНДРАС	129
Мартінова Г. СУЧАСНІ АСПЕКТИ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОЩУВАННЯ РЕМОНТНИХ ТЕЛИЧОК	130
Ляшенко Ю.В. АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНДИКІВНИЦТВА В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННИХ ВИПРОБУВАНЬ	131
Сторожець Д. ОСОБЛИВОСТІ ВОЛЬЄРНОГО РОЗВЕДЕННЯ БЛАГОРОДНОГО ОЛЕНЯ В УМОВАХ ТОВ «ЧЕРВУС» КОНОТОПСЬКОГО РАЙОНУ	132
Яводчак Д., Кривошеєв Я. СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВИНАРСТВА В УКРАЇНІ	133
Жижневська О.О. ДЕТЕРМІНАНТИ ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК ПОСЛУХУ У СОБАК В ПРИКЛАДНІЙ КІНОЛОГІЇ	134

Андрієвська Л.В. ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПЛЕМІННОГО РОЗПЛІДНИКА СОБАК ПОРОДИ ПЕРУАНСЬКИЙ ГОЛИЙ СОБАКА (ВЕЛИКИЙ) В УКРАЇНІ	135
Осовський В.В. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ПОГОЛІВ'Я ПЛЕМІННОГО ЯДРА КОНЕЙ УКРАЇНСЬКОЇ ВЕРХОВОЇ ПОРОДИ В УКРАЇНІ	136
Горин О.А. СУЧАСНИЙ СТАН ПОРОДИ ВЕЛЬШ КОРГІ ПЕМБРОК В УКРАЇНІ	137
Пацюк Є.В., Гаманюк М.Д. СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ РОБОЧИХ ЯКОСТЕЙ СОБАК МИСЛИВСЬКИХ ПОРІД	138
Тимофієва Є.О. ВПЛИВ РІЗНИХ ВИДІВ ЗАКВАСОК НА ПРОТЕОЛІТИЧНІ ПРОЦЕСИ У СИЧУЖНИХ СИРАХ	139
Биченко Є.В. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ВИРОБНИЦТВА НАПІВФАБРИКАТІВ	140
Олещенко В.Ю. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ КОРМОВИХ ДОБАВОК У СВИНАРСТВІ	141
Дробязко О.О. ІСТОРІЯ СТВОРЕННЯ, СТАНДАРТ ТА ОЦІНКА ПЛЕМІННИХ ЯКОСТЕЙ ПОРОДИ БЕЛЬГІЙСЬКА ВІВЧАРКА	142
Глоба С. Г. РОТВЕЙЛЕР В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ПОРОДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	143
Балан Д. ЕФЕКТИВНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЇ ГОДІВЛІ КОРІВ ЗАГАЛЬНОЗМІШАНИМИ РАЦІОНАМИ В УМОВАХ ТДВ «МАЯК» СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	144
Кривонос А.В. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ РОСТУ ТА РОЗВИТКУ ТЕЛЯТ ВІКОМ 0-2 МІСЯЦІ ПРИ ГОДІВЛІ ПАСТЕРИЗОВАНИМ МОЛОКОМ І КВАШЕНИМ В УМОВАХ ПІДПРИЄМСТВА	145
Котова А. І. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПЛЕМІННОГО РОЗПЛІДНИКА СОБАК «ALLADA BIS», ЩО СПЕЦІАЛІЗУЄТЬСЯ НА РОЗВЕДЕННІ ПАПІЙОНІВ ТА РІЗЕНШНАУЦЕРІВ	146
Дурас А.А., Густайтіс Мартінас ДОЦІЛЬНІСТЬ РАНЬОГО ДОБОРУ ЦУЦЕНЯТ ПРИ ПЛАНУВАННІ ЇХНЬОГО ВИКОРИСТАННЯ У СЛУЖБОВІЙ КІНОЛОГІЇ	147
Бельченко А.С. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКТИВНОСТІ КОРІВ УКРАЇНСЬКИХ МОЛОЧНИХ ПОРІД	148
Висоцький М.В. ПЕРСПЕКТИВНИЙ ПЛАН ПЛЕМІННОЇ РОБОТИ З СОБАКАМИ ПОРОДИ ЛАГОТТО-РОМАНЬОЛО В ПЛЕМІННОМУ ЗАВОДІ КІНОЛОГІЧНОЇ СПІЛКИ УКРАЇНИ «WIND FROM THE EAST»	149
Старченко Л.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ФОРМУВАННЯ СОБАК ПОРОДИ РІЗЕНШНАУЦЕР	150
Крамаренко О.В. АДАПТАЦІЯ ДЕЗІНФЕКТАНТА НА ОСНОВІ ХІТОЗАНУ ДО НЕСПРИЯТЛИВИХ УМОВ ІНКУБАЦІЇ ЯЄЦЬ КУРЕЙ	151
Новацький А.О., Маковська Н.М. ПРОДУКТИВНІ ЯКОСТІ РЕМОНТНИХ СВИНОК ВЕЛИКОЇ БІЛОЇ ПОРОДИ.....	152
Сморгонська Т.А. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРИВАТНОГО ПРИТУЛКУ ДЛЯ ТВАРИН – ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ	153
Артеменко М.С., Бойко Ю.М. ЗНАЧЕННЯ СОБАК-КОМПАЊІОНІВ У ЖИТТІ ЛЮДИНИ	154
Висоцький І.С. ПРОДУКТИВНІСТЬ ДОЧОК ЗАЛЕЖНО ВІД ПОХОДЖЕННЯ ЗА БАТЬКОМ	155
Красюк М.О. ЕФЕКТИВНІСТЬ МІЖЛІНІЙНОГО ПІДБОРУ ПРИ РОЗВЕДЕННІ УКРАЇНСЬКОЇ БУРОЇ МОЛОЧНОЇ ПОРОДИ.....	156
Кузьмич В.І. ОЦІНКА ПОТОМСТВА БУГАЇВ-ПЛІДНИКІВ РІЗНИХ ЛІНІЙ ЗА МОЛОЧНОЮ ПРОДУКТИВНІСТЮ	157
Мозуль Д.В. ЗАЛЕЖНІСТЬ ДОВГОЛІТТЯ МОЛОЧНОЇ ХУДОБИ ВІД ПОХОДЖЕННЯ.....	158

ФАКУЛЬТЕТ БУДІВНИЦТВА ТА ТРАНСПОРТУ

Андріанова А.Д. ПРИКЛАДИ ЗАТОСУВАННЯ ФОТОКАТАЛІТИЧНИХ БЕТОНІВ	159
Баранік Є.О. ПІДЗЕМНІ ЗАХИСНІ СПОРУДИ В ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ: НОРМИ ТА ВИМОГИ.....	160
Башкатова З.О., Бородай А.С. ДИЗАЙН ТА АРХІТЕКТУРА НОВОБУДОВ	161
Башкатова З.О., Бородай Я.О. ЧОМУ ВИВЧЕННЯ ОБ'ЄМНО-ПРОСТОРОВОЇ КОМПОЗИЦІЇ Є КЛЮЧОВИМ ЕТАПОМ У РОЗВИТКУ ТВОРЧИХ НАВИЧОК АРХІТЕКТОРА	162
Беспалова О.В., Бородай А.С. АРХІТЕКТУРНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ДОСТУПНОСТІ ЛЮДЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ.....	163
Беспалова О.В., Бородай Я.О. ВИКОРИСТАННЯ LED-ТЕХНОЛОГІЙ У ЗОВНІШНЬОМУ ОСВІТЛЕННІ БУДІВЕЛЬ.....	164
Борзяниця О.О., Циганенко Г.М. ПИТАННЯ ОБСТЕЖЕННЯ ПОШКОДЖЕНИХ БУДІВЕЛЬ ТА СПОРУД ВНАСЛІДОК ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ	165
Бровко Я.Ю., Бородай А.С. ПРИЙОМИ І ВАРІАНТИ РЕКОНСТРУКЦІЇ ФАСАДІВ НА ПРИКЛАДІ САДИБИ І. ХАРИТОНЕНКА В М. СУМИ	166
Бровко Я. Ю., Бородай Я.О. МЕТОДИ ВНУТРІШНЬОЇ РЕНОВАЦІЇ ТА АДАПТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ ІСТОРИЧНОЇ САДИБИ І. ХАРИТОНЕНКА ДО СУЧАСНОГО ВИКОРИСТАННЯ.....	167
Бурдюг Р.Г. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗВУКОІЗОЛЯЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ У СУЧАСНОМУ ЖИТЛОВОМУ БУДІВНИЦТВІ	168
Бурдюг Р.Г. ОПТИМІЗАЦІЯ ЗВУКОІЗОЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЖИТЛОВИХ БУДІВЛЯХ НА СТАДІЇ ПРОЕКТУВАННЯ.....	169
Бурик В.В., Срібняк Н.М. СТЕРЖНЬОВІ СТРУКТУРНІ ПЛИТИ-ЕФЕКТИВНІ СУЧАСНІ КОНСТРУКЦІЇ ПОКРИТТЯ.....	170

Вітвіцька О.С., Циганенко Л.А. КОРОЗИЙНА ДЕСТРУКЦІЯ БЕТОНУ В УМОВАХ ВИРОБНИЦТВА ДИОКСИДУ ТИТАНУ	171
Волков Д.Г. ПИТАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ОСНОВ ВІМ-ТЕХНОЛОГІЙ В НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ	172
Волковський В.В., Бородай А.С. ТЕНДЕНЦІЯ ПОЄДНАННЯ ЗАБУДОВИ З ПРИРОДНИМИ ТА РЕКРЕАЦІЙНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ ТЕРИТОРІЙ	173
Волковський В.В., Бородай А.С. ФОРМУВАННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ТЕРИТОРІЙ В КОНТЕКСТІ ПЕРСПЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ГРОМАДИ	174
Вялкова О.А., Бородай Я.О. ТЕХНОЛОГІЇ ЗД-МОДЕЛЮВАННЯ І ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СТВОРЕННІ СКЛАДНИХ АРХІТЕКТУРНИХ ФОРМ	175
Вялкова О.А., Бородай А.С. ЗЕЛЕНЕ БУДІВНИЦТВО ЯК КЛЮЧ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ МІСТ	176
Гавриленко П.М. ГЕОДЕЗИЧНЕ ВИВЧЕННЯ РЕЛЬЄФУ ЯК ОСНОВА ПРОЄКТУВАННЯ ТА ЗАБУДОВИ ТЕРИТОРІЙ	177
Галушка С.А. ОПТИМІЗАЦІЯ ПЛАНУВАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ БАГАТОКВАРТИРНИХ БУДИНКІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОМФОРТУ ПРОЖИВАННЯ	178
Галушка С.А. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ПРОЄКТУВАННІ ЖИТЛА ТРАНСФОРМОВАНОГО ТИПУ (МОБІЛЬНІ ПЕРЕГОРОДКИ, ГНУЧКІ ПРОСТОРИ)	179
Галушка С.А. ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОМИСЛОВИХ БУДІВЕЛЬ У БАГАТОФУНКЦІОНАЛЬНІ ПРОСТОРИ (РЕФУНКЦІОНАЛІЗАЦІЯ)	180
Гладченко Б.О., Сіробаба В.О. ЕФЕКТИВНІ РІШЕННЯ ЗИМОВОГО УТРИМАННЯ ДОРІГ ЗАГАЛЬНОГО КОРИСТУВАННЯ МІСЦЕВОГО ЗНАЧЕННЯ	181
Глазько І.Ф., ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСУ ТРАНСПОРТУВАННЯ НАСІННЯ СОНЯШНИКУ	182
Гончаренко А.В., Бородай С.П. РУЧНА ГРАФІКА В АРХІТЕКТУРНОМУ ПРОЄКТУВАННІ	183
Горілий О.В., Срібняк Н.М. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОСТОРОВОЇ РОБОТИ ОБОЛОНКОВИХ СИСТЕМ У БУДІВНИЦТВІ	184
Горілий О.В., Срібняк Н.М. РАЦІОНАЛЬНІ РІШЕННЯ ПОКРИТТІВ НА ОСНОВІ СТРУКТУРНИХ ОБОЛОНОК	185
Гостев О.С., Циганенко Л.А. ВИМОГИ ЩОДО БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ПІДЗЕМНИХ ЗАХИСНИХ СПОРУД ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ	186
Денисенко О. М. СПЕЦИФІКА ПЕРЕВЕЗЕНЬ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ	187
Денисенко О.С., Бородай Д.С. АРХІТЕКТУРНО-ПЛАНУВАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ РЕАБІЛІТАЦІЙНО-ЛІКУВАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ	188
Денисенко О.С., Тараненко С.В. ОПТИМАЛЬНІ ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПЛАНУВАЛЬНІ ТА ЕРГОНОМІЧНІ РІШЕННЯ У ПРОЄКТУВАННІ БАГАТОФУНКЦІОНАЛЬНИХ ЖИТЛОВИХ КОМПЛЕКСІВ	189
Дяченко С.С., Бородай А.С. ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ЧЕРЕЗ ДИЗАЙН АРХІТЕКТУРНИХ ФОРМ	190
Єпіфанова О.А., Бородай Д.С. АРХІТЕКТУРНО-ПЛАНУВАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ МУЛЬТИФУНКЦІОНАЛЬНИХ ГРОМАДСЬКИХ ХАБІВ	191
Жевняк Я.О., Циганенко Л. А. СУПЕРПЛАСТИФІКАТОРИ ДЛЯ БЕТОННИХ СУМІШЕЙ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ВЛАСТИВОСТІ	192
Жогло Д.О., Бородай Д.С. ПРОБЛЕМАТИКА ЗБЕРЕЖЕННЯ ПАМ'ЯТОК АРХІТЕКТУРИ В УКРАЇНІ ЯК ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ	193
Жогло Д.О., Тараненко С.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗМІЩЕННЯ БАГАТОФУНКЦІОНАЛЬНИХ ЖИТЛОВИХ КОМПЛЕКСІВ У СТРУКТУРІ ВЕЛИКОГО МІСТА НА ПРИКЛАДІ МІСТА СУМИ	194
Забуга Р.С. МЕХАНІЗОВАНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВАНТАЖЕННЯ, ПАКУВАННЯ ТА ОБЛІКУ ЛІСОМАТЕРІАЛІВ У СУЧАСНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМАХ	195
Забуга Р.С. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВАНТАЖЕННЯ, ПАКУВАННЯ ТА ТРАНСПОРТУВАННЯ ЛІСОМАТЕРІАЛІВ	196
Івашук Д. ПИТАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ВІДХОДІВ БУДІВНИЦТВА В УКРАЇНІ	197
Калмиков А.С., Драник О.І. ОСОБЛИВОСТІ ДОГЛЯДУ ТА ОБСТЕЖЕННЯ БУДІВЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	198
Канівець А.М., Бородай А.С. КАФЕ ТА РЕСТОРАНИ ЯК ЧАСТИНА МІСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА	199
Канівець А.М., Бородай Д.С. АРХІТЕКТУРНЕ ПРОЄКТУВАННЯ ЯК ТВОРЧИЙ І НАУКОВИЙ ПРОЦЕС	200
Канівець А.М., Бородай Я.О. ЗНАЧЕННЯ КОМПОЗИЦІЇ У ФОРМУВАННІ АРХІТЕКТУРНОГО МИСЛЕННЯ СТУДЕНТА	201
Колесник І.В. РОЛЬ КАРТ І ПЛАНІВ У ВИРІШЕННІ ІНЖЕНЕРНИХ ТА БУДІВЕЛЬНИХ ЗАВДАНЬ	202
Коритник О.Б., Бородай А.С. СУЧАСНИЙ АВТОДИЛЕРСЬКИЙ ЦЕНТР ЯК ПРИКЛАД ІННОВАЦІЙНОГО АРХІТЕКТУРНОГО ПРОСТОРУ	203
Коритник О.Б., Бородай Я.О. СКЛЯНИЙ ФАСАД В АВТОДИЛЕРСЬКОМУ ЦЕНТРІ ЯК ГОЛОВНИЙ АКЦЕНТ БУДІВЛІ	204
Костян С.І. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СТВОРЕННІ КАРТ І ПЛАНІВ (ЦИФРОВІ КАРТИ, ГІС-ТЕХНОЛОГІЇ)	205

Коштур О.В., Бородай Д.С. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ РЕКРЕАЦІЙНО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ЦЕНТРІВ НА ОСНОВІ АДАПТАЦІЇ БУДІВЕЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ	206
Кресан А.О., Бородай А.С. НОВІ АРХІТЕКТУРНІ ФОРМИ ЯК РІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ ПЕРЕНАСЕЛЕННЯ: ВЕРТИКАЛЬНІ МІСТА, БАГАТОФУНКЦІОНАЛЬНІ КОМПЛЕКСИ ТА ПРОСТОРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ	207
Кресан А.О., Бородай Я.О. РОЗВИТОК МОДУЛЬНОЇ ТА АДАПТИВНОЇ АРХІТЕКТУРИ ЯК ВІДПОВІДЬ НА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ УРБАНІЗАЦІЇ ТА ЗМІНЮВАНІ ПОТРЕБИ СУСПІЛЬСТВА.....	208
Кулик А., Волков Д.Г. ЗАХИСНІ КІМНАТИ-УКРИТТЯ В КВАРТИРАХ ЖИТЛОВИХ БУДИНКІВ	209
Кулик А.М., Драник О.І. ОСОБЛИВОСТІ ДОГЛЯДУ ТА ОБСТЕЖЕННЯ ЖИТЛОВИХ БУДІВЕЛЬ	210
Кунда К.А., Бородай С.П. АРХІТЕКТУРА ЯК ВАЖЛИВА СФЕРА ЛЮДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	211
Лебідь М.В., Тараненко С.В. МІСТОБУДІВНЕ РІШЕННЯ ТА ГЕНЕРАЛЬНИЙ ПЛАН БАГАТОФУНКЦІОНАЛЬНОГО ЖИТЛОВОГО КОМПЛЕКСУ	212
Левшенко С.О. АНАЛІЗ ТЕПЛОЗАХИСНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ЗОВНІШНЬОЇ СТІНИ БУДИНКУ	213
Левшенко С.О. ОПТИМІЗАЦІЯ ТЕПЛОЗАХИСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ЗОВНІШНЬОЇ СТІНИ.....	214
Литвиненко В.К., Сіробаба В.О. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ГЕОТЕРМАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОБІГРІВУ НА МОСТОВІЙ СПОРУДІ.....	215
Лісиченко С.А., Луцьковський В.М. АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПОКРИТТЯ З СОНЯЧНИМИ ПАНЕЛЯМИ У МАЛОПОВЕРХОВИХ БУДИНКАХ	216
Ліщинський О.В., Редько А.О. ВІДПОВІДНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ МАСООБМІНУ В ПРОЦЕСІ СУШІННЯ ОСАДУ СТІЧНИХ ВОД В КИПЛЯЧОМУ ШАРІ З ЗАНУРЕНИМИ ТЕПЛООБМІННИМИ ПОВЕРХНЯМИ ЦІЛЯМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	217
Логвиненко А.В., Циганенко Л.А. ФОТОКАТАЛІТИЧНІ НАНОПОКРИТТЯ. АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ	218
Лозко В.Г., Роговий С.І. РАЦІОНАЛЬНЕ ПРОЕКТУВАННЯ СТАЛЕВИХ ФЕРМ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО БУДІВНИЦТВА	219
Лозко В.Г., Роговий С.І. РАЦІОНАЛЬНІ РІШЕННЯ ПОКРИТТІВ НА ПРИКЛАДІ КРОКВ'ЯНИХ СТАЛЕВИХ ФЕРМ	220
Локтіонов А.О. ІНТЕГРАЦІЯ ДАНИХ БПЛА У ВІМ-ТЕХНОЛОГІЇ ДОРОЖНЬОГО БУДІВНИЦТВА ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО УПРАВЛІННЯ ІНФРАСТРУКТУРОЮ	221
Маківський Д.О. ЗНАЧЕННЯ ТОПОГРАФО-ГЕОДЕЗИЧНИХ І КАРТОГРАФІЧНИХ РОБІТ ПРИ БУДІВНИЦТВІ	222
Максименко В.О. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОХОРОНИ ПРАЦІ ТА ДОРОЖНЬОЇ БЕЗПЕКИ ПІД ЧАС ТРАНСПОРТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБИРАННЯ ПШЕНИЦІ	223
Максименко В.О. ОПТИМІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ ЗБИРАННЯ ПШЕНИЦІ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ДИСПЕТЧЕРИЗАЦІЇ	224
Масалітов С.Ю. ВИКОРИСТАННЯ ВТОРИННОЇ СИРОВИНИ У БЕТОННИХ СУМІШАХ ДЛЯ ЗМЕНШЕННЯ ВИКИДІВ CO ₂	225
Мосьпан Т.О. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ФАХВЕРКУ: КОНСТРУКТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ, СУЧАСНЕ ВИКОРИСТАННЯ, ПЕРЕВАГИ ФАХВЕРКОВИХ БУДИНКІВ	226
Мосьпан Т.О., Бородай Я.О. ДОСЛІДЖЕННЯ НА ТЕМУ ДРУКУВАННЯ БУДІВЕЛЬ 3D-ПРИНТЕРОМ В УКРАЇНІ: ОГЛЯД СТАНУ НАРАЗІ, ПЕРЕВАГИ ТА МОЖЛИВОСТІ, ВИКЛИКИ ТА РИЗИКИ.....	227
Онишкевич С.О., Драник О.І. ПІДВИЩЕННЯ НАДІЙНОСТІ ГІДРАВЛІЧНИХ СИСТЕМ У БУДІВЕЛЬНИХ МАШИНАХ	228
Осташко Я.О., Коцура І.І. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ЗАВАНТАЖЕННЯ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР ШНЕКОВИМ ТРАНСПОРТЕРОМ	229
Осташко Я.О., Коцура І.І. ДОСЛІДЖЕННЯ ВАРІАНТІВ ТРАНСПОРТУВАННЯ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ.....	230
Петренко М.С., Бородай С.П. ВОСКРЕСЕНСЬКА ЦЕРКВА В СУМАХ – ПАМ'ЯТКА АРХІТЕКТУРИ УКРАЇНСЬКОГО БАРОКО	231
Романенко О., Бородай Д.С. ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ ПРИНЦИПІВ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ ІСТОРИЧНОЇ ЗАБУДОВИ В УКРАЇНІ	232
Рубан О.М., Бородай Я.О. ЕКОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД У ПРОЕКТУВАННІ ТУРИСТИЧНИХ КОМПЛЕКСІВ.....	233
Скрипка Є.О. ВИКОРИСТАННЯ ГРУНТОЦЕМЕНТНИХ ПАЛЬ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	234
Слухаєвський Б.Г., Срібняк Н.М. СТЕРЖНЬОВІ СТРУКТУРНІ ПЛИТИ — ЕФЕКТИВНІ СУЧАСНІ КОНСТРУКЦІЇ ПОКРИТТЯ.....	235
Слухаєвський Б.Г., Срібняк Н.М. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЕКТУВАННЯ ПОКРИТТІВ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ СТЕРЖНЬОВИХ ПЛИТ	236
Срібняк Н.М. ВИКОРИСТАННЯ СТАЛИХ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ У СУЧАСНОМУ БУДІВНИЦТВІ	237
Срібняк Н.М. ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ПОВТОРНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗАЛІЗОБЕТОННИХ ЕЛЕМЕНТІВ У БУДІВНИЦТВІ	238
Срібняк Н.М. ВИСОКОЕФЕКТИВНІ БЕТОНИ З ДОМІШКАМИ ПРОМИСЛОВИХ ВІДХОДІВ	239

Срібняк Н.М.МЕТОДИКА ВИКОНАННЯ ЕКСПЕРИМЕНТУ ЩОДО ВПЛИВУ НЕГАШЕНОГО ВАПНА ТА «ГАРЯЧОГО ЗМІШУВАННЯ» ДЛЯ САМОВІДНОВЛЕННЯ БЕТОНУ	240
Стеблянко В.О. УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З РЕАЛІЗАЦІЇ АВТОЗАПЧАСТИН.....	241
Стеблянко В.О. УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ ВЕЛИКОГО СКЛАДУ	242
Тараненко С.В. ФОТОКАТАЛІТИЧНІ ПОЛІМЕРНІ ПІДЛОГОВІ ПОКРИТТЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЗАСІБ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ.....	243
Тимко Д.О. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ НАПРУЖЕНО-ДЕФОРМОВАНОГО СТАНУ БАГАТОШАРОВОЇ КАМ'ЯНОЇ СТІНИ.....	244
Тимко Д.О.МОДЕЛЮВАННЯ НАПРУЖЕНО-ДЕФОРМОВАНОГО СТАНУ БАГАТОШАРОВОЇ КАМ'ЯНОЇ СТІНИ В ПРОГРАМНОМУ КОМПЛЕКСІ ЛІРА-САПР	245
Тіщенко М.М., Срібняк Н.М. ВРАХУВАННЯ ТРИЩИНОУТВОРЕННЯ В ЗАЛІЗОБЕТОННИХ СИСТЕМАХ ПЕРЕКРИТТЯ ПРИ ЇХ РОЗРАХУНКУ	246
Третяк Д.С. РЕЦИКЛІНГ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ. ПИТАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	247
Трифонов М.О. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ГЕОДЕЗІЇ З ПРИРОДНИЧИМИ, ТЕХНІЧНИМИ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ НАУКАМИ.....	248
Федорченко І.В., Новицький.О.П. ПРИЙОМИ ТА ЗАСОБИ АРХІТЕКТУРНО-ПЛАНУВАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ МАЛОПОВЕРХОВИХ ЖИТЛОВИХ БУДИНКІВ КОТЕДЖНОГО ТИПУ З БЛИЗЬКИМ ДО НУЛЬОВОГО РІВНЯ СПОЖИВАННЯ ЕНЕРГІЇ (NZEB).....	249
Федорченко І.В., Тараненко С.В.ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОПОРЯДЖУВАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ У МАЛОПОВЕРХОВИХ ЖИТЛОВИХ БУДИНКАХ З БЛИЗЬКИМ ДО НУЛЬОВОГО РІВНЯ СПОЖИВАННЯ ЕНЕРГІЇ (NZEB).....	250
Халеєв А.С. ВТОРИННА СИРОВИНА, ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МІСТ	251
Харченко.Р.А., Бородай Д.С. ВПЛИВ ЕКОЛОГІЧНИХ МАТЕРІАЛІВ НА МІКРОКЛІМАТ БУДІВЕЛЬ	252
Хмара А.О., Бородай А.С. ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТОК ГРОМАДСЬКИХ АКВАРІУМІВ	253
Циганенко Г.М. ОГЛЯД ВИКОРИСТАННЯ ЛСТК ДЛЯ БУДІВЕЛЬ ТА СПОРУД	254
Цимбал К.О., Редько А. О. ЕНЕРГОЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ УТИЛІЗАЦІЇ МУЛОВИХ МАС У РЕАКТОРІ З ОБЕРТОВИМ КИПЛЯЧИМ ШАРОМ ЯК ВНЕСОК У БОРОТЬБУ ЗІ ЗМІНОЮ КЛІМАТУ	255

ФАКУЛЬТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ

Вандоляк Д.Т., Кісіль Д. О. МОРФОЛОГІЧНИЙ ПОРТРЕТ АКТИНОМІКОЗУ: ПАТАНАТОМІЧНІ ЗМІНИ ТА ЇХ ДІАГНОСТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ	256
Задерей М.А., Сухоставець Є.І. ПРОЦЕСУАЛЬНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ СУДОВО-ВЕТЕРИНАРНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ.....	257
Лук'янова В.Д., Кісіль Д.О. МАСТИТ У КОРІВ: СУЧАСНІ МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ТА ПРОФІЛАКТИКИ.....	258
Лук'янова В.Д., Кісіль Д.О. ВПЛИВ ГОДІВЛІ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ТА ЗДОРОВ'Я МОЛОЧНИХ КОРІВ	259
Мусієнко О.В. ОСОБЛИВОСТІ ПРОФІЛАКТИКИ І БОРОТЬБИ ІЗ ЗАХВОРЮВАННЯМИ ПТИЦІ.....	260
Мусієнко О.В., Грек В.Є. КЕТОЗ: НАЙБІЛЬШ КРИТИЧНЕ МЕТАБОЛІЧНЕ ЗАХВОРЮВАННЯ У МОЛОЧНИХ КОРІВ	261
Коваленко І.В. ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОСТІ АКАРИЦИДНИХ СМУЖОК У ПРОФІЛАКТИЦІ ВАРОАТОЗУ В УМОВАХ СУЧАСНОГО БДЖІЛЬНИЦТВА	262
Кошелюк Б. А. ПАТОЛОГОАНАТОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АСКАРОЗУ У СВИНЕЙ В УМОВАХ ГОСПОДАРСТВА «ЛИЩЕ» ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	263
Товстий В. С. АФРИКАНСЬКА ЧУМА СВИНЕЙ- ДАВНЯ ЗАГРОЗА ДЛЯ СВИНОКОМПЛЕКСІВ УКРАЇНИ, ЯКА НІКУДИ НЕ ЗНИКЛА	264
Титух С.М. ПАТОЛОГІЧНІ ЗМІНИ В ОРГАНІЗМІ ПРИ ПОРУШЕННІ ГЕМАТОЕНЦЕФАЛІЧНОГО БАР'ЄРУ	265
Ступник І.Ю. ГЕПАТОПРОТЕКТОРНИЙ ЕФЕКТ ПРЕПАРАТІВ ПРИ ПАТОЛОГІЇ ПЕЧІНКИ.....	266
Швець І. В., Шинкарьов Я.С., Кісіль Д.О. ЯК УНИКНУТИ БАБЕЗІОЗУ.....	267
Шкромада О.С. СТРЕСИ У КОРІВ ПОВ'ЯЗАНІ З ВАГІТНІСТЮ ТА ПОЛОГАМИ.....	268
Грек В.Є., Василець В.П. ІНСУЛІНОРЕЗИСТЕНТНІСТЬ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ КЕТОЗОМ У МОЛОЧНИХ КОРІВ	269
Бережний С.Д. ОСОБЛИВОСТІ НАНЕСЕННЯ МАРКЕРІВ ПРИ КІНЕМАТИЦІ У СОБАК.....	270
Рокочий А.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ШИЙКИ МАТКИ ТА ЗОВНІШНІХ ПАРАМЕТРІВ МАТКИ У КІШОК	271
Севастьянов В.В. ПІСЛЯРОДОВІ РЕПРОДУКТИВНІ ЗАХВОРЮВАННЯ ТА ФЕРТИЛЬНІСТЬ У МОЛОЧНИХ КОРІВ	272
Степаненко А.В. ЛІКУВАННЯ КОРІВ ЗА ІМУНОБЕЗПЛІДДЯ ВЕЛИКОЇ РОГАТОЇ ХУДОБИ	273
Стрижиус В.В. ПРОГРАМИ ПРОФІЛАКТИКИ ГІПОКАЛЬЦІЄМІЇ В ПРОМИСЛОВИХ МОЛОЧНИХ СТАДАХ.....	274
Клишко А. П.,Титух С. М. ВПЛИВ РІЗНИХ ЗА ІНТЕНСИВНІСТЮ МЕТОДІВ ГРУПУВАНЬ НА БЛАГОПУЛУЧЧЯ КОРІВ.....	275

Бобровицька А.Ю., Кісіль Д.О. ПАТОЛОГІЧНІ ЗМІНИ В ЛЕГЕНЯХ СВИНЕЙ ПРИ ТУБЕРКУЛЬОЗІ	276
Даценко А. В., Кісіль Д.О. ПОРІВНЯННЯ МЕТОДІВ ЛІКУВАННЯ ПАРААНАЛЬНОГО САКУЛІТУ В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ НА ОСНОВІ ВЛАСНОГО ДОСВІДУ	277
Мозговий М.О. ЕПІДЕМІЧНА СИТУАЦІЯ ЩОДО КАМПІЛОБАКТЕРІОЗУ У РІЗНИХ КРАЇНАХ СВІТУ У 2014–2024 РР.	278
Марушко Д.В. ДОСЛІДЖЕННЯ МІКРОФЛОРИ ПОВІТРЯ ТА ЗМИВІВ З ПТАШНИКІВ, ІНКУБАТОРІВ, ПРЕДМЕТІВ ДОГЛЯДУ ЗА ПТИЦЕЮ	279
Швець Х.С. ПТАХІВНИЦТВО УКРАЇНИ: ВІД ВИКЛИКІВ ДО НОВИХ ГОРИЗОНТІВ РОЗВИТКУ	280
Алейніков С. О. АКАРОЗИ ЖУЙНИХ ТВАРИН: ПОШИРЕННЯ ТА СЕЗОННІСТЬ ПРОЯВУ	281
Драган М.О., Заяц В.П. ВИЯВЛЕННЯ АНІЗАКІДОЗУ МОРСЬКОЇ РИБИ, ЩО РЕАЛІЗУЄТЬСЯ В ТОРГІВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ МІСТА СУМИ	282
Боровець А.М. ЕПІЗООТОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПОШИРЕННЯ ТА ВЕТЕРИНАРНО-БІОЛОГІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ГНУСУ	283
Довженко М.О., Кісіль Д.О. ТУБЕРКУЛЬОЗ ЛЕГЕНЬ У СОБАК: ОСОБЛИВОСТІ ПАТОЛОГОАНАТОМІЧНИХ ЗМІН	284
Зінченко С.В., Петрик О.С., Ступаченко Д.С. ГІПЕРАДЕНКОРТИЦИЗМ. ЛІКУВАННЯ І ПРОФІЛАКТИКА	285
Якимчук Ю. А. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ДІАГНОСТИКИ ТА ЛІКУВАННЯ ГІПОТИРЕОЗУ У СОБАК	286
Капля Ю.І. СИСТЕМА ДОСЛІДЖЕННЯ РЕАКЦІЇ ІМУНОФЛУОРЕСЦЕНЦІЇ ПРИ СКАЗІ СОБАК	287
Мешкова О.К. ЛІКУВАЛЬНО – ПРОФІЛАКТИЧНІ ЗАХОДИ ЗА КОКЦИДІОЗУ ТВАРИН	288
Чигрин О.А. МОРФОЛОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЖИРОВОЇ ДИСТРОФІЇ ПЕЧІНКИ У КУРЕЙ (НА ОСНОВІ НАВЧАЛЬНОГО СПОСТЕРЕЖЕННЯ)	289
Коровіна А. О. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ДІАГНОСТИКИ ТА ЛІКУВАННЯ МЕГАЕЗОФАГУСУ У СОБАК	290
Приймак Д.О. ПОРУШЕННЯ ВОДНО-ЕЛЕКТРОЛІТНОГО БАЛАНСУ У КОТІВ ПРИ ОБСТРУКЦІЇ УРЕТРИ ТА КОРЕКЦІЯ ІНФУЗІЯМИ	291
Тимченко Л.О. АНГІОСТРОНГІЛЬОЗ: ЗНАЧЕННЯ, СИМПТОМАТИКА ТА ЛІКУВАЛЬНО-ПРОФІЛАКТИЧНІ ЗАХОДИ	292
Червяк В. ЕПІЗООТОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕХІНОКОКОЗНОЇ ІНВАЗІЇ	293
Серьожкіна Г. О. ПАТОГЕНЕТИЧНИЙ ВПЛИВ КЕТОЗУ НА ОРГАНІЗМ ЖУЙНИХ ТВАРИН ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ РЕПРОДУКТИВНОЇ ФУНКЦІЇ	294
Кужель Д.О., Андрущенко Д.О., Синельников В.І. АНАТОМІЧНА БУДОВА ТА ФІЗІОЛОГІЯ НИРКИ КОТА СВІЙСЬКОГО	295
Манін Я. І., Костира А.С., Громова К.А., ОСОБЛИВОСТІ АНАТОМІЧНОЇ БУДОВИ СЛІПОЇ КИШКИ ЖУЙНИХ	296
Сіроштан О.О. МОНІТОРИНГ КОМБІНОВАНОЇ АНЕСТЕЗІЇ ЗА ОВАРІОГІСТЕРЕКТОМІЇ У СОБАК	297
Кіриченко О.О., Добруля Є. П., Мокич Л.М., Данилевський О. Ю. ОСОБЛИВОСТІ АНАТОМІЧНОЇ БУДОВИ ТРАХЕЇ СВИНЕЙ	298
Мусієнко Д. О. ФОРМУВАННЯ ЦІНИ ЗАГАЛЬНОГО/КЛІНІЧНОГО АНАЛІЗУ КРОВІ ТВАРИН (ЗАК)	299
Міняйло Т.С. ДЕЗІНФЕКЦІЯ ПІД ЧАС РЕАЛІЗАЦІЇ ВОЛОНТЕРСЬКОГО ПРОЕКТУ «КІШКА», М. СУМИ	300
Лівощенко Є.М., Павловський В.В. ДИНАМІКА ФАГОЦИТАРНОЇ АКТИВНОСТІ ПСЕВДОЕОЗИНОФІЛІВ ЯПОНСЬКИХ ПЕРЕПЕЛІВ	301
Лівощенко Є.М., Москаленко М.А. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПЛЕЧОВОЇ КІСТКИ ДРІБНИХ ТВАРИН	302
Семенюта Е. В. ВИДОВІ ОСОБЛИВОСТІ ХРЕБТА ВИДРИ (LUTRA LUTRA)	303
Лівощенко Є.М., Широка А.І. АНАТОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СІМ'ЯНИКІВ КОТА	304
Красюк С., Сімонова С. ОСОБЛИВОСТІ РАЦІОНАЛЬНОЇ ГОДІВЛІ КРОЛІВ	305
Мисник Ю., Сенченко К. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ЯКІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ШКАРАЛУПИ ЯЄЦЬ	306
Швець Р.В. МАСТИТ: ПОШИРЕНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ЕТІОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ВИНИКНЕННЯ	307
Монакіна А.А. МОРФОЛОГІЧНІ ЗМІНИ ПЕЧІНКИ ПРИ ХРОНІЧНИХ ТОКСИЧНИХ УРАЖЕННЯХ	308
Андрієнко Д.І. АФРИКАНСЬКА ЧУМА СВИНЕЙ	309
Войтенко О.О. ВЕТЕРИНАРНО-САНИТАРНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СВИНАРСЬКИХ КОМПЛЕКСІВ	310
Горілий Н.С., Гребеник Н.П. ВЕТЕРИНАРНИЙ СУПРОВІД КНУРІВ-ПЛІДНИКІВ ПРИ ШТУЧНОМУ ЗАПЛІДНЕННІ СВИНОМАТОК	311
Калініченко Я.О., Гребеник В.В. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ ВАКЦИНАЦІЇ ВЕЛИКОЇ РОГАТОЇ ХУДОБИ В УМОВАХ ПІДПРИЄМСТВА «МОЛОКО ВІТЧИЗНИ»	312
Лівощенко О.І. КОНСТИТУЦІЯ СВИНЕЙ	313
Луньова О.Д. НАБРЯКОВА ХВОРОБА ПОРОСЯТ	314
Максименко В.П. ВПЛИВ СТРЕСУ НА ДОБРОБУТ СВИНЕЙ	315
Матвієвський М.Р., Соболев О.В. ВЕТЕРИНАРНИЙ КОНТРОЛЬ ЗА ЯКІСТЮ КОРМІВ У СВИНАРСТВІ	316
Нікітіна Д.Є. ФІЗИЧНІ СТРЕС-ФАКТОРИ У КОНЕЙ: МЕХАНІЗМИ, НАСЛІДКИ ТА ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ	317

Онищенко М.Ю., Гребеник Н. П., ОСОБЛИВОСТІ ВЕТЕРИНАРНО-САНІТАРНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ ЗАБИЙНИХ ТУШ СВИНЕЙ: МЕТОДИ ОГЛЯДУ ТА ОЦІНКА БЕЗПЕКИ М'ЯСА ДЛЯ ЛЮДИНИ	318
Романченко Є.М. УТРИМАННЯ СВИНЕЙ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВІДКРИТИХ І ЗАКРИТИХ СИСТЕМ.....	319
Пустова А.В. ПАРАСКАРОЗ КОНЕЙ.....	320
Роцупкіна А.С., Ребенко Г.І. ПАРВОВІРУСНИЙ ЕНТЕРИТ СОБАК: СУЧАСНИЙ ВИКЛИК ВЕТЕРИНАРІЇ	321
Маслянка А.С. КОЛІБАКТЕРІОЗ ПОРОСЯТ	322
Трикоз М.О. ФІЗІОЛОГІЯ, РОЗВЕДЕННЯ ТА ПРОДУКТИВНІСТЬ СВИНЕЙ	323
Горілий Н.С. ВИКОРИСТАННЯ ГОРМОНАЛЬНИХ ПРЕПАРАТІВ У РЕПРОДУКТОЛОГІЇ СВИНЕЙ.....	324
Коваленко Н.Є. СЕЗОННІ ОСОБЛИВОСТІ РОСТУ, РОЗВИТКУ ТА РЕАКТИВНОСТІ ОРГАНІЗМУ ТЕЛЯТ ГОЛШТИНСЬКОЇ ПОРОДИ.....	325
Петров В.В. ДЕЗІНФЕКЦІЯ – ЗАЛОГ ОТРИМАННЯ ЯКІСНОЇ І БЕЗПЕЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПТАХІВНИЦТВА	326
Alen Robinson THERIOGENOLOGY: ADVANCES IN ANIMAL REPRODUCTION.....	327
Устименко Д. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОЛІАКРИЛАМІДНИХ ГІДРОГЕЛІВ У ВЕТЕРИНАРІЇ	328

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

Глух В. П.ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІД ВПЛИВОМ ESG-ФАКТОРІВ	329
Пахоленко О. О.ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	330
Шевченко А. В. АГРАРНА СФЕРА ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ОБ'ЄКТ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ВКЛАДЕНЬ.....	331
Шевченко А. С. МЕХАНІЗМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	332
Кобильченко А.О.ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ.....	333
Будикіна В.О.РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	334
Мірошниченко А.О.АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	335
Савенко Д.В. ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКУ ПРАЦІ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ.....	336
Сайко І.О. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ.....	337
Полетаєва А. Ю.СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ: ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ	338
Пилипенко М.В. ПОВЕДІНКОВІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	339
Козлова В.В. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИЙ ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ - ЗАПОРУКА УСПІХУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ.....	340
Карбанова К. М.ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА	341
Сизоненко Д.Ю.СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ СУЧАСНИХ МЕХАНІЗМІВ МОТИВАЦІЇ.....	342
Трохименко А.С. ЕКОНОМІЧНИЙ ТА СОЦІАЛЬНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	343
Данило В.В. ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ НА ОСНОВІ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ	344
Крезуб Д.А. УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	345
Стеценко А. ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ АВТОТРАНСПОРТНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	346
Доля Є.В. ЕВОЛЮЦІЙНА ОПТИМІЗАЦІЯ ТРАЄКТОРІЇ ПОЛЬОТУ БЕЗПІЛОТНОГО ЛІТАЛЬНОГО АПАРАТА.....	347
Биченко Є.В. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ АГРАРНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ: ДОСВІД ТОВ “ЖУРАВКА”.....	348
Курило І.М. ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛЕЙ СИСТЕМ МАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У ПРОЄКТУВАННІ ВІРТУАЛЬНОГО ПОМІЧНИКА ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ ГІПЕРМАРКЕТУ.....	349
Лусевич В., Лусевич М. ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГУ ВИРОБНИЦТВА ЗЕРНОВИХ ТА ЗЕРНОБОБОВИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ З ВИКОРИСТАННЯМ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ МЕТОДІВ.....	350
Мордвінов Д.О. ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ ВАЛОВОГО ЗБОРУ СОНЯШНИКА В УКРАЇНІ З ВИКОРИСТАННЯМ ЕКОНОМЕТРИЧНИХ МЕТОДІВ.....	351
Горбачова А. ДЕЯКІ АСПЕКТИ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗРОБКИ TELEGRAM – БОТУ ДЛЯ МОНІТОРИНГУ ПРОДАЖІВ	352
Гжебовський В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	353

Кошман Н. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ІНТЕРАКТИВНОГО ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ЕКОНОМЕТРИКА»	354
Маяк А.О. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ ТА ПРОЕКТУВАННЯ ВЕБ-ДОДАТКУ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ АЛГОРИТМІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМ «ЛЮДИНА-МАШИНА»	355
Крамський А.С. ОСНОВНІ ЗАДАЧІ СТВОРЕННЯ ВЕБ-ДОДАТКУ ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ СПІВПРАЦІ СТУДЕНТІВ ТА РОБОТОДАВЦІВ.....	356
Суровицька О.І. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД МОДЕЛЕЙ ДАНИХ ОСВІТЬНОГО ПРОЦЕСУ ДЛЯ ПРОЄКТУВАННЯ БАЗИ ДАНИХ АВТОМАТИЗОВАНОЇ ПІДСИСТЕМИ.....	357
Гервольський М.Д. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ЩОДО РОЗРОБКИ БІОМЕТРИЧНОГО ТЕРМІНАЛУ	358
Кримов Д.О. АНАЛІЗ ТА ПРОЄКТУВАННЯ АРХІТЕКТУРИ ІНФОКОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ НА ОСНОВІ СУЧАСНИХ ІТ-РІШЕНЬ	359
Потапенко М.Т. РОЗРОБКА ВЕБДОДАТКУ ІНТЕРАКТИВНОЇ ПЛАТФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ ЦЕНТРУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ТВОРЧОСТІ МОЛОДІ	360
Дубінчин В.С. ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ПРОЄКТУ З РОЗРОБКИ ІТ-СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ РОБОЧИХ МІСЦЬ	361
Дубінчин В.С. КОМПЛЕКСНЕ ТЕСТУВАННЯ ТА НАЛАГОДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ.....	362
Сосєдко Д.С. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ВІДДІЛУ НТТМ	363
Ярмоленко С.В. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ ТА ПРОЄКТУВАННЯ ВЕБ-ДОДАТКУ ПІДТРИМКИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА.....	364
Биченко Є.В. ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ЯК ФУНДАМЕНТ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	365
Гончар Д.О. ІНФОРМАЦІЙНА ПІДСИСТЕМА РОЗРАХУНКУ БАЛАНСУ ГУМУСУ І ПОЖИВНИХ РЕЧОВИН В ҐРУНТІ.....	366
Михайлюк О.С. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА СИСТЕМА АНАЛІЗУ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТЕЛЕМАРКЕТИНГОВОЇ КОМПАНІЇ.....	367
Андрущенко А.С. МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ	368
Бондаренко Д.В. МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК: СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА	369
Бугрим О. ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ПОСЛУГ.....	370
Вязанкін В. ЛОГІСТИЧНІ СТРАТЕГІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННИХ РИЗИКІВ ТА ОБМЕЖЕНЬ.....	371
В'юнник А.С. ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	372
Заїка К.С. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ	373
Калініченко В.С. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ.....	374
Клименко В. SMM ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ	375
Коваленко М.В. УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	376
Крушинський Д. ФОРМУВАННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	377
Лавріненко М.С. ВПЛИВ ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ НА ЕМОЦІЙНЕ СПРИЙНЯТТЯ БРЕНДУ КОРИСТУВАЧАМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	378
Мелешко Б. СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	379
Мірошніченко Р.В. МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ	380
Пилипенко Є.В. РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ФОРМУВАННІ АСОРТИМЕНТУ ТОВАРІВ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ НОВИХ КЛІЄНТІВ.....	381
Семеренко К.О. ОСНОВНІ АСПЕКТИ В РОЗРОБЦІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ	382
Скачок І.Ю. МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ КЛІЄНТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ	383
Скрипченко Д.О. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ.....	384
Ставцева П. І. МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ	385
Ткаченко Р.С. ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ	386
Устик М.Д. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ АГРОБІЗНЕСУ	387
Устименко С.Ю. РОЛЬ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	388
Циганкова М.Д. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ТА ЇХ РОЛЬ У ПРОСУВАННІ ПРОДУКЦІЇ.....	389
Шапран М.В. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ.....	390

Шевченко І.О. МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	391
Дворніченко М.В. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ПРОГРАМИ «BAS БУХГАЛТЕРІЯ»	392
Дрюк А.О. ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ У ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	393
Лук'янова Л.А. СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ПРОГРАМНИХ ЗАСОБІВ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА	394
Островецька А.В. АУДИТ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ: ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ	395
Шевчун Т.Є. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	396
Колесник О.С. СУТНІСТЬ ТА ЕЛЕМЕНТИ МЕХАНІЗМУ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИМИ ЗАКЛАДАМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	397
Колоша М.Ю. НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ (НА ПРИКЛАДІ ДЕРЖАВНОГО ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ «ЛЕБЕДИНСЬКЕ ВИЩЕ ПРОФЕСІЙНЕ УЧИЛИЩЕ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА»).....	398
Носова М.О. ЕЛЕМЕНТИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ ПОЛІТИКОЮ В ЗАКЛАДІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я.....	399
Завірюха Ю. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ЗМІН	400
Ситник К. А ФІНАНСУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ НА ПРИФРОНТОВИХ ТЕРИТОРІЯХ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	401
Рудяк Є. І. АГРАРНЕ СТРАХУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗНИЖЕННЯ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	402
Адамкевич М. Д.АУДИТОРСЬКІ ВИСНОВКИ КОНСАЛТИНГОВИХ КОМПАНІЙ ЯК ОСНОВА ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ПІДПРИЄМСТВА.....	403
Клишкова Я.С. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	404
Черкасов Є.І. АНТИМОНОПОЛЬНА ПОЛІТИКА ТА ЇЇ ВАЖЛИВІСТЬ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	405
Жирна С.С. ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ МОЛОДІ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	406
Целелева К.О. КРЕДИТУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ	407
Діденко Л.О. ЯК ВІЙНА ЗМІНИЛА РИНОК СТРАХОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	408
Кушнір М.А. ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ	409
Горлач Ю.В. РОЛЬ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ УКРАЇНИ.....	410
Кулініч Н.В. ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	411
Лебединський Д.О. МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	412
Загорулько Є.А. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	413
Сидоренко Н.А. ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ.....	414
Котенко А.В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОСТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	415
Петленко А.Ю. ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ДОМОГОСПОДАРСТВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН	416
Кононенко М.А. CREDIT: DEFINITION, FORMS, AND INSTRUMENTS	417
Молодан І.В. СТРАТЕГІЯ ДОВГОСТРОКОВОГО ІНВЕСТУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ДЕРЕВООБРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ	418
Клименко М.М.СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ІНВЕСТУВАННЯ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОГО ТВАРИННИЦТВА У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ.....	419
Мараховський М.В. ВПЛИВ ОСОБЛИВОСТЕЙ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ТА СИСТЕМУ ЙОГО ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ	420
Дубінчин В. С. ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ПРОЄКТУ З РОЗРОБКИ ІТ-СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ РОБОЧИХ МІСЦЬ	421
Дубінчин В.С. КОМПЛЕКСНЕ ТЕСТУВАННЯ ТА НАЛАГОДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ.....	422

ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Говенько С. В. СПОСОБИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАДІЙНОСТІ ЕЛЕКТРИЧНОЇ МЕРЕЖІ	423
Гриценко Є.В. КЛАПАН ПОЛИВУ ГІДРОПОННИХ СИСТЕМ ПРОРОЩЕННЯ ЗЕРНА.....	424

Супруненко М. К. РАННЯ ДІАГНОСТИКА НЕСПРАВНОСТЕЙ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІЙ ТЕХНІЦІ НА ОСНОВІ ВІБРАЦІЙНОГО АНАЛІЗУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНО-ЕКСТРЕМАЛЬНОЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ НА ПРИКЛАДІ ТРАКТОРА JOHN DEERE 6155M.....	425
Бойко А.О. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ВДОСКОНАЛЕННІ ЖАРОСТІЙКИХ МАТЕРІАЛІВ І ПОКРИТТІВ ДЛЯ ДВИГУНІВ АВТОТРАКТОРНОЇ ТЕХНІКИ.....	426
Либань Д.О. ЛАЗЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗМІЦНЕННЯ СТАЛЕВИХ ДЕТАЛЕЙ АГРОМАШИН: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ.....	427
Савченко С.М. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ЗМІЦНЕННЯ ПОВЕРХНІ ДЕТАЛЕЙ ҐРУНТООБРОБНОЇ ТЕХНІКИ.....	428
Скрипник В.В., Максимов П. С. ІНЖЕНЕРІЯ ПОВЕРХНІ ЯК СТРАТЕГІЯ ПІДВИЩЕННЯ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ АВТОТРАКТОРНИХ ТРАНСМІСІЙ.....	429
Тесленко О.В. РОЗРОБКА АДАПТИВНОЇ МОДЕЛІ ПРОГНОЗУВАННЯ ПИТОМОГО ОПОРУ ҐРУНТУ ДЛЯ ШВИДКІСНИХ ҐРУНТООБРОБНИХ АГРЕГАТІВ В УМОВАХ ЗМІННИХ АГРОКЛІМАТИЧНИХ ФАКТОРІВ.....	430
Калнагуз О.М. АВТОМАТИЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПОЛЬОВИМИ АГРЕГАТАМИ.....	431

ФАКУЛЬТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Алейнова П. Д. ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	432
Андрєєв О.М. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПІЦЦИ З МЕТОЮ ПІВДИЩЕННЯ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ.....	433
Антоневич С.В. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КРЕМУ З ДОДАВАННЯМ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ.....	434
Арістархов Р.С. ПІДВИЩЕННЯ БІОЛОГІЧНОЇ ЦІННОСТІ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ ШЛЯХОМ ДОДАВАННЯ ПОРОШКУ ЕХІНАЦЕЇ.....	435
Бакуменко М. О. СТАН ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ У ПІВДЕННО-СХІДНОМУ РЕГІОНІ СУМЩИНИ.....	436
Бражник А.В. ВИКОРИСТАННЯ ПОРОШКУ КУНЖУТУ У ВИРОБНИЦТВІ РИБНОГО РУЛЕТУ.....	437
Бредун Д.В. АВТОМАТИЗОВАНІ ЛІНІЇ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА ХЛІБА: ВІД ЗАМІСУ ДО УПАКОВКИ.....	438
Буєно-Бібікова Т. МОДЕРНІЗАЦІЯ ОБ'ЄКТІВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ САДИБ РОМЕНСЬКОГО РАЙОНУ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	439
Булега В Ю. ПЕРЕРОБКА ЕКЗОТИЧНИХ ФРУКТІВ: ВИКЛИКИ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ РІШЕННЯ.....	440
Бушнева А.О. ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ У ВИРОБНИЦТВО ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ.....	441
Буяло Є.С. ФУНКЦІОНАЛЬНО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ФАРШУ ІЗ МАЛОЦІННИХ ВИДІВ РИБ.....	442
Віленський В.О. ВИКОРИСТАННЯ VR-ТЕХНОЛОГІЙ НА МІСЬКИХ ЕКСКУРСІЙНИХ МАРШРУТАХ.....	443
Влізько К. О. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КУЛІНАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ З ВИКОРИСТАННЯМ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ.....	444
Воронін О. А. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ТЕХНОЛОГІЇ БІСКВІТНОГО НАПІВФАБРИКАТУ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯ РОСЛИННИХ ПІНОУТВОРЮВАЧІВ.....	445
Гасевська Н. В. ВИКОРИСТАННЯ БІЛОЇ КВАСОЛІ У ВИРОБНИЦТВІ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ.....	446
Гетьман Х.С. РЕКРЕАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ВІДНОВЛЕННЯ ПСИХІЧНОГО ТА ФІЗИЧНОГО ЗДОРОВ'Я ЛЮДИНИ.....	447
Гончаренко С.О. СУМЩИНА ЯК ОСЕРЕДОК РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	448
Гончаренко С.О. РЕКРЕАЦІЙНИ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	449
Губа С.О. ДОСЛІДЖЕННЯ МІКРОБІОЛОГІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ МАРИНОВАНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ З М'ЯСА КУРКИ.....	450
Гудименко С.В. ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ЕКСТРАКТУ ХМЕЛЮ У ВИРОБНИЦТВІ ЙОГУРТІВ.....	451
Гусєва С.М. РАЦІОНАЛЬНЕ ТА ЗБАЛАНСОВАНЕ ХАРЧУВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	452
Гуць Т.С. ВИКОРИСТАННЯ ТРАДИЦІЙНИХ РЕМЕСЛ СУМЩИНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ.....	453
Деркач Я.О. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ НАПОЇВ З ВИКОРИСТАННЯМ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ.....	454
Дехтяренко А. Ю. ІННОВАЦІЇ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	455
Дзюба Я. С. БІЗНЕС-МОДЕЛІ ZERO-WASTE У ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ: ВІД ГЛОБАЛЬНИХ ПРАКТИК ДО УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЙ.....	456
Діхтяр А.Р. КРАЩІ ПРАКТИКИ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ВІННИЦЬКОГО РЕГІОНУ.....	457
Дрозд А.С. ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	458
Завгородній Д.М. АНАЛІЗ РИНКУ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ НАПОЇВ: ТРЕНДИ, СПОЖИВЧІ ВПОДОБАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	459
Завиленкова Т.М. СУПИ ШВИДКОГО ПРИГОТУВАННЯ У ХАРЧОВОМУ РАЦІОНІ ВІЙСЬКОВИХ.....	460

Заїка Д.С. РЕСУРСНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА РОЗРОБКА ЕКСКУРСІЙНИХ МАРШРУТІВ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ	461
Ілляшенко Я.І. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ГОРОБИНИ ЧОРНОПЛІДНОЇ В ТЕХНОЛОГІЇ ВИГОТОВЛЕННЯ БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ	462
Іщенко Ю.Ю. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ПІСЛЯ ЗАКІНЧЕННЯ ВІЙНИ В УКРАЇНІ	463
Карачов В.В. ФОРМУВАННЯ СКЛАДУ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО МОЛОЧНОГО ПРОДУКТУ З ДОДАВАННЯМ ПОРОШКУ MORINGA OLEIFERA	464
Килосова М.О. ТЕНДЕНЦІЯ ЩОДО ЗРОСТАННЯ ПОПУЛЯРНІСТІ М'ЯСА РОСЛИННОГО ПОХОДЖЕННЯ В КРАЇНАХ ЄС	465
Килосова О.О. ЄВРОПЕЙСЬКІ ТЕНДЕНЦІЯ ЩОДО ЗРОСТАННЯ ПОПУЛЯРНІСТІ ВИРОБНИЦТВО ПИВА З НИЗЬКИМ ВМІСТОМ АЛКОГОЛЮ	466
Кислий С.О. ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЯ ЕТНОСІВ ДЛЯ РОЗРОБКИ ЕТНО-ГАСТРО ТУРІВ УКРАЇНОЮ	467
Коваленко Д.В. РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ГРАНОЛИ ПІДВИЩЕНОЇ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ	468
Коваленко В.І. ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРАКТИК У КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	469
Кожушко А.О. ТУРИЗМ ТА РЕКРЕАЦІЯ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ	470
Кожушко А.О. ТУРИЗМ ХХІ СТОЛІТТЯ: МІЖ ТЕХНОЛОГІЯМИ, ПРИРОДОЮ ТА НОВИМИ ВРАЖЕННЯМИ	471
Колодяжна В.О. ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИЗМІ: МАРКЕТИНГОВІ МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА	472
Комишенець В.М. ТРАДИЦІЙНА КУХНЯ СУМЩИНИ ТА ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ В ГАСТРОНОМІЧНОМУ ТУРИЗМІ РЕГІОНУ	473
Кононенко А.А. СТВОРЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПЕЧИВА З ДОДАВАННЯМ ПОРОШКУ АРОНІЇ	474
Котенко А.О. ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА У ПОСТВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	475
Кравець А.О. ПОЛІПШЕННЯ ЯКОСТІ ЗГУЩЕНОГО МОЛОКА ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ ФРУКТОВО-ЯГІДНИХ СИРОПІВ	476
Крецік А. С. ПОТЕНЦІАЛ ВИГОТОВЛЕННЯ СПЕЦІАЛЬНОГО ПИВА	477
Лагуткіна М. В. РОЗВИТОК АНТАРКТИЧНОГО ТУРИЗМУ ТА МОЖЛИВОСТІ СПІВПРАЦІ УКРАЇНИ	478
Лазебна К. Р. РОЗРОБКА ЙОГУРТУ ПІДВИЩЕНОЇ БІОЛОГІЧНОЇ ЦІННОСТІ З НАПОВНЮВАЧЕМ «ГРУША + ЗЛАКИ»	479
Лютій В.І. ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСІБ ЗМІЦНЕННЯ СІМЕЙНИХ ЦІННОСТЕЙ І МІЖПОКОЛІННЄВОЇ ВЗАЄМОДІЇ	480
Макаренко Н.В. ВИКОРИСТАННЯ СОЄВОГО БОРОШНА В ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ	481
Малишок Н.В. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КАЛЬЦОНЕ З ПІДВИЩЕНИМ ВМІСТОМ ХАРЧОВИХ ВОЛОКОН	482
Марусей Т.В. ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	483
Матісов О.Д. ВИКОРИСТАННЯ ФІТОЕКСТРАКТІВ У ВИРОБНИЦТВІ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ	484
Мельник Д.В. МАРКЕТИНГ АВТЕНТИЧНОСТІ: ЯК НАРОДНІ СВЯТА ФОРМУЮТЬ ТУРИСТИЧНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ	485
Мокренко Н.М. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ РЕКЛАМНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ СУМЩИНИ	486
Мороз-Івченко Я.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗРОБКИ ТЕХНОЛОГІЙ ПРОТЕЇНОВИХ БАТОНЧИКІВ ДЛЯ ХАРЧУВАННЯ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ З ВИКОРИСТАННЯМ НЕТРАДИЦІЙНОЇ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ	487
Науменко Т.А. ВПЛИВ КОНЦЕНТРАЦІЇ НАТУРАЛЬНОГО БАРВНИКА З ВИЧАВОК БУЗИНИ ЧОРНОЇ НА МІКРОБІОЛОГІЧНІ ПОКАЗНИКИ ЯБЛУЧНОГО ЗЕФІРУ	488
Науменко Т.А. ВПЛИВ КОНЦЕНТРАЦІЇ НАТУРАЛЬНОГО БАРВНИКА З ВИЧАВОК БУЗИНИ ЧОРНОЇ НА ОРГАНОЛЕПТИЧНІ ПОКАЗНИКИ ЯБЛУЧНОГО ЗЕФІРУ	489
Одінцов С.М. ВПЛИВ БІЛКА НАСІННЯ КОНОПЕЛЬ НА ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ СИРНОГО ПРОДУКТУ	490
Оксененко Є.О. ОСОБЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ ГОТЕЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ДО КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ	491
Омельчук К.В. ФЕРМЕНТАЦІЯ В ТЕХНОЛОГІЇ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ НАПОЇВ: ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ	492
Перевозник А.В. РОСЛИННЕ МОЛОКО: ТЕНДЕНЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА СПОЖИВАННЯ	493
Пономаренко В.І. СПОСОБИ ПРИГОТУВАННЯ БІСКВІТНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ	494
Пономаренко В.І. ГЕНЕРАЦІЯ ДОСЛІДНИЦЬКИХ ІДЕЙ ЗА ДОПОМОГОЮ МОЗКОВОГО ШТУРМУ ПРИ НАПИСАННІ ДИСЕРТАЦІЇ НА ТЕМУ «УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БІСКВІТНОГО НАПІВФАБРИКАТУ З ДОДАВАННЯМ БОРОШНА ЗЕЛЕНОЇ ГРЕЧКИ»	495
Попова А.О. ОРГАНІЧНЕ ВИРОЩУВАННЯ ЯГІД ТА ЕФЕКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЇХ ПЕРЕРОБКИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	496

Постна В.В. КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	497
Пуригін І.О. АНАЛІЗ АМІНОКИСЛОТНОГО СКЛАДУ ЗГУЩЕНОЇ МОЛОЧНОЇ СИРОВАТКИ, ОБРОБЛЕНОЇ НАНОФІЛЬТРАЦІЄЮ.....	498
Рахмаїл М.О. РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ГАСТРОТУРІВ	499
Ростока В.С. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ	500
Румбешта Р.О. ВИКОРИСТАННЯ М'ЯСА ГУСКИ В РЕЦЕПТУРАХ КОВБАСОК ДЛЯ СМАЖЕННЯ.....	501
Сабадаш М.С. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ІНГРЕДІЄНТІВ У ВИРОБНИЦТВІ ДІЄТИЧНИХ ТА ОЗДОРОВЧИХ ПРОДУКТІВ	502
Семікопенко М.Ю. ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЯКІСТЬ ТА ТЕРМІН ЗБЕРІГАННЯ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ТА КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ	503
Синенко Т.П. ЯКІСНІ ПОКАЗНИКИ МОЛОКА-СИРОВИНИ В ДОМОГОСПОДАРСТВАХ ПОБЛИЗУ ТЕРИТОРІЇ ВОЄННИХ ДІЙ.....	504
Синенко Т.П. БЕЗПЕЧНІСТЬ МЕДУ ЯК ПОКАЗНИК ЕКОЛОГІЧНОГО СТАНУ ТЕРИТОРІЙ ІЗ НАСЛІДКАМИ ВОЄННИХ ДІЙ.....	505
Солодка Є.О. ПРОМОЦІЯ ЛОКАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	506
Сорока А.П. СТАН ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ ТА СХІДНІЙ ЄВРОПІ	507
Стрельникова Є.О. РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗГЛЮТЕНОВИХ КАШ ШВИДКОГО ПРИГОТУВАННЯ ПІДВИЩЕНОЇ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ	508
Тимошенко Г.Г. ЕКСКУРСІЙНИЙ ПРОДУКТ У СТРУКТУРІ БРЕНДУ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРИТОРІЇ	509
Ткаченко А.О. ПЕРСПЕКТИВА ВИКОРИСТАННЯ ЖОЛУДІВ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	510
Ткаченко А.О. РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ: ЖОЛУДІ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА СИРОВИНА В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ	511
Ткаченко Д.С. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ ТА РЕСУРСНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ МАРШРУТІВ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	512
Товстоґ'ят Д.І. ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННИХ ДОБАВОК У ВИРОБНИЦТВІ ТІСТА ДЛЯ ПІЦИ	513
Тодерюк Д.В. ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЖОЛУДІВ У РЕЦЕПТУРАХ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ.....	514
Ходькова А.В. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ЗБИВНОГО МОЛОЧНОГО ДЕСЕРТУ З ВИКОРИСТАННЯМ СУНИЦІ.....	515
Чебаненко Є.В. МЕТОД ШЕСТИ КАПЕЛЮХІВ ЕДВАРДА ДЕ БОНО ЯК ІНСТРУМЕНТ БАГАТОСТОРОННЬОГО АНАЛІЗУ ТА ВЕРИФІКАЦІЇ НАУКОВОЇ ПРОБЛЕМИ У ДИСЕРТАЦІЙНОМУ ДОСЛІДЖЕННІ «ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙНИХ СПОСОБІВ ОБРОБЛЕННЯ БОБОВИХ НА ЇХНІ СПОЖИВЧІ ВЛАСТИВОСТІ»	516
Черевко Д.В. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КЕФІРУ З ПІДВИЩЕНИМ ВМІСТОМ БІЛКА	517
Чесной М.А. ТЕХНОЛОГІЯ КОНСЕРВУВАННЯ ТА ЗАМОРОЖУВАННЯ ОВОЧІВ І ФРУКТІВ: ЯК ЗМІНИВСЯ РИНОК.....	518
Чесной М.А. СЕНСОРНА ОЦІНКА ЯК ІНДИКАТОР ЯКОСТІ ПШЕНИЧНОГО БОРОШНА ВИЩОГО ҐАТУНКУ.....	519
Шамкало С.І. ВИКОРИСТАННЯ МОРІНГІ У ВИРОБНИЦТВІ РИСОВИХ МАКАРОННИХ ВИРОБІВ	520
Шевченко В.А. ІННОВАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТУРОПЕРАТОРАМИ	521
Шеффер Р.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗРОБКИ МАРИНАДУ З ВИКОРИСТАННЯМ ДИКОРΟΣЛИХ ЯГІД ДЛЯ МАРИНУВАННЯ КУРЯЧОГО ФІЛЕ	522
Шкарапута Р.В. ВИКОРИСТАННЯ БІЛКОВОЇ СИРОВИНИ У ВИРОБНИЦТВІ ЗАМОРОЖЕНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ	523
Ященко В.А. РОЗРОБКА УДОСКОНАЛЕНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ КРУАСАНІВ З ВИКОРИСТАННЯМ КОНОПЛЯНОГО БІЛКА.....	524
Бутовий О.В. ВПЛИВ РОЗМІРУ ЧАСТИНОК ПОРОШКУ КІСТОЧОК МАЛИНИ НА ЯКІСНІ ПОКАЗНИКИ НАПОЮ НА ОСНОВІ МОЛОЧНОЇ СИРОВАТКИ.....	525
Кіншаков Д.В. ЗНАЧЕННЯ МІКРОБІОЛОГІЧНОГО КОНТРОЛЮ У ВИРОБНИЦТВІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ.....	526
Кіншаков Д.В. ТЕХНОЛОГІЯ КРАФТОВОГО СИРУ У ФЕРМЕНТОВАНОМУ ВИНОГРАДНОМУ ЛИСТІ.....	527
Нефьодов А.В. ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ХАРЧУВАННЯ СПОРТСМЕНІВ.....	528
Пермякова К.Ю. ЦУКОР В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	529

ЮРИДИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Алексєєнко З.О., Дубовик І.І. ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВИХ МОДЕЛЕЙ ВИСОТ У ПІДВИЩЕННІ ТОЧНОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ГЕОІДАЛЬНИХ ПОВЕРХОНЬ УКРАЇНИ.....	530
Брижань Ю.В. ПРЕВЕНТИВНА МЕДІАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ЗАПОБІГАННЯ КОЛЕКТИВНИМ ТРУДОВИМ СПОРАМ	531
Ветров С.В., Абдієва С.Е. ЕВОЛЮЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ПРАВОВИХ СТАНДАРТІВ У СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ НА ДОСТУП ДО ІНФОРМАЦІЇ	532
Волкова Є.Р. ЮРИДИЧНІ АСПЕКТИ СУРОГАТНОГО МАТЕРИНСТВА В США, ЇХ ПРОБЛЕМАТИКА	533

Гладченко М.В. ВІДНОВЛЕННЯ ТА РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ ПІСЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПОРУШЕНЬ: ЕКОЛОГІЧНА ТА ЕКОНОМІЧНА ЦІННІСТЬ	534
Гученко Р. ПОРТАЛ «ДІЯ» ЯК МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСТУПУ ДО ПУБЛІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ: ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ	535
Довгаль А.В. ТРУДОВІ ПРАВА ПРАЦІВНИКІВ-МІГРАНТІВ: ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ В УКРАЇНІ ТА ЄС	536
Довгополова Є. В. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ СІМЕЙНОГО ФЕРМЕРСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	537
Дудченко К.Ю. ЕЛЕКТРОННІ ПЕТИЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПРАВА ГРОМАДЯН НА УЧАСТЬ У ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ В УКРАЇНІ	538
Ємельяненко О. ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ПАТРУЛЬНИМИ ПОЛІЦЕЙСЬКИМИ ЗАХОДІВ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОВАДЖЕННЯ В СПРАВАХ ПРО АДМІНІСТРАТИВНІ ПРАВОПОРУШЕННЯ В СФЕРІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ДОРОЖНЬОГО РУХУ	539
Ємець А.С. ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ НЕЗАХИЩЕНИХ ВЕРСТВ НАСЕЛЕННЯ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ	540
Журавльов О. АДАПТАЦІЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ ДО ПРАВА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ: КЛЮЧОВІ ПРІОРИТЕТИ 2025 РОКУ	541
Зленко С.М. ГАРАНТУЮЧА ВЛАСТИВІСТЬ ПРИНЦИПІВ ЦИВІЛЬНОГО СУДОЧИНСТВА	542
Івахненко Д.С. МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВА НА ЖИТЛО ТА ПРОБЛЕМИ ПІД ЧАС ВНУТІШНЬОГО ПЕРЕМІЩЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ	543
Ізотова В.С. ОКРЕМІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАХОДІВ ПРОЦЕСУАЛЬНОГО ПРИМУСУ У ЦИВІЛЬНОМУ СУДОЧИНСТВІ	544
Кармазіна Є.І. ЗНАЧЕННЯ ГЕОДЕЗІЇ У ФОРМУВАННІ ЕФЕКТИВНОГО ПРОСТОРОВОГО ПЛАНУВАННЯ ТЕРИТОРІЙ	545
Климов К.В. ПРАВОВІ МЕЖИ ВИКОРИСТАННЯ ШІ-МЕДІАТОРІВ У ВИРІШЕННІ ТРУДОВИХ СПОРІВ	546
Коваленко Е.В. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВА НА ІНФОРМАЦІЮ В УКРАЇНІ	547
Котвяковський П.Ю. ВИКОРИСТАННЯ ГЕОДЕЗИЧНИХ І КАРТОГРАФІЧНИХ ЗНАТЬ У ПРОСТОРОВОМУ ПЛАНУВАННІ	548
Кошман Б.Р. ПРАВА ЛЮДИНИ В УМОВАХ ВИМУШЕНОГО ПЕРЕМІЩЕННЯ: ВИКЛИКИ ДИСКРИМІНАЦІЇ	549
Крепс З.В. ГЕОДЕЗИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ОСНОВА ТОПОГРАФО-ГЕОДЕЗИЧНИХ І КАРТОГРАФІЧНИХ РОБІТ	550
Кубишкін Д.О. ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ПРЕДМЕТУ ПРИХОВУВАННЯ АБО ПЕРЕКРУЧЕННЯ ВІДОМОСТЕЙ ПРО ЕКОЛОГІЧНИЙ СТАН АБО ЗАХВОРЮВАНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ	551
Кубрак А. О. РЕАЛІЗАЦІЯ ПРАВА: ФОРМИ ТА ЗАСТОСУВАННЯ НОРМ ПРАВА	552
Кузнецов А.С. ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ДЕМОКРАТІЇ НА РІВНІ СУБ'ЄКТІВ МУНІЦИПАЛЬНОЇ ПРАВОТВОРЧОСТІ	553
Кузьменко А.Р. ДЖЕРЕЛА ШЕНГЕНСЬКОГО ПРАВА ТА ЇХ МІСЦЕ В СИСТЕМІ ПРАВА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	554
Куріцький Р.В. ДЕРЖАВНЕ ФІНАНСУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ПАРТІЙ В УКРАЇНІ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	555
Леонова Є.В. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МИТНОЮ СПРАВОЮ В УКРАЇНІ	556
Лисенко В. МІЖНАРОДНО-ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ЦИВІЛЬНОГО НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ АГРЕСІЇ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ	557
Лозін А.О. ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРАВЗАХИСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОМБУДСМЕНА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	558
Луговий А.С. ГЕОДЕЗИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПОРЯДКУВАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ПІД ЧАС ОБ'ЄДНАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК	559
Ляшенко С.К. ПРОСТОРОВЕ УПОРЯДКУВАННЯ ЗЕМЕЛЬ ТА ПОЛЬОВІ ДОРОГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ І КАДАСТРОВОГО ОБЛІКУ	560
Мельник В.В. ЗЕЛЕНА ПУБЛІЧНА АДМІНІСТРАЦІЯ: ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА У НАДАННІ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ	561
Митасов М.Р. ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В УКРАЇНІ	562
Міщенко Є.В. ОСОБЛИВОСТІ ДОКАЗУВАННЯ У СПРАВАХ ПРО ВСТАНОВЛЕННЯ ФАКТУ ПРОЖИВАННЯ ОДНІЄЮ СІМ'ЄЮ ЧОЛОВІКА ТА ЖІНКИ БЕЗ РЕЄСТРАЦІЇ ШЛЮБУ	563
Моляр М. О. СИСТЕМА СОЦІАЛЬНИХ ВИПЛАТ І ГУМАНІТАРНОЇ ПІДТРИМКИ ПОСТРАЖДАЛИХ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ	564
Момот Ю.М. СУДОВА ПРАВОТВОРЧІСТЬ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ЮСТИЦІЇ	565
Науменко В.Я. ОСОБЛИВОСТІ РОЗГЛЯДУ СПРАВ ПРО ВСТАНОВЛЕННЯ ФАКТУ НАРОДЖЕННЯ ОСОБИ В ПЕВНИЙ ЧАС У РАЗІ НЕМОЖЛИВОСТІ РЕЄСТРАЦІЇ ОРГАНОМ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ АКТИВ ЦИВІЛЬНОГО СТАНУ ФАКТУ НАРОДЖЕННЯ	566
Неджеря В. ЕЛЕКТРОННЕ УРЯДУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ: ДОСВІД УКРАЇНИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	567
Ночвій Г.І. ЩОДО ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ МІГРАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СВІТІ	568

Однороб В.С. ПРАВО ЛЮДИНИ НА БЕЗПЕЧНЕ ДОВКІЛЛЯ: ВИКЛИКИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ.	569
Павлюк О.В. ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ ПРАВОВИХ ЦІННОСТЕЙ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.	570
Петренко А. ПРОСТОРОВО ОРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯМ: ІНТЕГРАЛЬНА ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА І ДИФЕРЕНЦІЙОВАНІ ІНСТРУМЕНТИ ПОЛІТИКИ.	571
Петрина О. С. ПРОБЛЕМИ КВАЛІФІКАЦІЇ ХУЛІГАНСТВА.	572
Петровська О.В. РОЗСЛІДУВАННЯ ЗНИКНЕННЯ ДІТЕЙ У ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ.	573
Поляков О.А. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РОДЮЧОСТІ ҐРУНТІВ У СИСТЕМІ ЕФЕКТИВНОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ.	574
Рекуненко А. Б. СЛУЖБОВІ КРИМІНАЛЬНІ ПРАВОПОРУШЕННЯ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ І ПРОБЛЕМАТИКА ЇХ КВАЛІФІКАЦІЇ.	575
Руденко М.М. ДИСЦИПЛІНАРНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СУДДІВ ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНОЇ СТІЙКОСТІ СУДОВОЇ ВЛАДИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.	576
Святишенко Т.В. РОЛЬ ГЕОДЕЗІЇ У ВИРШЕННІ ЗАВДАНЬ РАЦІОНАЛЬНОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ.	577
Сердюк В.О. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ КАРТ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ДЛЯ ОЦІНКИ ЕКОЛОГІЧНОГО СТАНУ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ.	578
Скляренко О. ПРАВОВІ ІНСТРУМЕНТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРАВ ЛЮДИНИ.	579
Совенко С.О. ПРАВО ВЛАСНОСТІ НА ЗЕМЛІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ: БАЛАНС ІНТЕРЕСІВ ДЕРЖАВИ, ГРОМАДИ Й АГРОБІЗНЕСУ.	580
Сокрута В. ДОГОВІР ОРЕНДИ ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.	581
Ступак С.П. ЕЛЕКТРОННА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ГРОМАДЯН ЧЕРЕЗ «ДІЯ.ID».	582
Томурко В.О. ОКРЕМІ ПИТАННЯ МІЖНАРОДНО-ПРАВОВИХ МЕХАНІЗМІВ ПІДТРИМКИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ.	583
Удовенко Р.П. ПРАКТИКА ЄВРОПЕЙСЬКИХ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ У СФЕРІ ПРАВОВОГО ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДКРИТОСТІ.	584
Ханюков В.А. ЮРИДИЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ВИКОРИСТАННЯ ДОПІНГУ У СПОРТІ.	585
Циганок О.М. АДМІНІСТРАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ НЕПОВНОЛІТНІХ.	586
Черевач О.О., Дубовик І.І. ОЦІНКА ВПЛИВУ МІСЬКОЇ ЗАБУДОВИ НА ТОЧНІСТЬ СУПУТНИКОВИХ ГЕОДЕЗИЧНИХ ВИМІРЮВАНЬ.	587
Чубатюк В.О. ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПЕРСПЕКТИВИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА.	588
Шевченко В.В. РОЗВИТОК СЕРВІСНОЇ ДЕРЖАВИ: АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ.	589
Шестаков В.О. ЕВОЛЮЦІЯ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ НА ЕКОЛОГІЧНУ ФУНКЦІЮ ДЕРЖАВИ.	590
Шпетна А.С. ЗАХИСТ ПЕРСОНАЛЬНИХ ДАНИХ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ПРОБЛЕМИ ПРАВОЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ.	591
Щербак А.А. ОСОБЛИВОСТІ РОЗГЛЯДУ СУДОМ СПРАВ ПРО НАДАННЯ НЕПОВНОЛІТНІЙ ОСОБІ ПОВНОЇ ЦИВІЛЬНОЇ ДІЄЗДАТНОСТІ.	592
Klietsova N.V., Moskvina O.L. MICROECONOMIC DETERMINANTS OF MODERN LABOR DEMAND: FROM REGULATORY FACTORS TO STRATEGIC HR PLANNING.	593
Котко С.А. ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ВИПЛАТ В ПЕРІОД СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ В УКРАЇНІ.	594