



**INTERNATIONAL SCIENTIFIC-
PRACTICAL CONFERENCE**

**PROBLEMS AND PROSPECTS FOR
THE DEVELOPMENT OF SCIENCE,
EDUCATION AND TECHNOLOGY**

Book of abstracts



August 3, 2024

**Aarhus,
Denmark**





**INTERNATIONAL SCIENTIFIC-
PRACTICAL CONFERENCE**

**PROBLEMS AND PROSPECTS FOR
THE DEVELOPMENT OF SCIENCE,
EDUCATION AND TECHNOLOGY**

Book of abstracts

**August 3, 2024
Aarhus,
Denmark**



UDC 37:082.2(06)

International scientific-practical conference “Problems and prospects for the development of science, education and technology”: conference proceedings (Aarhus, Denmark, August 3, 2024). Aarhus, Denmark: Scholarly Publisher ICSSH, 2024. 63 pages.

The collection of abstracts presents the materials of the participants of the International scientific-practical conference “Problems and prospects for the development of science, education and technology”:

Gori State University

Kharkiv National Automobile and Highway University

Lesya Ukrainka Volyn National University

Municipal Higher Education Institution "Vinnytsia Academy of Continuing Education"

National Technical University "Dnipro Polytechnic"

National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

National University "Chernihiv Collegium" named after Taras Shevchenko

O. M. Beketov Kharkiv National University of Urban Economy

Poltava Literary and Memorial Museum of V. G. Korolenko

Poltava National Pedagogical University named after V. G. Korolenko

Private higher educational institution "European University"

Private Higher Educational Institution "Stepan Demianchuk International University of Economics and Humanities"

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

Zhytomyr Ivan Franko State University



© Автори тез, 2024

© Center for financial-economic research, 2024

© International Center of Social Sciences and Humanities, 2024

Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

CONTENTS

SECTION 1. PEDAGOGICAL SCIENCES	6
<i>Зайченко Н. І.</i> ЛОРЕНСО ЛУЗУРІАГА ПРО "ІСТОРИЧНУ СОЦІАЛЬНУ ПЕДАГОГІКУ" ПАУЛЯ БАРТА.....	6
<i>Степаненко В. І.</i> ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АГРЕСІЇ НА СВІДОМІСТЬ ПІДЛІТКІВ НА СХОДІ УКРАЇНИ.....	9
SECTION 2. PHILOLOGICAL SCIENCES	12
<i>Карпенко Г. М.</i> EFFECTIVE LEARNING USING SOCIAL NETWORKS	12
SECTION 3. ECONOMIC SCIENCES	14
<i>Papiashvili D. G., Bidzinashvili D. Sh.</i> THE INFLUENCE OF POLITICAL FLUCTUATIONS ON LOCAL BUSINESS IN GEORGIA	14
SECTION 4. PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION	17
<i>Левченко А. І.</i> СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ	17
<i>Шапран І. М.</i> НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ	20
SECTION 5. MANAGEMENT AND ADMINISTRATION (ACCOUNTING AND TAXATION; FINANCE, BANKING, INSURANCE AND STOCK MARKET; MANAGEMENT; MARKETING; BUSINESS AND TRADE)	27
<i>Новак М. В.</i> МОТИВУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ.....	27

Росляков М. В. ЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКОЇ СТРУКТУРИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	30
Трофімчук С. А. МОНІТОРИНГ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС.....	33
Філончук О. А. МОТИВУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКІВ: РОЛЬ ТА МІСЦЕ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	35
Якимчук І. А. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	38
SECTION 6. PSYCHOLOGICAL SCIENCES	40
Бутенко С. Ф. РІВНІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ ДО ПРЕВЕНТИВНОГО ВИХОВАННЯ ПІДЛІТКІВ	40
SECTION 7. TECHNICAL SCIENCES	43
Линник І. Е. ВТРАТИ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ ВНАСЛІДОК РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ.....	43
Папайка Ю. А., Лисенко О. Г., Удовик О. В. ОСОБЛИВОСТІ КОМПЕНСАЦІЇ РЕАКТИВНОЇ ПОТУЖНОСТІ У ПРОМИСЛОВИХ СИСТЕМАХ ЕЛЕКТРОПОСТАЧАННЯ З НЕЛІНІЙНИМИ НАВАНТАЖЕННЯМИ.....	46
Свічинська О. В. ДОСЛІДЖЕННЯ ПАРАМЕТРІВ РОБОТИ ТРОЛЕЙБУСНОГО МАРШРУТУ У МІСТІ ХАРКІВ.....	50
SECTION 8. INFORMATION TECHNOLOGIES	53
Lelyk Ya., Lelyk O. MAIN ASPECTS OF WEB PAGE DESIGN DEVELOPMENT IN THE VIRTUAL ENVIRONMENT OF THE INTERNET	53

SECTION 9. CULTURE AND ART	57
<i>Погосьян Д. Р.</i> МОУШН-ДИЗАЙН ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	57
SECTION 10. SOCIAL COMMUNICATIONS	59
<i>Skorokhod T.</i> VALUE-SENSITIVE AUDIENCE OF BRANDS	59
SECTION 11. SOCIAL WORK AND SOCIAL SECURITY	61
<i>Куторжевська Л. І., Ємець С. А.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ПРАЦІВНИКІВ ПОЛТАВСЬКОГО ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНОГО МУЗЕЮ В. Г. КОРОЛЕНКА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	61

SECTION 1

PEDAGOGICAL SCIENCES

УДК 37(092)

Зайченко Н. І.

доктор пед. наук, доцент, доцент кафедри
соціальної роботи та освітніх і педагогічних наук
Національний університет “Чернігівський колегіум”
імені Т. Г. Шевченка

**ЛОРЕНСО ЛУЗУРІАГА ПРО “ІСТОРИЧНУ
СОЦІАЛЬНУ ПЕДАГОГІКУ” ПАУЛЯ БАРТА**

Визначний іспано-аргентинський освітянин Лоренсо Лузуріага (Lorenzo Luzuriaga Medina) (29.10.1889, Вальдепеньяс – 23.12.1959, Буенос-Айрес) притримувався думки, що розвиток європейської наукової соціальної педагогіки на межі XIX – XX століть здійснювався щонайменше за трьома лініями: філософська соціальна педагогіка, історична соціальна педагогіка та соціологічна педагогіка. Лінія “історичної соціальної педагогіки”, на його погляд, простежувалася в дискурсі німецьких мислителів Отто Вільмана (Gustav Philipp Otto Willmann), Фрідріха Паульсена (Friedrich Paulsen) та Пауля Барта (Ernst Emil Paul Barth).

Пауль Барт (Ernst Emil Paul Barth) (1.8.1858, Олесніца – 30.9.1922, Лейпциг) у 1890-х роках викладав педагогіку, а з 1897 року був професором Лейпцизького університету. Оригінальні погляди стосовно соціальної педагогіки він висловлював передовсім у фундаментальній праці “Філософія історії як соціологія” (Лейпциг, 1897) [1] та нарисі “Історія соціально-педагогічної ідеї” (Берлін, 1920) [2].

“Безсумнівно, педагогіка завжди була соціальною, оскільки вона поряд з іншими цілями ставила і виховання для суспільства; проте існує педагогіка, яка прагне виховувати за допомогою суспільства (як суспільства дітей, так і суспільства дорослих) та яка встановлює свою

програму, беручи до уваги інтереси суспільства, а не інтереси окремої особистості. Це і є соціальна педагогіка у власному розумінні", – наголошував Пауль Барт [2, с. 5].

У "Педагогічному словнику" (Буенос-Айрес, 1960) Лоренсо Лузуріага підкреслював, що для Пауля Барта освіта є основою "поширення суспільства", що, на переконання німецького мислителя, поза освітою суспільство не могло б функціонувати. Водночас освіта завжди залежить від цілей та ідеалів суспільства, до якого приналежні педагоги й вихованці. Історія освіти не має обходити соціологію, що досліджує еволюцію суспільства.

Освіта має передати прийдешнім поколінням дві речі: по-перше, соціальну волю, втілену у звичаях та ідеях; по-друге, знання попередніх поколінь, із чого походять ідеї та техніка. Перше конституює виховання, інше – навчання [3, с. 51].

Раніше, у книзі "Сучасна педагогіка" (Буенос-Айрес, 1963; вперше видана в Тукумані 1942 року) Лоренсо Лузуріага підкреслював, що у розумінні німецького педагога суспільство – виключно духовний організм, і його розвинення може здійснюватися тільки духовними засобами.

Згідно з ідеєю Пауля Барта розглядати історію освіти варто у зв'язку з соціологією. Освіта соціально обумовлена в теперішньому і залежна від минулого [4, с. 79].

У творі "Філософія історії як соціологія" (Лейпциг, 1897) Пауль Барт стверджував: "<...> соціологія вже існує як дослід науки про зміни, яких зазнають суспільства за різних способів свого утворення. Проте кожна зміна суспільства неминуче має викликати зміну у свідомості особистостей, що складають його, має впливати на їхню духовну організацію. Цей знову породжений лад духу, у свою чергу, стає іншою складовою частиною суспільства, іншим будівельним матеріалом, аніж колишній дух його; він неминуче має проявити свої основні властивості в новому, ним викликаному, видозміненому суспільстві. Таким чином, подальший розвиток суспільства викликає також і видозмінення

людського типу, а це останнє, у свою чергу, сприяє новому зміненню суспільного устрою. Оскільки досконала наука про суспільство має зрозуміти все, чим воно обумовлюється, то й послідовне перетворення людського типу необхідно має зробитися предметом соціології" [1, с. 10].

Синтез історичного і соціологічного відтворений і в такому влучному вислові Пауля Барта: "Дійсно, людський тип нерозривно пов'язаний із типом суспільства, а саме суспільство можливо зрозуміти тільки з ходу його розвитку. Отже, існує всього одна наука про долі людського роду, байдуже, назвуть її соціологією, філософією суспільства, чи, як ми вирішили назвати її, філософією історії" [1, с. 13].

Таким чином, Лоренсо Лузуріага правомірно співвідніс соціально-педагогічну ідею Пауля Барта з модерною лінією "історичної соціальної педагогіки", що виявилася у німецькому філософському дискурсі на межі XIX – XX століть.

Список літератури

1. Barth P. Die philosophie der geschichte als sociologie: von Paul Barth. T. 1. Leipzig : O. R. Reiland, 1897. 396 p.
2. Barth P. Geschichte der sozialpädagogischen idee: von Paul Barth. Berlin : Mittler, 1920. 29 p.
3. Luzuriaga L. Diccionario de pedagogia. Buenos Aires : Losada, 1960. 392 p.
4. Luzuriaga L. La pedagogia contemporanea. Buenos Aires : Losada, S. A., 1963. 151 p.

УДК 378.147.011.32:[159.955+316.475

Степаненко В. І.

доктор педагогічних наук, доцент,
професор кафедри соціальної роботи та
педагогіки вищої школи,
Волинський національний університет
імені Лесі Українки

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АГРЕСІЇ НА СВІДОМІСТЬ ПІДЛІТКІВ НА СХОДІ УКРАЇНИ

Інформаційна агресія є складовою інформаційно-психологічної війни, яку веде сьогодні російська федерація проти України. Така форма боротьби є сукупністю методів та способів впливу на інформаційну сферу: від одноразової акції інформаційно-психологічного та інформаційно-технічного впливу до комплексу дій, які передбачають спланований, систематичний вплив на свідомість і поведінку людей шляхом поширення упередженої, неповної чи недостовірної інформації з метою схилення їх до вчинення дій, вигідних для суб'єкта інформаційного впливу [3].

Досліджуючи психічне здоров'я дітей у зонах воєнних конфліктів, S. Murthy і R. Lakshminarayana дійшли висновку, що психологічні травми, отримані підлітками у ході війни, мають довготривалі наслідки для їхньої психіки і можуть стати перешкодою у майбутньому житті, виборі цілей та стратегій життя [7]. D. Smith звертає увагу, що негативні чинники війни (відсутність ресурсів для забезпечення базових потреб, стигмація, розрив сімейних стосунків, дискримінація, насильство тощо) впливають на смисложиттєву сферу підлітків [8]. Підлітки, які переживають війну, можуть страждати від стресу, депресій, тривожності, посттравматичного стресового розладу, втрати ідентичності, закриваються в собі, обирають добровільну соціальну ізоляцію та асоціальну поведінку [1].

Когнітивний ефект впливу інформаційної агресії на свідомість підлітків здебільшого має на меті перекручування цінностей і формування хибних орієнтирів подальшого розвитку. Підлітки є більш критичними, ніж діти, але вони знаходяться в стадії соціальної

адаптації [4]. Інформаційна агресія негативно позначається на їхній соціалізації [6]. У підлітковому віці важливою є позитивна соціальна оцінка. Тому вони активно залучаються до різних формальних або неформальних об'єднань, зокрема до об'єднань у соціальних мережах. Когнітивний вплив у соціальних мережах впроваджується через деструктивні тренди, популяризацію субкультурних течій, які дають можливість стати частиною певного соціуму. Держава-агресор використовує наративи, що романізують кримінальний спосіб життя, принижують навчання, актуалізують радикальні соціально-політичні погляди, тощо [4].

Основними ідеологемами, які насаджуються на тимчасово окупованих територіях Донецької і Луганської областей, є: історично Донбас ніколи не був українським, а українська національна держава – це помилка історії; на Донбасі сформувалась особлива багатонаціональна спільність людей, що належать до російської православної цивілізації; владу в Києві незаконно за підтримки США захопили "фашисти" та "бандерівці", які прагнуть завоювати "народ Донбасу"; київська влада переписує історію, тому свою історію необхідно захищати; особливо необхідно шанувати пам'ять про "Велику Перемогу над фашизмом"; необхідно завжди бути готовим захистити свою землю від українських націоналістів та визволити з-під їхньої влади весь "народ Донбасу", а згодом і народ України.

Чим довше триватиме інформаційний вплив на підростаюче покоління в умовах інформаційно-психологічної війни, тим важче буде здійснити реінтеграцію Донбасу після завершення конфлікту [2]. Одним із суттєвих чинників реінтеграції постає освіта, яка формує національну ідентичність, згуртованість, світогляд, критичне мислення, сприяє стабільності держави [5].

Публікація містить результати досліджень, проведених за грантової підтримки Національного фонду досліджень України за проектом 2021.01/0021 "Формування критичного мислення громадян як чинник безпеки в умовах збройного насилля та інформаційної агресії на Сході України".

Список літератури

1. Журба К. Війна як чинник впливу на смисложиттєву сферу сучасних підлітків. *Нова педагогічна думка*. 2022. №2 (110). С. 105–109. DOI: 10.37026/2520-6427-2022-110-2-105-109
2. Ковальов Д. В., Пономаренко А. Б. Інформаційний вплив на дітей в умовах гібридної війни на Донбасі. *Політичне життя*. 2019. № 2. С. 44–49. DOI: 10.31558/2519-2949.2019.2.7
3. Радзієвська О. Г. Проблеми негативних інформаційних впливів на дитину в Україні в умовах збройного протистояння. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Право. 2017. Вип. 42. С. 197–200.
4. Стрельбицький М., Гринь М. Когнітивна війна росії проти України. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Юридичні науки*. 2023. Вип. 1 (64). С. 46–52. DOI: <https://doi.org/10.32689/2522-4603.2023.1.7>.
5. Степаненко В. І. Реінтеграція молоді з тимчасово окупованих територій і лінії розмежування через освіту як шлях до національної консолідації. *Історія та філософія освіти в незалежній Україні: контроверзи сучасного наукового пізнання: зб. тез всеукр. наук.-практ. конфер. з міжнар. участю (Київ, 08 черв. 2021 р.)* / Ред. кол.: О. М. Топузов, С. О. Сисоєва, Н. П. Дічек, М. Д. Култаєва та ін. Київ: Педагогічна думка, 2021. С. 180–182.
6. Юрченко В.І. Проблеми соціалізації дітей і молоді в умовах інформаційної війни. *Вісник психології і педагогіки. Становлення та розвиток особистості в умовах інформаційної війни: матеріали XI наук.-практ. конфер. (Київ, 2 бер. 2018 р.)*. Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського. Київ, 2018. С. 176-179.
7. Murthy S., Lakshminarayana R. Mental health consequences of war: a brief review of research findings. *World Psychiatry*. 2006. № 5 (1). P. 25–30.
8. Smith D. Children in the heat of war. *APA Monitor*. 2001. № 32 (8). P. 29.

SECTION 2

PHILOLOGICAL SCIENCES

УДК 881.111

Карпенко Г. М.

к. п. н., доцент,

доцент кафедри іноземних мов,

Прикарпатський національний університет

імені Василя Стефаника

EFFECTIVE LEARNING USING SOCIAL NETWORKS

Social networks have become an integral part of our daily lives, with platforms such as Facebook, Twitter, and Instagram being used by billions of people around the world. These platforms allow users to connect with others, share information, and engage in online discussions. In recent years, there has been a growing interest in using social networks as a tool for education, with many educators recognizing the potential of these platforms to enhance student learning.

There are several benefits of incorporating social networks into education. Firstly, social networks provide a platform for collaborative learning, allowing students to work together on projects, share resources, and provide feedback to one another. This can help to develop students' critical thinking, problem-solving, and communication skills, which are essential for success in the workplace. Secondly, social networks can facilitate personalized learning, as they allow students to access learning materials at their own pace and in their own time. This can be particularly beneficial for students who require additional support or who have different learning styles. Lastly, social networks can help to bridge the gap between formal and informal learning, as they enable students to learn from one another and from experts in the field. This can make learning more engaging and relevant, as students can see how the knowledge and skills they are acquiring can be applied in real-life contexts.

When you are learning a language, it is important to have clear goals and objectives. Having clear goals helps you to stay motivated and focused on what you want to achieve. It also helps you to measure your progress and see how far you have come.

The best way is to use the SMART method. This stands for Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-bound. Let's take each of these in turn:

- Specific: Be clear about what you want to achieve. For example, instead of saying “I want to improve my English,” say “I want to be able to give a presentation in English.”

- Measurable: Think about how you will know when you have achieved your goal. For example, if your goal is to be able to give a presentation in English, you could measure this by giving a successful presentation in front of your colleagues.

- Attainable: Make sure your goals are realistic and achievable. For example, if you are a beginner, it may not be realistic to say “I want to be fluent in English in three months.” Instead, you could set an objective to learn 100 new words in three months.

- Relevant: Your goals should be relevant to your needs and interests. For example, if you are studying business, it may not be relevant to set a goal to learn lots of vocabulary about it.

- Time-bound: Set a deadline for when you want to achieve your goal. For example, instead of saying “I want to be able to give a presentation in English,” say “I want to be able to give a presentation in English by the end of the month.”

Regularly monitoring your progress is essential for staying motivated and ensuring that you are on track to achieve your objectives. Keep a record of the activities you have completed, and reflect on what went well and what could be improved. Celebrate your successes along the way, and use any setbacks as opportunities for learning and growth. Consider seeking feedback from others, such as a teacher or language partner, to gain different perspectives.

Literature

1. Карпа І. Використання веб-сторінок та соціальної мережі Facebook у процесі навчання англійської мови. Актуальні питання гуманітарних наук: зб. наук. пр. 2015. Вип. 12, 267–272.

2. Brick, B. (2011), “Social networking sites and language learning”, International Journal of Virtual and Personal Learning Environments (IJVPLE), Vol. 2 No. 3, pp. 18–31.

SECTION 3

ECONOMIC SCIENCES

Papiashvili D. G.

Student of public administration specialty GSU

Scientific supervisor:

Bidzinashvili D. Sh.

Doctor of Economics,

Professor of Business Administration

Gori State University, Georgia

**THE INFLUENCE OF POLITICAL FLUCTUATIONS
ON LOCAL BUSINESS IN GEORGIA**

Georgia, as a candidate country for the European Union, took part in the economic and financial dialogue of the EU and partner countries for the first time this year.

The meeting participants discussed the current economic environment in the candidate and potential candidate countries and the steps taken towards the monetary policy. It was noted that economic and financial dialogue is of great importance given the common interest, as it helps to shape the response to the recent adverse shocks and future economic and social challenges.

Proactive adjustment of monetary policy helped to maintain price stability. Timely and sufficiently tightened monetary policy reduced inflationary expectations. [1.p. 19]

Despite the positive trends of inflationary processes, uncertainty has increased in the country, and inflationary risks arising from both internal and geopolitical situations have increased. They also noted that inflationary expectations have risen slightly in recent months.

Potential sanctions and fluctuations in the exchange rate of GEL might lead to price increases in the consumer market. In addition to damaging Georgia's image, some businessmen believe that sanctions will negatively

impact local businesses. Others, however, think that these events will not significantly harm entrepreneurs and will not primarily influence the price increase of the products.

Recent events negatively influenced the exchange rate of the GEL. Immediately after the announcement of possible sanctions, the national currency experienced a severe fluctuation. If the situation does not stabilize and volatility continues in the future, this may make price changes inevitable.

Even the announcement of possible sanctions negatively impacted the national currency, and if this continues and the GEL does not stabilize, the price increase will be inevitable.

Unfortunately, we depend primarily on Russia, then comes - Turkey and Europe for imported food. It is wrong to say that current political processes will immediately affect the consumer market and change prices. However, if the GEL continues to depreciate, the situation will indeed change.

Unfortunately, we are facing these dangers. You see, no one has been sanctioned yet, but the mere expression of the idea has had a significant impact. Today, there are no fundamental factors supporting the stability of the GEL. Presumably, serious problems will arise in investments, and if the GEL loses its balance, it will certainly negatively impact prices.

The notion that prices of goods will rise or that a product shortage will occur due to sanctions is incorrect. But, problems may arise in exports, particularly for those who export products to America and Europe. [2.p. 41]

The established government is very uncomfortable. In the long term, if the situation is not regulated and this condition persists, it will be dangerous for Georgian-produced goods exported to America and Europe. At the same time, there is an alternative opinion that personal sanctions will not harm business or negatively affect the exchange rate of the GEL.

According to the information available, sanctions may, at most, apply to individuals. Therefore, this will not primarily impact the GEL's exchange rate, but it is expected that the country will not receive loans or grants. All of this will negatively affect the country's image and investment environment. The investment environment in Georgia has been struggling for a long time. The

tourism sector is dominated by countries such as Armenia, Russia, and Turkey. Therefore, I do not think there will be significant problems in this regard either.

Today, everyone is painting a picture that is worsening the economic situation in Georgia. In my opinion, this is exaggerated. I do not think there will be dramatic changes due to current events. The GEL's exchange rate is indeed fluctuating, but the National Bank has sufficient reserves and will be able to control it. [3. P. 2]

Of course, when the GEL's exchange rate fluctuates, prices rise, but the current changes are insignificant and minor. If there is no primary depreciation, the prices of goods will not rise significantly. Despite the unfavorable situation, I believe nothing alarming is in store for us until the end of the year.

Political decisions and factors influence the economy. That is the case everywhere, and it has a grander impact on the economies of small countries like ours. Sanctions are likely to cause some fluctuations, especially concerning the exchange rate of the GEL, but this will probably be short-term.

Bibliography

1. Berishvili X.-Business ethics,social responsibility ,Fundamentals of business ethics business etiquette 2018, p.19
2. Meskhi i. Foreign investments and labor market transformation in Georgia. Doctoral thesis. Batumi 2017, p. 41
3. <https://infocenter.gov.ge/blog/rith-daekhmara-evrokavshiri-saqarthvelos-da-ratom-unda-gatsevriandes-saqarthvelo-evrokavshirshi/>, p.2

SECTION 4 PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION

35.3+371.1.07

Левченко А. І.

аспірант кафедри управління та адміністрування
Комунального закладу вищої освіти
"Вінницька академія безперервної освіти"

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ

Під соціальною мережею на якісному рівні розуміється соціальна структура, що складається з безлічі агентів (суб'єктів - індивідуальних чи колективних, наприклад: індивідів, сімей, груп, організацій) і безлічі відносин (сукупності зв'язків між агентами, наприклад: знайомства, дружби, співпраці, комунікації). Формально соціальна мережа являє собою граф $G(N,E)$, в якому $N = \{1,2,\dots,n\}$ – незлічена кількість вершин (агентів) і E – безліч ребер, що відображають взаємодію агентів.

Соціальні мережі сприяють, по-перше, організації соціальних комунікацій між людьми і, по-друге, – реалізації їх базових соціальних потреб. Можна виділити дві пересічних трактування соціальної мережі – як соціальної структури і її специфічної інтернет-продажу.

Техніка соціометрії (опису соціальних груп в термінах теорії графів) була вперше запропонована і розвинена в роботах Дж. Морено. Термін "соціальна мережа" введено в 1954 році соціологом Джеймсом Барнсом в [1], але масове поширення (не тільки серед вчених-соціологів) отримав з початку 2000-х років з розвитком відповідних інтернет-технологій. В даний час, як справедливо відзначається в [2,3], відчувається гострий дефіцит систематичного викладу методів і алгоритмів мережевого аналізу, придатних для сучасних прикладних досліджень.

Узагальнюючи причини привабливості соціальних мереж, можна виокремити наступні надані ними можливості для користувачів: отримання інформації (в тому числі виявлення ресурсів) від інших членів

соціальної мережі; верифікація ідей через участь у взаємодіях в соціальній мережі; соціальна вигода від контактів (причетність, самоідентифікація, соціальне ототожнення, соціальне прийняття і ін.); рекреація (відпочинок, проведення часу). Вже давно прослідковувався потенціал комп'ютерних мереж для полегшення соціальної взаємодії. Спроби підтримки соціальних мереж за допомогою комп'ютерно-опосередкованої комунікації були зроблені багатьма онлайн-сервісами, які з'явилися на ранніх етапах розвитку, в тому числі Usenet, ARPANET, LISTSERV, і дошки оголошень (BBS). Багато прототипів з функціональністю соціальних мереж також були присутні в онлайн-сервісах, таких як America Online, Prodigy, CompuServe, ChatNet та The WELL . На першому етапі появи соціальних мереж вони були у вигляді узагальнених онлайн співтовариств, таких як Theglobe (1995), Geocities (1994) і Tripod.com (1995). Багато з цих ранніх співтовариств були зосереджені на групуванні людей разом, аби взаємодіяти один з одним через чати, і закликали користувачів ділитися особистою інформацією та ідеями за допомогою особистих веб-сторінок, надаючи прості у використанні інструменти публікації та безкоштовний або недорогий веб-простір. Деякі співтовариства, наприклад як Classmates.com - обрали інший підхід, просто пов'язавши людей один з одним за допомогою їх адрес електронної пошти. Наприкінці 1990-х, профілі користувачів стали центральним елементом соціальних мереж, що дозволяє користувачам складати списки "друзів" і шукати інших користувачів зі схожими та спільними інтересами. Нові методи соціальних мереж були розроблені до кінця 1990-х років, і багато сайтів почали надавати більш складні функції та підходи для користувачів, щоб знаходити та керувати списками друзів. Нове покоління соціальних мереж почало процвітати з появою SixDegrees.com в 1997 році, а потім Makeoutclub в 2000 році, Hub Culture та Friendster в 2002 році, і незабаром став частиною інтернет-мейнстріму. За Friendster, через рік по слідували MySpace і LinkedIn, і врешті-решт Bebo. Friendster стала дуже популярною на Тихоокеанських островах. Orkut став першою

соціальною мережею в Бразилії і також швидко популяризувався в Індії. Свідченням становлення соціальних мереж як невід'ємної частини Інтернету став той факт що в 2005 на MySpace було зафіксовано більше переглядів сторінок ніж у Google. Facebook, запущений в 2004 році, на початку 2009 року став найбільшою соціальною мережею. Він був вперше представлений як мережа для спілкування Гарвардського університету. Соціальні інтернет-мережі дозволяють запропонувати своїм користувачам якісно новий рівень представлення інформації, коли на одній сторінці зводяться дані різного типу і з різних джерел з можливістю вибору форми їх подання (текстова, облікова, таблична, графічна). Все це створює переконливі ілюзії об'єктивності наданої інформації та необмеженої свободи одержувача в оперуванні вихідними даними і надає свободу в повній мірі застосовувати методи ведення інформаційних кампаній в соціальних мережах. У сучасному інформаційному середовищі в умовах дефіциту уваги висування на перший план тієї чи іншої тематики повідомлення є найсильнішим засобом маніпуляції цільовою аудиторією. Конкретні позиції читача по відношенню до певних питань, які піднімаються по конкретній темі часто мають зовсім мале значення в порівнянні з самим фактом спрямованості аудиторії саме до цієї теми і, відповідно, ігнорування в даний момент будь-якої іншої тематики.

Список літератури

1. TextBlob: Simplified Text Processing – [Електронний ресурс] / Інтернет-портал – Режим доступу: <https://textblob.readthedocs.io/en/dev/quickstart.html#sentiment-analysis>
2. Class and Committees in a Norwegian Island Parish [Текст] / Barnes J. A. // Human Relations. – 1954. – №7. – С. 39-58.
3. A Model of Influence in a Social Network – [Електронний ресурс] / Grabisch M., Rusinovska A.– URL: <http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/34/44/57/PDF/B08066.pdf>.

Шапран І. М.

аспірантка кафедри державного
управління і місцевого самоврядування
НТУ “Дніпровська політехніка”
м. Дніпро, Україна
ORCID ID: 0000-0001-7363-7449

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Здійснення публічного управління в галузі туризму потребує розгалуженої системи нормативно-правового регулювання цієї сфери відносин та удосконалення правового механізму публічного управління в галузі туризму. Зазначимо, що створена на сьогодні в Україні нормативно-правова база управління галуззю туризму реалізує наступні ключові функції:

1. Регулювання діяльності суб'єктів у сфері туризму діючими нормативно-правовими документами, що визначають умови і правила функціонування туристичної галузі, права та обов'язки суб'єктів галузі, а також механізми контролю за дотриманням цих правил.

2. Підтримка розвитку, шляхом створення сприятливого інвестиційного та підприємницького середовища. Це включає розробку стимулюючих програм, податкових пільг, фінансову підтримку проєктів розвитку туризму, а також сприяння розбудові туристичної інфраструктури та підвищенню якості послуг та їх затвердження відповідним нормативно-правовим актом.

3. Правовий захист інтересів різних зацікавлених сторін у сфері туризму, включаючи туристів, місцеве населення, підприємців та державу. Ці ключові функції нормативно-правової бази визначаються потребами та цілями розвитку туризму в конкретній країні чи регіоні і є важливим інструментом для створення сприятливого середовища для сталого розвитку туристичної галузі.

Враховуючи норми Закону України "Про туризм", публічне управління у сфері туризму передбачає наступне:

1. Пряма участь держави у розвитку туризму:

- установлення правових основ здійснення туристичної діяльності, таких як ліцензування та сертифікація туристичних послуг;

- забезпечення гарантій для захисту прав споживачів туристичних послуг, включаючи обов'язкове фінансове забезпечення туроператорів / туристичних агентів перед туристами та обов'язкове страхування туристів;

- сприяння інвестиціям у розвиток туризму, створення нових робочих місць та розглядання туризму як потенційно високорентабельної галузі економіки;

- забезпечення доступності туризму для всіх категорій населення, включаючи дітей, молодь, людей похилого віку, з інвалідністю та малозабезпечених громадян через застосування спеціальних пільг.

2. Законодавче забезпечення становлення та розвитку туризму, що охоплює:

- нормативне регулювання взаємовідносин у сфері туризму;

- забезпечення оптимальних умов для розвитку галузі туризму завдяки спрощенню та гармонізації усіх видів державного регулювання;

- збільшення напрямків міжнародної співпраці та підтримка України на світовому туристичному ринку.

3. Державний контроль за діяльністю в галузі туризму передбачає наявність механізмів нагляду, регулювання та виконання законодавства, а також здійснення заходів щодо забезпечення безпеки та якості туристичних послуг. Державні структури вимагають наявності обов'язкової ліцензії або реєстрації для туристичних підприємств та фахівців у сфері туризму. Це дозволяє встановити мінімальні вимоги до діяльності та контролювати дотримання правил [1].

Серед інших важливих юридичних документів, які формують законодавчий інструментарій та правовий механізм розвитку внутрішнього туризму в Україні, варто відзначити такі:

- Закон України "Про музеї та музейну справу" [3] визначає правові засади організації, функціонування і розвитку музейної сфери, яка є важливою складовою культурного туризму.

- Закон України "Про охорону культурної спадщини" [4] регулює питання збереження, відновлення та використання об'єктів культурної спадщини, які часто є об'єктами туристичного інтересу.

- Закон України "Про охорону навколишнього природного середовища" [7] встановлює механізми захисту природних територій та регулювання природокористування, що важливо для екологічного туризму.

- Закон України "Про захист прав споживачів" [5] забезпечує захист прав туристів як споживачів туристичних послуг і створює відповідальність перед туристами за надання якісних та безпечних послуг.

Разом із Законом України "Про туризм" [6], іншими нормативно-правовими документами, ці закони формують міцне юридичне підґрунтя для національної внутрішньої індустрії туризму, забезпечуючи правовий режим для розвитку та захисту туристичного потенціалу країни.

Важливим стратегічним документом, який визначає мету, важливі й довгострокові цілі, напрями, заходи, перспективи, тенденції і ресурси розвитку туристичної сфери в Україні та їхню Дорожню карту, є "Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року" [2]. Завдання, визначені у Стратегії до 2026 року, відображають ключові напрями розвитку туристичної галузі України та визначають наступні шляхи досягнення цілей:

1. Активізація розвитку туристичної галузі передбачає стимулювання росту сфери туризму в Україні шляхом розробки та впровадження стратегій, програм та проєктів, спрямованих на підвищення привабливості країни для туристів.

2. Стандартизація надання послуг у сфері туризму відповідно до вимог ЄС є важливим кроком для гармонізації туристичної галузі України, забезпечення якості та безпеки наданих послуг для туристів.

3. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняного туристичного середовища на засадах маркетингового підходу передбачає активне використання маркетингових інструментів для просування та підтримки туристичних продуктів та послуг України на міжнародному ринку.

4. Формування передумов інфраструктурно-фінансового забезпечення туристичної галузі України відповідно до концепції сталого щорічного фінансування з державного бюджету України визначає створення стійкого та надійного механізму фінансування для розвитку туризму, що забезпечить сталість та неперервність інвестицій у галузь.

Кожне з цих завдань важливе для подальшого розвитку туризму в Україні та може сприяти залученню більшого обсягу інвестицій, підвищенню якості наданих послуг, підвищенню привабливості країни для туристів та збільшенню конкурентоспроможності на міжнародному ринку туризму.

Важливо визнати, що не завжди всі додаткові механізми державного регулювання в сфері туризму демонструють високу ефективність. "Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року", як будь-який інший стратегічний документ містить ряд проблем, які обмежують її реалізацію та вплив на розвиток галузі:

1. Недостатня фінансова підтримка. Оскільки в умовах воєнного стану туристична галузь не є пріоритетним напрямком для фінансування, лімітоване фінансування обмежує її вплив та ефективність.

2. Низький рівень координації між відомствами та органами влади, які відповідають за її виконання.

3. Неякісна аналітика та моніторинг. Обмеженість аналітичної бази під час воєнного стану та відсутність ефективної системи моніторингу на окупованих територіях ускладнюють проведення оцінювання реалізації стратегії та прийняття необхідних коректив.

4. Недостатня участь зацікавлених сторін (представників бізнесу, місцевих громад та громадських організацій) обмежує легітимність та ефективність стратегії.

Враховуючи це, слід зазначити, що однією з головних проблем, що заважає стратегічному та сталому розвитку туризму на всіх рівнях господарювання, є недосконалість нормативно-правової бази. Аналіз чинних законодавчих актів України показав, що вони не відповідають сучасним вимогам у галузі туризму.

До проблемних аспектів нормативно-правової бази України у галузі туризму можна віднести наступні питання:

1. Фрагментарність законодавства. Нормативно-правова база у галузі туризму може бути розірваною та фрагментарною, що ускладнює розуміння та виконання законодавства для суб'єктів туристичного бізнесу та інших учасників галузі.

2. Недостатнє врегулювання питань безпеки. Не завжди нормативно-правова база достатньо враховує аспекти безпеки туристів, що може призвести до небезпечних ситуацій під час подорожей.

3. Нестабільність законодавства. Зміни в законодавстві, які відбуваються на регулярній основі, викликають нестабільність у сфері туризму, ускладнюючи планування бізнес-процесів та інвестицій.

4. Недоліки у регулюванні масового туризму. Відсутність ефективних механізмів регулювання масового туризму може призвести до перевантаження популярних туристичних місць, забруднення довкілля та загрози культурному спадку.

5. Недостатнє врахування інновацій та нових технологій. Нормативно-правова база не відповідає реальним потребам та можливостям сучасного туристичного бізнесу, не враховує новітніх технологій та інноваційних підходів.

6. Недосконалість процедур ліцензування та контролю. Процедури ліцензування та контролю є недостатньо прозорими та ефективними, що ускладнює дотримання правил суб'єктами туристичного бізнесу та може сприяти корупційним проявам.

Серед основних напрямів покращення нормативно-правового забезпечення України можна виокремити такі:

- розвиток правового механізму в галузі туризму України, що надає можливість здійснювати моніторинг розвитку галузі, регулювати та контролювати діяльність залучених суб'єктів, дотримуватися розмежування повноважень у контексті забезпечення функціонування галузі туризму між державними та місцевими органами влади, окреслити механізми залученості у даному напрямку громадських організацій тощо;

- удосконалення механізмів публічного управління туристичними ресурсами, які належать державі, визначення здійснення процедури контролю і регулювання діяльності в сфері створення, розвитку і захисту туристичних ресурсів, а також дотримання встановленого порядку сертифікації туристичних продуктів та послуг, згідно з діючими вимогами, і ліцензування роботи в туристичній сфері;

- дотримання та реалізація суспільних прав в туристичній сфері, передбачених діючими нормативно-правовими актами, на законодавчому рівні передбачення міри відповідальності за порушення регламентуючого законодавства;

- активізація контролю за недотриманням правових норм в галузі туризму, оптимізація норм, що розроблені з метою регулювання міри відповідальності за недотриманням правових норм в туристичній сфері;

- передбачення переваги розвитку вітчизняної туристичної інфраструктури, наприклад, сфери зеленого туризму;

- здійснення моніторингу рівня якості нормативно-правових актів, участь у розробці системи заходів, орієнтованих на гарантування дії неефективних законодавчих норм;

- узагальнення і формування актуальних пропозицій, забезпечення відповідності існуючих нормативно-правових документів в галузі туризму згідно із нормативно-правовими документами інших законодавчих сфер.

На нашу думку, доцільно також на загальнодержавному рівні формувати особливу політику у сфері нормативно-правового забезпечення галузі туризму з врахуванням перспектив післявоєнного відновлення, в тому числі для тимчасово окупованих українських територій та прилеглих регіонів, і для інших територій України,

враховуючи цінності, які важливі для населення окремих територій. Потрібно сформулювати цілі, завдання, ресурси й інструментарій для реалізації цих завдань і досягнення цілей у окремих регіонах держави.

Отже, проведений аналіз показав, що нормативно-правова база сфери публічного управління галуззю туризму досить значна і розгалужена, але вона не позбавлена значних проблем. Проблемою регулювання у туристичній сфері України, втім, як й інших сфер державного регулювання, є невідповідність між нормативно-правовим забезпеченням та практичною реалізацією визначених кроків, декларативність багатьох норм та неефективність їх застосування.

Список літератури

1. Про курорти: Закон України від 01.10.2023 р. №2026-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text> (дата звернення: 15.05.2024).

2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження КМУ від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 15.05.2024).

3. Про музеї та музейну справу: Закон України від 01.01.2024 №249 / 95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 15.05.2024).

4. Про охорону культурної спадщини: Закон України від 08.06.2000 р. № 1805-III. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/T001805?an=0&ed=2023_05_30 (дата звернення: 15.05.2024).

5. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. №3153-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3153-20#Text> (дата звернення: 15.05.2024).

6. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. №324 / 95-ВР. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/> (дата звернення: 15.05.2024).

7. Про охорону навколишнього природного середовища: Закон України від 08.10.2023 р. №1264-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12#Text> (дата звернення: 15.05.2024).

SECTION 5

**MANAGEMENT AND ADMINISTRATION
(ACCOUNTING AND TAXATION; FINANCE,
BANKING, INSURANCE AND STOCK MARKET;
MANAGEMENT; MARKETING; BUSINESS AND TRADE)**

УДК 658.156

Новак М. В.

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
ПВНЗ "Європейський університет"

**МОТИВУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ**

В найбільш загальному значенні ефективність – це здатність приносити певний ефект, результативність досліджуваного процесу. Визначається як відношення ефекту (результату) до витрат, що забезпечили цей результат.

Ефект – це досягнутий результат у різних формах вияву (матеріальній, грошовій, соціальній, просування по службі та ін.)/

В економічному розумінні ефект – це сума платежів за ресурси, зокрема за такий специфічний ресурс як підприємницькі здібності, або сума доходів усіх власників ресурсів (відсотки, рента, заробітна плата, нормальний прибуток). Позаекономічна форма існування ефекту відображена в таких специфічних параметрах та індикаторах, як величина вільного часу, рівень життя людей [1].

Процес виробництва на будь-якому підприємстві здійснюється при певній взаємодії трьох визначальних його чинників: персоналу (робочої сили), засобів праці та предметів праці [1].

Використовуючи наявні засоби виробництва, персонал продукує суспільно корисну продукцію або надає виробничі і побутові послуги. Це означає, що, з одного боку, мають місце витрати живої і уречевленої праці, а з другого, — результати виробництва. Останні залежать від

масштабів застосовуваних засобів виробництва, кадрового потенціалу та рівня їх використання.

Ефективність виробництва являє собою комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу.

У зарубіжних країнах з розвинутою ринковою економікою для окреслення результативності господарювання використовують інший термін – продуктивність системи виробництва і обслуговування, під якою розуміють ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації) при виробництві різноманітних товарів та послуг. Отже, ефективність виробництва і продуктивність системи – це по суті терміни-синоніми, які характеризують одні й ті ж результативні процеси. При цьому слід усвідомлювати, що загальна продуктивність системи є поняттям набагато ширшим, ніж продуктивність праці і прибутковість виробництва.

З метою ефективного використання трудового потенціалу підприємства слід враховувати як економічні, так і соціально-спрямовані аспекти. Економічний аспект ефективного використання ресурсів праці фірми виражається оптимальним співвідношенням між результатами праці і її кількістю (продуктивність праці), а також оптимальними співвідношеннями між результатами праці персоналу і витратами на персонал (економічність праці).

Соціальна ефективність реалізується через задоволення потреб, інтересів працівників шляхом застосування різних форм та систем оплати праці, створення таких умов, які забезпечують зростання продуктивності праці паралельно з розвитком особистості.

Ефективність праці виражається у досягненні максимального ефекту за мінімальних витрат. Між витратами праці на створення одиниці продукції та ефективністю праці існує обернено пропорційна залежність.

Ефективність праці є багато аспектною економічною категорією, кожен з аспектів якої розкриває окремі її сутнісні сторони і виражається у менш місткій категорії. Такими категоріями, крім продуктивності та

економічності праці, є продуктивна сила праці, якість праці, стабільність праці, інтенсивність праці, її результативності тощо.

Продуктивність праці звичайно є найважливішим якісним показником використання трудового потенціалу і головним фактором зростання обсягів виробництва продукції. Це ефективність затрат конкретної праці, яка визначається кількістю продукції виробленої за одиницю часу (година, зміна, місяць, рік) або кількістю часу, витраченого на одиницю продукції [2].

Виходячи з прийнятої концепції трудового потенціалу, зрозуміло, що основними факторами зростання ефективності праці є:

1) організаційно-технічні умови праці – частково регулюються законодавчо через встановлення граничних норм щодо дотримання безпеки та гігієни праці; але більшою мірою залежать від роботодавця, від його вмотивованості до досягнення вищої результативності використання наявних у нього ресурсів, в тому числі ресурсів праці;

2) мотивація персоналу – залежить від прийнятої стратегії управління мотивами персоналу.

Основою ефективного використання другої групи факторів покращення використання трудового потенціалу є вивчення потреб працівників та застосування щодо них відповідних стимулів з метою спонукання до ефективнішої праці.

Список літератури

1. Кубіній Н.Ю. Людський потенціал підприємницької діяльності: навч. посіб. / за заг. ред. Н.Ю. Кубіній. Ужгород: Вид-во УжНУ "Говерла", 2021. 172 с.

2. Міщук Г. Ю. Оцінювання та механізм забезпечення використання трудового потенціалу в Україні: монографія / Г. Ю. Міщук. Рівне: НУВГП. 2015. 280 с.

УДК 005.72

Росляков М. В.

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
ПВНЗ "Європейський університет"

ЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКОЇ СТРУКТУРИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Дослідження значення організаційної структури в системі управління підприємством розпочалися на початку 20-го століття, коли відбувався швидкий зсув у виробництві, внаслідок чого виникла необхідність перегляду методів управління.

Організаційна структура підприємства – це в загальному розумінні сума правил, зв'язків, зв'язків і субординації на всіх рівнях управління підприємством від топ-менеджменту до лінійних керівників [1, с. 168]. Метою організаційної структури є організація ефективного управління та контроль за ним шляхом координації діяльності та функцій підрозділів і співробітників компанії [2, с. 185].

Залежно від типів взаємозв'язків між різними ланками управління підприємством, виділяють декілька основних типів організаційних структур [2]:

1. Ієрархічна організаційна структура є найбільш класичним і канонічним типом організаційної структури з можливих на підприємстві. Як випливає з назви, структура базується на чіткій ієрархії між рівнями управління, існує чіткий розподіл відповідальності та повноважень, чіткий розподіл праці, відповідно до якого проводиться кадрова політика компанії. Ця організаційна структура характеризується слабкими сторонами, такими як слабка координація взаємодії між відповідними підрозділами та передове та невибіркове ставлення до працівників.

2. Органічна організаційна структура була створена у зв'язку з необхідністю підприємства швидко реагувати на мінливі ринкові умови, де конкуренція є дуже гострою. Існує кілька типів органічної

організаційної структури: проектна, матрична і командна. Кожен із цих типів характеризується формуванням відповідальних груп (проектних чи командних) за професійною ознакою, розподілом у них повноважень і відповідальністю кожної з них за кінцевий результат. Органічна організаційна структура характерна для великих компаній, що працюють у сфері ІТ при реалізації багатьох проектів. Тут вітається професійний ріст і злагоджена командна робота, де вся робота в проекті може проходити по одній ланці.

3. Організаційна структура лінійного управління характеризується наявністю єдиного керівника на чолі кожного структурного підрозділу, який володіє всіма повноваженнями і здійснює єдине керівництво підлеглими працівниками і зосереджує в своїх руках усі функції управління кожною ланкою в і кожен підлеглий має одного керівника, через якого всі команди управління проходять по одному каналу. При цьому підрозділи управління відповідають за результати всієї діяльності керованих об'єктів. Мова йде про розподіл керівників по кожному об'єкту, кожен з них виконує всі види робіт, розробляє і приймає рішення, пов'язані з управлінням цим об'єктом. У лінійній структурі управління, оскільки рішення приймаються "зверху вниз" по ланцюжку, нижчий рівень управління підпорядковується керівнику вищого рівня над головою, який є певною ієрархією окремих лідерів організації. формується. У цьому випадку використовується принцип єдиноначальності, суть якого полягає в тому, що підлеглі виконують накази тільки одного керівника. Вищий орган управління не має права віддавати накази будь-якому виконавцю, минаючи свого безпосереднього керівника.

4. Функціональна структура управління – це структура, сформована відповідно до основної діяльності організації, в якій відділи об'єднані в блоки. Для більшості середніх і великих підприємств чи організацій основним підходом до створення підрозділів є функціональний. У цьому випадку під функціями розуміють основні напрямки діяльності, наприклад, виробництво, фінанси, збут тощо. Блоки відділів

формується відповідно до їх завдань – виробничі, управлінські, соціальні. Виокремлення окремих відділів усередині блоків здійснюється вже за одним із розглянутих вище підходів або одночасно за кількома. Наприклад, магазини можуть бути організовані за продуктами, що виробляються, а сайти за технологіями, які в них використовуються.

5. Програмно-цільова структура управління – це мережева структура, побудована за принципом двостороннього підпорядкування виконавців. При такій організації керівник проекту працює з 2 групами підлеглих: постійними членами команди проекту та іншими співробітниками підпорядкованих йому функціональних відділів з тимчасових і обмежених питань. Для діяльності з чітко визначеним початком і кінцем створюють проекти, цільові програми безперервної діяльності. В організації можуть співіснувати як проекти, так і цільові програми. Прикладом матричної програми є цільова структура управління (компанія Тойота). Ця структура була запропонована Каорі Ісікава в 1970-х роках і з невеликими змінами працює не тільки в Toyota, але і в інших компаніях по всьому світу.

Важливим чинником, який слугує позитивному результату господарської діяльності, є правильне формування організаційної структури підприємства. Сучасна ситуація вимагає від організацій не тільки готовності до будь-яких змін, але й здатності їх адаптувати. Іншими словами, потрібен динамічний баланс, щ тож для досягнення такого балансу підприємство має мати дуже гнучку організаційну структуру.

Список літератури

1. Бобровник В. Теоретичні аспекти дослідження категорії “організаційна структура управління підприємством”. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія “Економічні науки”*, 2007, 2: 166–170

2. Гуторов О.І., Гуторова О.О. Побудова організації та основні типи організаційних структур управління. *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*, 2018, 4: 185-200.

УДК 338.45

Трофімчук С. А.

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
ПВНЗ "Європейський університет"

МОНІТОРИНГ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС

Питанням моніторингу та звітності бізнесу приділено значну увагу. Націоналізація показників, створення статистичної бази даних, визначення джерел даних та методології їх розрахунку є пріоритетом державної політики, особливо в умовах кризи, коли від підприємств вимагається підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності та ефективних форм менеджменту в управлінні виробництвом. Важлива роль у реалізації цього завдання відводиться моніторингу фінансового стану підприємств, оскільки він є одним із найефективніших методів діагностики господарської діяльності підприємств. Аналітичні матеріали, підготовлені в процесі моніторингу, допомагають здійснити комплексний аналіз і прогноз фінансового стану підприємства і, таким чином, отримати реальну оцінку можливостей підприємства [1].

Досвід розвинених країн показав, що в умовах нестабільної економічної ситуації та загострення конкуренції наявність дієвого механізму моніторингу фінансового стану підприємства стає необхідною умовою його стабільного та успішного розвитку. Формування оперативної інформації на основі систематичного аналізу, моніторингу створює основу для прийняття оптимальних управлінських рішень, оцінки їх наслідків ще до реалізації та прогнозування подальшого розвитку організації. Кризові явища у світовій економіці вимагають від підприємств підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності та ефективніших форми господарювання і управління.

Моніторинг фінансового стану є однією з найважливіших функцій фінансового менеджменту для оцінки (аналізу) наявності, розміщення та використання фінансових ресурсів підприємства. Моніторинг – це

механізм постійного моніторингу фінансовими менеджерами найважливіших поточних результатів фінансової діяльності підприємства в умовах постійно змінюваних ринкових умов. При формуванні системи моніторингу необхідно виділити об'єкт моніторингу, тобто об'єкт моніторингу з метою контролю за його фінансовим станом, та суб'єкт моніторингу, який безпосередньо здійснюватиме моніторинг та оцінку результатів [1].

Поняття "моніторинг" увійшло в наукову літературу порівняно недавно – на початку 70-х років. Моніторинг - це засіб і методи контролю і нагляду за перебігом будь-яких процесів або комерційної діяльності підприємства, що здійснюються підприємцем з метою стабілізації виробничих параметрів.

Моніторинг інноваційного потенціалу підприємств та їх інноваційної діяльності в умовах розвитку конкуренції та глобалізації світових товарних ринків має особливе значення для майбутнього розвитку галузі та промисловості країни в цілому. При моніторингу підприємств аналізується велика кількість різноманітних економічних і фінансових показників. Частина показників доступна і визначає діяльність компаній і галузі в цілому. Доступ до інших показників вимагає максимальної прозорості управління підприємством.

В умовах цифрової трансформації змінюється спосіб управління процесами на підприємстві. Взаємодія новітніх технологій та бізнесу стає все тіснішою – необхідно контролювати технологічні та бізнес-процеси одночасно [2]. Універсальні системи моніторингу організовують єдину точку збору даних різного типу з різних джерел і повідомляють про події, які повинні підтримувати [2]:

- багатофункціональність;
 - доступ до моніторингу широкого спектру параметрів;
 - інтеграція – підтримка багатьох протоколів і технологій збору даних;
- доступність;
- звітність – гнучка система звітності з різним рівнем деталізації;
 - сповіщення – налаштувати способи доставки сповіщень про події.

Таким чином, система моніторингу діяльності промислових підприємств – це взаємодія процесів обліку, планування, контролю, регулювання та аналізу з урахуванням пріоритетних напрямів і цілей

розвитку підприємства шляхом інструментального, методичного, організаційного та інформаційного забезпечення.

Список літератури

1. Перерва П.Г., Шаульська Л.В., Кобелева Т.О. Формування та використання системи моніторингу підприємницьких ризиків як запорука сталого розвитку бізнес-структур. *Економіка і організація управління*. 1 (49), 2023. С.45-56

2. Шаульська Л.В., Райко Д., Дюжев В., Долина І. Моніторинг комерційного потенціалу інтелектуально-інноваційних бізнес-структур. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*. 4, 2022. С 72–78. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2022.4.72>

УДК 339.9:330.34

Філончук О. А.

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
ПВНЗ "Європейський університет"

МОТИВУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКІВ: РОЛЬ ТА МІСЦЕ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах великого значення набуває конкурентоспроможність персоналу, що являє собою вміння кожного працівника та всіх разом як єдиного організму швидко й ефективно сприймати та реалізовувати різні нововведення на кожній стадії життєвого циклу продукції.

Конкурентоспроможність персоналу досягається лише за умов постійного поглиблення знань, умінь, навичок, сприятливого соціально-психологічного клімату, відповідних умов праці. Конкурентоспроможність персоналу можна визначити як результат його розвитку, котрий досягається через застосування комплексу заходів, що охоплює професійне навчання, перепідготовку, підвищення кваліфікації персоналу, а також планування кар'єри персоналу організації.

Основними завданнями планування розвитку персоналу є визначення майбутніх вимог, що ставляться до робочих місць, а також планування заходів, необхідних для професійного розвитку працівників [1].

Професійний розвиток – це процес підготовки співробітників до виконання нових виробничих функцій, отримання нової посади, вирішення нових питань.

Основними напрямками професійного розвитку є:

- первинне навчання у відповідності до завдань підприємства та специфіки роботи.
- навчання для ліквідації розриву між вимогами посади та наявними якостями працівника.
- навчання для підвищення кваліфікації.
- навчання для роботи за новими напрямками розвитку організації.
- навчання для засвоєння нових прийомів та заходів виконання трудових операцій [2].

Професійний розвиток працівника є основним етапом у процесі розвитку персоналу підприємства. У професійному розвитку працівників зацікавлені держава, підприємства, працівники.

Для держави забезпечення на належному рівні і в необхідних обсягах професійного навчання кадрів на виробництві - це підвищення якості та ефективності використання робочої сили, а отже - зростання конкурентоспроможності виробленої продукції чи надання послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Для підприємства підвищення професійного рівня кадрів є складовою зростання продуктивності праці, підвищення якості продукції, зниження рівня травматизму.

Для працівника зацікавленість у підвищенні кваліфікації полягає у підвищенні продуктивності праці, зростанні заробітної плати (після підвищення розряду, категорії), просуванні по службі, підвищенні конкурентоспроможності на ринку праці [2].

Мотивування працівників до участі у програмах професійного розвитку може бути обумовлено:

- бажанням зберегти роботу, посаду, статус в організації;

- прагненням отримати службове підвищення чи розширити посадові повноваження;
- бажанням підвищити оплату своєї праці;
- інтересом до нововведень, нових знань і навиків;
- бажанням розширити коло спілкувань, встановити нові контакти, налагодити зв'язки.

Завдання керівництва – ефективне використання чинників індивідуальної мотивації працівників для запровадження програм професійного навчання персоналу.

Метою мотивування працівників до професійного розвитку є ефективне використання їх потенціалу та підготовка до виконання нових завдань та робіт, які можуть виникнути під час реалізації стратегічного плану розвитку підприємства або його адаптації до нових зовнішніх умов. Об'єктом мотивування є працівники підприємства (робітники, фахівці, службовці тощо).

Оцінка ефективності програм професійного розвитку персоналу – один з найважливіших елементів системи менеджменту персоналу. Витрати матеріальних, часових, людських ресурсів на запровадження програм навчання доцільні лише тоді, коли досягнуто мету навчання, а набуті знання та навички сприяють реалізації стратегії розвитку організації. Проте далеко не завжди можливо визначити, наскільки великим є вплив набутих знань і навиків, оскільки ефективна діяльність організації обумовлюється великою сукупністю чинників різної природи.

Список літератури

1. Менеджмент персоналу : підручник / за заг. ред. проф. В.Я. Брича. Тернопіль : ЗУНУ, 2023. 640 с.

2. Сочинська-Сибірцева І. М., Доренська А. О., Тушевська Т. В. HRменеджмент: навч. посіб. Кропивницький : ЦНТУ, 2022. 278 с. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/items/c6f20ee5-8ef9-4346-80a2-302d39b90067>

УДК 336.13.051

Якимчук І. А.

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
ПВНЗ "Європейський університет"

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В даний час контроль як функція управління визнається визначальною в досягненні високої якості роботи підприємств і організацій. Існує загальноприйнята логіка: немає контролю – немає точного виконання плану – немає високого результату діяльності підприємства. Проте спостерігаються деякі сучасні проблеми організації ефективного контролю в рамках системи управління підприємством. Однією з них є складність інтеграції функцій контролю в поточні та стратегічні цілі системи управління підприємством.

Актуальним питанням дослідження є проблеми системи внутрішнього контролю підприємства. На думку вчених, проблема внутрішнього контролю є запорукою успіху будь-якої компанії [1]. Помилки, допущені в поточній фінансовій звітності, в щоденних виробничих завданнях, у відносинах з постачальниками і споживачами, можуть призвести до банкрутства. Успіх внутрішнього контролю цілком залежить від якості трудових ресурсів підприємства. Для вирішення цих проблем було оновлено стандарт внутрішнього контролю COSO. Цей стандарт дозволяє оцінювати ризики контролю, розробляти процедури контролю, покращувати управління інформацією та даними. Як зазначено в дослідженнях, система внутрішнього контролю перебуває в постійному русі та трансформації [2].

Проблеми вдосконалення системи внутрішнього контролю є актуальними для будь-якого підприємства. Складність вирішення цієї проблеми зумовлена нелінійним характером контрольної діяльності. Система внутрішнього контролю виконує як підлеглу, так і керівну роль у

загальній системі управління. Ефект від вдосконалення системи внутрішнього контролю є синергетичним.

При вдосконаленні системи внутрішнього контролю підприємства необхідно гнучко пов'язувати параметри тактики та стратегії підприємства в умовах інноваційного розвитку та діючих стандартів внутрішнього контролю [2]. Цей процес передбачає оцінку параметрів для центрів витрат і прибутку, необхідних ресурсів і технологій для їх використання в контексті їх зв'язку з особами, відповідальними за контроль, відповідно до організаційної структури управління для забезпечення можливості покращення показників ефективності підприємства та з урахуванням розділів системи управління якістю підприємства:

- відповідальність керівництва;
- життєві цикли товару;
- управління ресурсами;
- аналіз;
- зміна;
- поліпшення.

У цьому випадку система внутрішнього контролю стає гнучкою, процес прийняття управлінських рішень після контрольних дій скорочується, функція контролю стає домінуючою в сукупності функцій управління, об'єднуючи у своїй функції планування, організації, мотивації, аналізу та обліку. власний контроль.

Список літератури

1. Даценко Г. Основні аспекти контролю якості внутрішнього аудиту підприємств. Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації. 2021. 1-2. С. 24–32. DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2021.01.024.6>.

2. Зянько В.В., Тесьолкіна А.О. Роль внутрішнього контролю в процесі управління підприємством. Вісник ВПІ. 1. С. 39–43. URL: <https://visnyk.vntu.edu.ua/index.php/visnyk/article/view/1874/1874>

SECTION 6

PSYCHOLOGICAL SCIENCES

УДК 37.01/09

Бутенко С. Ф.

аспірант кафедри педагогіки

Приватного вищого навчального закладу

"Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені Степана Дем'янчука" м. Рівне. Україна

**РІВНІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ
ДО ПРЕВЕНТИВНОГО ВИХОВАННЯ ПІДЛІТКІВ**

Підготовка майбутніх психологів до превентивного виховання підлітків набуває значущості через той факт, що психолог у роботі з підлітками часто виконує компенсаторну функцію, виступає в ролі "розумного дорослого", який є необхідним для дитини, яка стоїть на роздоріжжі і не може зробити доленосного вибору, а люди, які можуть порадити, відсутні через певні причини і в родині і в закладі освіти. Підготовка фахівців такого рівня потребує системності та структурованості. Під час нашого дослідження були виокремлено рівні розвитку фахової підготовки майбутніх психологів до роботи з дітьми підліткового віку девіантної поведінки:

1. Ситуативний рівень підготовки спостерігається у майбутніх психологів, які мають невисокий рівень теоретичних знань щодо обраного предмету. Таким студентам зазвичай самим некомфортно в тому освітньому середовищі, в якому вони перебувають і змінити його на краще вони неспроможні через відсутність теоретичних знань і практичних навичок. У таких психологів зазвичай лише чверть учнів відчуває комфорт в умовах закладу освіти; решта підлітків мають високий рівень вербальної та прихованої агресії, високий рівень тривожності; колективи в такому випадку не згуртовані або знаходяться на початковому рівні згуртованості, є відштовхнуті, неприйнятні діти.

Зазвичай в психологів, де спостерігається подібна картина, відсутня здатність до проектування своєї роботи як і відсутня системність роботи взагалі. В арсеналі таких майбутніх фахівців є цілий пакет тестів, різних методик, які підібрані хаотично і безсистемно. В закладах освіти, де працюють психологи з початковим рівнем підготовки, функцію психолога не розуміють, чи розуміють не до кінця, ефективності від такою роботи не бачать і не очікують. Через те психологічну службу вважають безперспективною, дуже неконкретною, а саму посаду психолога – зайвою.

2. Частково – продуктивний рівень підготовки майбутніх психологів дозволяє створити психологічно-комфортне освітнє середовище приблизно для половини учнів закладу освіти. Тоді в підлітковому середовищі спостерігається нестабільний соціально-психологічний клімат в класних колективах, який залежить від ситуації та настрою учасників освітнього процесу. Присутні агресивність, тривожність, прояви девіантності, тенденція до завищення або заниження самооцінки приблизно у третини учнів підліткового віку. Шкільні психологи з середнім рівнем підготовки до роботи з дітьми з девіантною поведінкою мають розпливчате поняття про девіантність та причини її виникнення у підлітків.

3. Стійкий рівень підготовки майбутніх психологів до превентивного виховання підлітків з девіантною поведінкою умовно об'єднує психологів, коли в закладах освіти, де вони працюють рівень психологічної комфортності високий, створено ефективне освітнє середовище, відсутні навіть натяки на будь-яку дискримінацію, булінг, чи інші прояви жорстокості серед учнів. В даному випадку високий рівень тривожності не більше, ніж у чверті підлітків, майже відсутня агресивність та підозрілість. С представниками батьківської громади налагоджена плідна співпраця та встановлено справжні партнерські стосунки. У подальшому в нашій роботі ми обґрунтуємо та виокремимо педагогічні умови щодо підготовки майбутніх психологів закладів освіти

до превентивного виховання підлітків з девіантною поведінкою з орієнтацією на високий рівень підготовки таких фахівців.

Список літератури

1. Галич Т.В. Педагогічні умови реалізації особистісно орієнтованого підходу до підлітків у системі виховної роботи класного керівника. Профілактика девіантної поведінки підлітків у соціально-виховному середовищі загальноосвітньої школи. : дис. ... к. пед. наук : 13.00.07 / Вінницький держ. пед. ун-т. Вінниця, 2011. 260 с.

2. Марчук О.О. Теорія і практика навчання і виховання дітей та молоді в освітньо-культурних установах Волині ХІХ – першої половини ХХ століття.: дис.... д. пед. наук.: 13.00.01/ Хмельницька гуманітарно-пед. акад. Хмельницький, 2020. 194 с.

3. Самойлов А.М. Профілактика девіантної поведінки підлітків у соціально-виховному середовищі загальноосвітньої школи. : дис. ... к. пед. наук : 13.00.07 / Вінницький держ. пед. ун-т. Вінниця, 2017. 197 с.

4. Формування превентивного виховного середовища загальноосвітнього навчального закладу: навч-метод. посіб. / Єжова О.О. та ін. За ред. В.М. Оржеховської. Кіровоград. 2014. 172 с.

SECTION 7

TECHNICAL SCIENCES

УДК 656.135.073

Линник І. Е.

д.т.н., професор,
професор кафедри міського будівництва,
Харківський національний університет
міського господарства ім. О. М. Бекетова

**ВТРАТИ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ
УКРАЇНИ ВНАСЛІДОК РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ**

Війна росії проти України, що розпочалася ще у 2014 році, призвела до руйнування економіки нашої країни, промисловості, житлового фонду, аграрно-промислового сектору, енергетики, транспортної інфраструктури і логістики, підприємств житлово-комунального господарства, закладів освіти й науки, охорони здоров'я, культури тощо. Руйнування та пошкодження потребують подальшого відновлення й відбудови.

З початку повномасштабного російського військового вторгнення загальна сума прямих збитків економіки України станом на лютий 2024 р. склала 157 млрд дол. [1]. Загальні збитки в транспортній інфраструктурі оцінюються у 36,8 млрд дол. Найбільше постраждали регіони України, де безпосередньо велися та ще продовжуються бойові дії. Такими регіонами є Донецька, Харківська, Луганська, Миколаївська, Запорізька, Київська, Херсонська, Сумська та Чернігівська області [1].

Оцінити збитки, нанесені дорожньому господарству по всіх областях України, наразі не виявляється можливим через те, що на значній частині території України ще йдуть бої та деякі райони перебувають під окупацією. За попередніми оцінками наразі зруйновано 25,4 тис. км доріг та 346 штучних споруд (мостів, шляхопроводів, мостових переходів). Кількість пошкоджених чи зруйнованих штучних споруд і доріг по деяких областях України наведено на рисунках 1, 2.

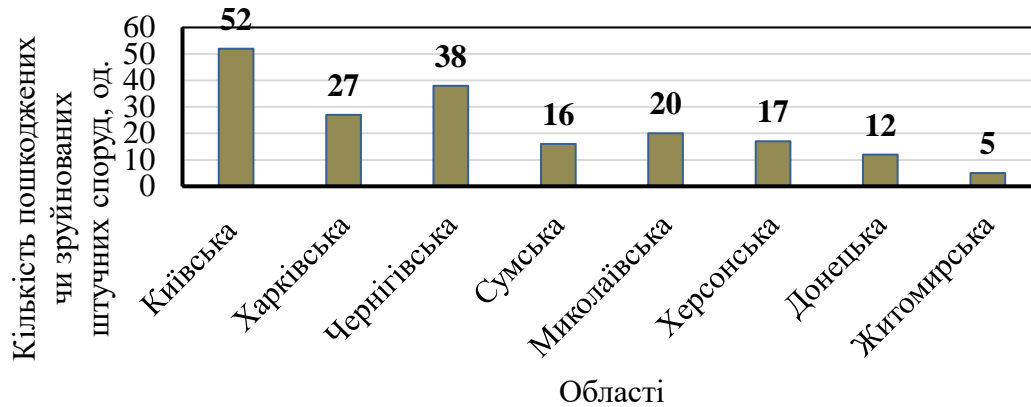


Рис. 1. Кількість зруйнованих або пошкоджених штучних споруд по областях [1]

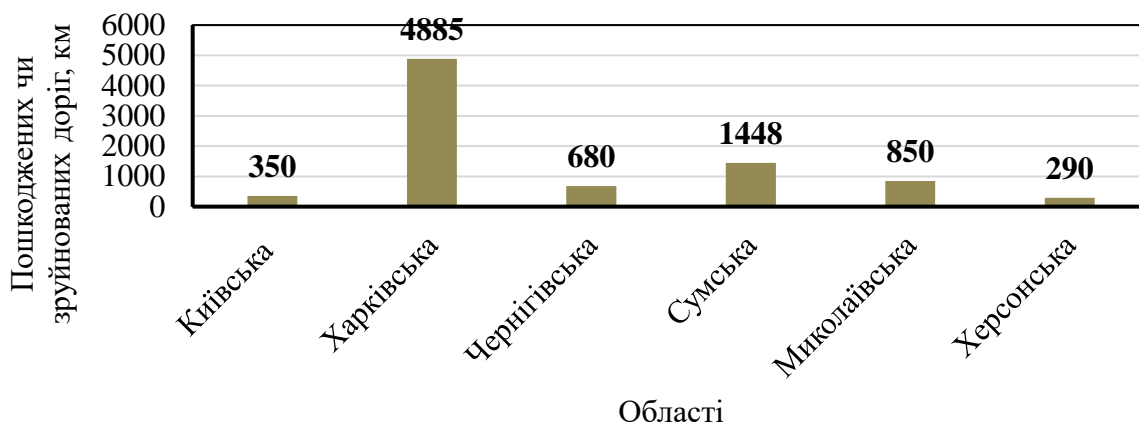


Рис. 2. Кількість зруйнованих або пошкоджених кілометрів доріг по областях [1]

Загалом збитки від руйнування мостів і мостових переходів складають 2,6 млрд дол. Попередня оцінка загальних збитків від руйнування доріг може становити близько 26,7 млрд дол., а через руйнування Каховської ГЕС загальні збитки зросли ще на 300 млн дол., тобто досягли 27 млрд дол. [1]. Загальні прямі збитки Укрзалізниці оцінюють у 4,3 млрд дол. [1]. Пошкоджено 507 км залізничного полотна, 126 вокзалів і вокзальних будівель склапа, з них понад 53 – на контрольованих Україною територіях, решта – на неконтрольованих [1]. За попередніми оцінками загальний збиток авіаційної галузі становить приблизно 2,04 млрд дол. [1]. Російські військові завдали ракетних ударів по всіх основних аеродромах, намагаючись позбавити Україну

можливостей протиповітряної оборони. У результаті із 35 існуючих аеродромів було пошкоджено 19, у тому числі 12 цивільних і 7 багатоцільових (не враховуючи військові аеродроми) [1, 2]. Деякі з них неодноразово обстрілювали повторно. Атаки зазнали міжнародні аеропорти Борисполя, Житомира, Кропивницького (зруйнований ангар), Одеси, Рівного, Харкова (пошкоджені злітно-посадкові смуги, термінали), Дніпра (зруйновано злітно-посадкову смугу та пошкоджено будівлі терміналу та аеровокзалу), Запоріжжя (зруйновано термінал). Майже повністю зруйновано аеропорти у Вінниці, Івано-Франківську, Миколаєві, Херсоні та Кривому Розі, аеродром "Антонов" у місті Гостомель Київської області. За час повномасштабного вторгнення принаймні в чотирьох портах було знищено або пошкоджено об'єкти власності. Загальні прямі збитки портової інфраструктури та дотичних до неї підприємств оцінюються у 0,56 млрд дол. Вартість непрямих збитків підприємств морських портів та внутрішньо-водного транспорту оцінено у 2,1 млрд дол. [1]. Прямі збитки комунальних підприємств і приватних транспортних компаній від знищення громадського транспорту становлять 830 млн дол. (знищено 344 тролейбуси, 152 трамваї, 13 812 автобуси). На сьогоднішній день знищено 212 тисяч приватних транспортних засобів на суму 1,9 млрд дол. Крім того, знищено 1 629 одиниць пожежної техніки на суму 89 млн дол. [1]. Найбільших втрат завдано в Луганській і Донецькій областях та в місті Харкові. Було втрачено близько 60 % громадського транспорту в Донецькій та понад 70 % у Луганській областях. Загалом транспортних засобів знищено на суму 3,13 млрд дол. [1].

На жаль, збитки та втрати транспортної інфраструктури можуть ще зростати, бо активні бойові дії на території нашої держави не припиняються.

Список літератури

1. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії Росії проти України станом на початок 2024 року [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: https://kse.ua/wp-content/uploads/2024/04/01.01.24_Damages_Report.pdf, вільний (дата звернення: 09.07.2024). – Назва з екрана.

2. Війна в Україні: які цивільні аеропорти були зруйновані чи пошкоджені під час бойових дій [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.slovoidilo.ua/2023/05/09/infografika/ekonomika/vijna-ukrayini-yaki-cyvilni-aeroporty-buly-zrujnovani-chy-poshkodzheni-bojovux-dij>, вільний (дата звернення: 09.07.2024). – Назва з екрана.

УДК 621.314

Папаїка Ю. А.

д.т.н., професор

завідувач кафедри електроенергетики

Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"

Лисенко О. Г.

к.т.н., доцент

доцент кафедри електропривода

Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"

Удовик О. В.

аспірант кафедри електроенергетики

Національний технічний університет "Дніпровська політехніка"

**ОСОБЛИВОСТІ КОМПЕНСАЦІЇ РЕАКТИВНОЇ ПОТУЖНОСТІ У
ПРОМИСЛОВИХ СИСТЕМАХ ЕЛЕКТРОПОСТАЧАННЯ З
НЕЛІНІЙНИМИ НАВАНТАЖЕННЯМИ**

Для забезпечення максимальної енергетичної ефективності роботи промислових підприємств під час дії воєнного стану необхідно виконати комплекс досліджень та розробити технічні рішення які будуть відповідати умовам критичного обмеження генерації електроенергії. Одним з найважливіших етапів є оптимізація електричних режимів з забезпеченням раціонального перетоку реактивної потужності (РП) [1]-[2]. На основі наукових та експериментальних досліджень електричних режимів промислових підприємств, виконаних науковцями НТУ "Дніпровська політехніка" запропоновано наступний алгоритм дій для комплексного вирішення проблеми низького коефіцієнта потужності ($\cos\varphi$):

- розрахунок електричних навантажень стаціонарних та мобільних електроустановок з урахуванням особливостей технологій;

- перевірка показників якості напруги при роботі нелінійних навантажень з урахуванням циклічності роботи [2];
- вибір конфігурації схем і перетинів кабельних ліній (КЛ) електричних мереж;
- вибір засобів компенсації реактивної потужності (КРП) і їх розподіл між мережами 0.4 кВ і 6-10, 35 та 150кВ [3].

При переоснащенні виробництва та впровадження нових технологій Індустрії 4.0, очевидно, що потужності трансформаторних підстанцій та пропускна спроможність ліній електропередач потребує корегування та заміни відповідно до вимог максимальної енергетичної ефективності. Ускладнює ситуацію масоване впровадження вентильних перетворювачів для електроприводних та мехатронних систем на підприємствах усіх галузей. При цьому режим споживання реактивної потужності та генерації вищих гармонік та інтергармонік має варіативний характер, причому ступінь споживання реактивної потужності залежить від споживаної активної потужності [3].

Для вирішення поставленого завдання вихідними даними є розрахункова активна потужність навантаження P_M споживачів підприємства напругою до 1 кВ та 6 кВ, заданий енергосистемою коефіцієнт реактивної потужності $tg\varphi_{суст}$ і питомі витрати на одиницю потужності зазначених елементів системи електропостачання. Реактивна потужність нелінійного навантаження споживачів 0,4 кВ визначається виразом [4]:

$$Q_M = P_M tg\varphi_{несин}, \quad (1)$$

де $tg\varphi_{несин}$ — коефіцієнт реактивної потужності, визначений за середнім значенням коефіцієнта потужності, характерним для нелінійних цехових споживачів електроенергії

Реактивна потужність, яку забезпечує енергосистема, на стороні низької напруги ГПП визначається за виразом [2]:

$$Q_{суст} = P_M tg\varphi_{суст}, \quad (2)$$

Реактивна потужність компенсуючих пристроїв (КУ) визначається з балансу реактивної потужності на шинах 6-10 кВ джерела живлення підприємства:

$$Q_{КУ\Sigma} = Q_M + \Delta Q_T + \Delta Q_{КУ} - Q_{суст}, \quad (3)$$

де $\Delta Q_T = \alpha S_M$; ΔQ_T – сумарні втрати реактивної потужності в трансформаторах при частоті 50 Гц; ΔQ_{KU} – додаткові втрати в силових трансформаторах при несунусоїдальності напруги; α – коефіцієнт втрат реактивної потужності в ТП від передачі повної потужності навантаження. Зазвичай $\alpha = 0,1 \dots 0,2$ [4].

Компенсація реактивної потужності в електричних мережах промислових підприємств при наявності потужних нелінійних навантажень з генерацією вищих гармонік вимагає обґрунтування нових алгоритмів пошуку оптимального розподілу ємності компенсуючих пристроїв в мережах 0,4 та 6...10 кВ. Для отримання цільової функції оптимізації компенсації реактивної потужності використовуємо дві складові втрат активної потужності: втрати від перетоку реактивної потужності на частоті основної гармоніки та додаткові втрати при протіканні вищих гармонічних складових. При цьому мінімізується функція втрат активної потужності. Функція при цьому має вигляд [2]:

$$\Delta P = \sum_{i=1}^n (Q_i - Q_{ki})^2 \cdot R_i / U^2 + \sum_{i=1}^n \sum_{v=2}^m ((Q_{vi} - Q_{ki})^2 \cdot R_{vi} / U_v^2) \rightarrow \min, \quad (4)$$

де Q_i , Q_{vi} - реактивна потужність ділянки електричної мережі на основній частоті та на частоті вищих гармонік відповідно; Q_{ki} - сумарна потужність компенсуючих пристроїв на основній частоті та на частоті вищих гармонік; R_i , R_{vi} - опори елементів системи електропостачання на основній частоті та на частоті вищих гармонік відповідно; U_v - напруга v -ої гармоніки.

Електрична мережа промислового підприємства може бути представлена у радіальній формі (рис. 1). При цьому коло 1 характеризує приєднання конденсаторної батареї 6...10 кВ; коло 2 – електричні навантаження та компенсуючі пристрої 0,4 кВ.

При протіканні струмів вищих гармонік у електричних мережах змінюється значення активного опору. Для силових трансформаторів та реакторів це враховується коефіцієнтом $k_{Rv} = 1 + 0,1v^{1,2}$, значення якого залежить від частоти вищих гармонік (рис. 2).

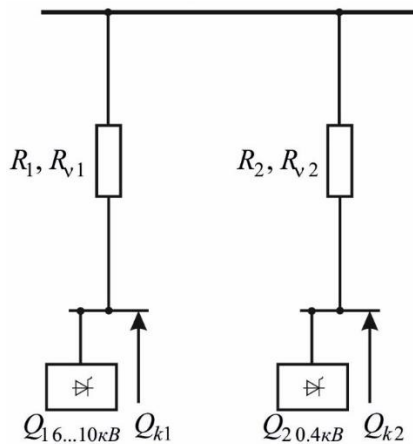


Рис. 1. Вузол навантаження з вентиляними перетворювачами

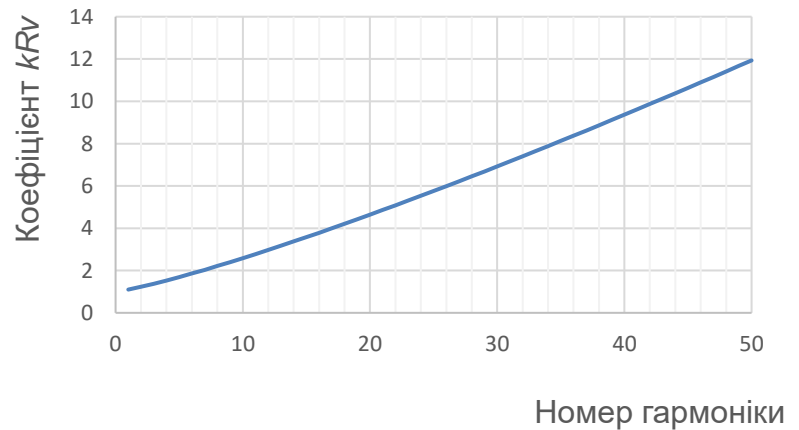


Рис. 2. Залежність коефіцієнта k_{RV} від номера ВГ для силових трансформаторів та реакторів

Висновок. Зміни у енергетичному балансі та частці нелінійних навантажень промислових підприємств створили основу для розробки нових методик вибору параметрів пристроїв компенсації реактивної потужності. Запропонований підхід дозволяє враховувати складність підключення конденсаторних на стороні напруги 0.4 та 6-10 кВ при наявності несинусоїдальності напруги. Відмінності нових моделей від існуючих полягають в отриманні залежностей, що дозволяють виділити частку реактивної потужності, що формує дефіцит для моделювання параметрів фільтро-компенсуючих установок, враховуючи циклічність роботи нелінійних навантажень.

Список літератури

1. Papaika Y. Normalization of voltage quality as the way to ensure energy saving in power supply systems / G. Pivnyak, I. Zhezhelenko, Y. Papaika // CRC Press/Balkema – Taylor & Francis Group: Power Engineering Control and Information Technologies in Geotechnical Systems. – Leiden, The Netherlands, 2013 annual publication. – P. 11-18.

2. Pivniak G. ASSESSMENT OF POWER SUPPLY ENERGY EFFICIENCY BY VOLTAGE QUALITY CRITERION / G. Pivnyak, O. Azukovskiy, Yu. Papaika, E. Careres Cabana, P. Olczak, A. Dyczko. // Rynek Energii. - 2021. № 4(155). - P. 75-84. ISSN 14255960.

3. Dusza, D., Kosobudzki, G. Reactive power measurements based on its geometrical interpretation. *2018 14th Selected Issues of Electrical Engineering and Electronics, WZEE 2018*, 2018, 8749118. <https://doi.org/10.1109/WZEE.2018.8749118>.

4. Pivniak H. Problems of development of innovative power supply systems of Ukraine in the context of European integration / H. Pivniak, O. Aziukovskyi, Yu. Papaika, I. Lutsenko, N. Neuberger // *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, (5), – 2022. – P. 89-103. <https://doi.org/10.33271/nvngu/2022-5/089>.

УДК 656.072

Свічинська О. В.

к. т. н., доцент кафедри транспортних систем і логістики,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

ДОСЛІДЖЕННЯ ПАРАМЕТРІВ РОБОТИ ТРОЛЕЙБУСНОГО МАРШРУТУ У МІСТІ ХАРКІВ

Дослідження пасажиропотоків у міському пасажирському транспорті є важливим для вдосконалення транспортної інфраструктури та підвищення якості обслуговування пасажирів. Внаслідок військової агресії Росії в останні 2022 – 2024 роки відбулися значні зміни в усіх секторах розвитку України, зокрема в транспортному. Прифронтове розташування Харкова призвело до зменшення пасажиропотоків через міграцію населення. Незважаючи на це, місто продовжує функціонувати та розвиватися, що актуалізує вирішення проблем транспортного обслуговування. Необхідність оптимізації використання рухомого складу та покращення умов перевезення для пасажирів залишається важливою для забезпечення ефективності та комфорту транспортної системи.

Використання табличного методу для обстеження пасажиропотоків та розробка відповідної методики дозволило проаналізувати техніко-експлуатаційні показники маршруту, які є важливими для оцінки його ефективності. Це також доцільно в умовах змін у транспортній

інфраструктурі міста через військові події, які вплинули на пасажиропотоки та вимоги до транспортних послуг.

Для дослідження обрано тролейбусний маршрут № 2. Загальна кількість зупинок 33 од. Охоплені часові періоди: ранок з 9:00 до 11:30, день з 13:00 до 16:00, вечір з 17:00 до 18:30. Тривалість спостереження становила 10 днів. Обробка отриманої інформації дозволила побудувати епюри пасажиропотоків за напрямками і годинами доби та розрахувати такі показники роботи маршруту, як: середня відстань поїздки пасажира, коефіцієнт нерівномірності пасажиропотоку, коефіцієнт динамічного використання місткості тролейбуса, коефіцієнт змінюваності пасажирів, а також фактична та можлива транспортна робота.

Визначено, що в досліджувані години динамічний коефіцієнт використання пасажиромісткості становить 0,16 – 0,34, що вказує на неефективне використання місткості транспортного засобу в ці періоди. Це може бути зумовлено міжпиковим часом спостереження та наявністю інших маршрутів, які дублюють частину даного маршруту.

Аналіз епюр пасажиропотоку на досліджуваному маршруті у ранковий період показав, що на певних зупинках спостерігається більша концентрація пасажирів. В обох напрямках це, переважно, стосується зупинок, розташованих поблизу станцій метро.

Також значна кількість пасажирів спостерігається на зупинках "Центральний парк" та "вул. Олесья Гончара". Це можна пояснити їх розташуванням у самому центрі міста, де є багато соціально значущих, наукових або культурних об'єктів, які активно відвідують люди. На маршруті є і зони низької активності, зокрема кінцеві зупинки "пр. Перемоги" та "пр. Жуковського". Інші зупинки демонструють усереднений рівень завантаженості, що коливається між 20 і 30 пасажирів. Це свідчить про рівномірне обслуговування пасажирів по всій довжині маршруту, з певними піками та спадами.

У денний період на епюрах пасажиропотоку спостерігається невелике збільшення кількості пасажирів порівняно з ранковим часовим інтервалом. По вечірньому обстеженню пасажиропотоку відзначається додаткове збільшення кількості людей порівняно з ранком та обіднім

часом на даному маршруті. Це можна пояснити поверненням харків'ян із місць роботи, навчання або дозвілля.

Значення середньої дальності поїздки на дослідженому маршруті варіюється в діапазоні 1,6 – 3,5 км, при загальній протяжності маршруту 15,28 км. Це може бути обумовлено різними факторами, такими як зручне сполучення зупинок з метрополітеном, локальні потреби пасажирів, дублювання іншими маршрутами, та загальний характер цього маршруту.

Отримані дані дозволили виявити зони максимальної та мінімальної активності пасажирів, що є важливою інформацією для формування пропозицій щодо транспортного обслуговування. Ця інформація є важливою для дотримання транспортним підприємством чинних законодавчих норм і для кращого розуміння управлінських процесів у сфері міського громадського транспорту.

На даному етапі дослідження можна запропонувати такі рекомендації:

- проведення повноцінного обстеження тролейбусного маршруту візуальним та табличним методом;

- розгляд доцільності зміни частини дублюючого автобусного маршруту, щоб зменшити дублювання, підвищити коефіцієнт використання пасажиромісткості і сприяти більш раціональному розподілу пасажиропотоку між різними видами транспорту;

- розгляд можливостей для зменшення інтервалу руху тролейбусів у години пік та збільшення інтервалу в менш завантажені періоди, що допоможе оптимізувати використання транспорту;

- встановлення сучасних зупинок з укриттям та інформаційними табло про час прибуття транспорту;

- впровадження сучасних систем моніторингу для постійного аналізу пасажиропотоку і коригування маршрутів, розкладу та кількості рухомого складу відповідно до отриманих даних.

Впровадження цих заходів сприятиме підвищенню ефективності та якості обслуговування на маршруті, зробить його більш привабливим для пасажирів, підвищить заповнюваність транспортних засобів і сприятиме зменшенню викидів шкідливих речовин в атмосферу.

SECTION 8

INFORMATION TECHNOLOGIES

UDC 004.738.5:004.9

Lelyk Ya.

Ph.D., Associate Professor, Department of Architecture and Design,
Lutsk National Technical University

Lelyk O.

Third year student, Faculty of Foreign Philology,
Lesya Ukrainka Volyn National University

MAIN ASPECTS OF WEB PAGE DESIGN DEVELOPMENT IN THE VIRTUAL ENVIRONMENT OF THE INTERNET

ABSTRACT. The article's materials explore the peculiarities of developing the main stages of web page design, considering compositional and aesthetic characteristics created by design methods. The importance of web design as a tool for creating a visual studio for a website in a virtual environment is analyzed. The study of this topic showed that successful web design enhances the communicative function, traffic (the amount of information transmitted over the network in a given period), and also influences the increase in user activity on a particular website. Therefore, further development of modern concepts, information visualization in web design, and their development require a clear understanding of the impact of design decisions on web perception.

Keywords: web design, visual studio, virtual environment, design solution, Internet.

The Internet network contains a large number of web resources, ranging from the simplest one-page sites to sites with video and audio content, with a considerable number of different hyperlinks and graphic elements. There are a number of factors that directly affect the perception of a site: ● uniqueness of content, ● site ergonomics, ● visual content, and others.

Unique content - is content that is primarily original and not repeated anywhere else. It helps to stand out among competitors and attracts users' attention when familiarizing themselves with the site. It also helps to attract more users and increase brand recognition.

An ergonomic site - is a site that provides a wide range of conveniences for the visitor, does not cause rejection and psychological fatigue, and does

not affect the consumer's health and productivity. This can be achieved by adhering to a consistent design style for the web page, selecting background and text colors according to color rules, highlighting headings with color and larger font sizes, and aligning text by width.

Visual content - includes all the information that can be conveyed through video and photo images. This is the main thing that catches the visitor's attention on your site, and only after that do they look at the image captions, headlines, and texts. The more attractive the images, the longer they will stay on your site.

These factors can increase or decrease the impression of the site, which is why site design plays a key role in determining brand recognition and attracting visitors.

The study of the basics of modern web design and its ability to convey cultural and aesthetic content of information resources in the virtual environment through visual elements is related to the creation of new web resources and increasing the cultural value of existing websites. Successful design creates a visual environment that distinguishes a particular site from many others, even if the purpose and content of these sites are similar.

The issues of using web design as a tool for creating a visual studio for a website in a virtual environment are addressed in the works of both domestic and foreign scientists, including D. Borodaev [1], P. McNeil [2], J. Nielsen [3], and many others. Domestic scientists, in their works, study cultural elements through the formation of the consumer's aesthetic taste and the implementation of cultural-aesthetic communication, while foreign scientists focus more on creating technical elements of web design. As a field of web development, web design is considered one of the newest tools for working in the visual-information environment. The level of website traffic is often proportional to its commercial value, so most resources are used to attract the maximum number of users. This is precisely the task that web design addresses, allowing it to retain the attention of the web resource visitor and encourage them to view subsequent pages and return to the site for news and more detailed information. In the context of this issue, the problem of forming communication through web design arises, as well as its value as a visual creation of contemporary art that conveys cultural codes through the design of internet resources. Therefore, the existence of the problem of conveying cultural-aesthetic content through the image of a separate virtual environment resource using web design requires research into the means and tools for creating visual culture.

The main aim of this article is to reveal the role of design as a means of visualizing the virtual environment, aimed at creating communication and meeting the needs of consumers and casual visitors.

The nature of web design and its purpose in the modern virtual environment has been studied by many contemporary experts in various fields, such as information technology, design, and mass communication, since web design is a powerful tool for attracting visitors and communicating with the target audience.

Typically, web designers widely use symbols to create a positive response from visitors to the information web resource. Web page design includes font design and page style, background color, frame structure, navigation tools, and media elements (embedded videos, banners, hyperlinks to other website news, etc.). A website can be created with a restrained design and quite simple graphic solutions, and its potential will be quite large because the information is easy to read and understand (Figure 1).



Figure 1. Example of a website with a simple design and easily accessible text [4]

A website can also have rich animation, visual effects, and bright elements, but this overloads the site and repels users, as it is easy to get distracted from searching and analyzing information. Therefore, it is important to optimally combine color choices and animation elements to draw attention to the information rather than distract from it. As a result, information resources whose owners carefully and cautiously approach the design of their personal pages, focusing on informativeness and using visualization only for more convenient presentation of information, are more popular. The use of multimedia technologies is aimed at using more than one means of transmitting information. Currently, all content presented on the internet can be considered multimedia.

Conclusions. The virtual environment of the Internet requires not only textual content to attract attention but also the necessary visual design that complements and expands the content of the web page. Therefore, the role of web design in creating a complete picture is quite significant, as designers choose not only a convenient font size and background color but also the appropriate layout, and placement of photos, videos, advertising blocks, convenient navigation, and sound design if needed. All these elements allow users not just to familiarize themselves with the necessary information but to immerse themselves in it, enjoying the perception of the virtual environment as a holistic cultural-aesthetic complex.

The design solution of a website should be chosen considering several factors, such as the age and social characteristics of the target audience of the information resource, as each category has its preferences and requirements for the visited site. Attracting the maximum number of visitors can only be achieved by taking their interests into account.

Successful web design enhances the communicative functionality of a specific site, its traffic, and audience response, especially for commercial sites or information resources where traffic is a significant factor. Therefore, further work on developing new design methods and creating new tools for visualizing information requires a detailed understanding of the impact of design decisions on the cultural perception of the web page.

References

1. Borodaev, D.V. Website as an Object of Graphic Design: Monograph. Kharkiv: Septima LTD, 2006. – p. 588. URL: <https://nmetau.edu.ua/file/127.pdf>
2. McNeil, P. Web Design: Ideas, Secrets, Tips. St. Petersburg: Peter, 2011. – p. 677. URL: <https://kniga.biz.ua/ua/book-veb-dizain-idei-sekret-y-sovety-samy-aktualnye-temy-tendentsii-i-stili-002893.html>
3. Nielsen, J. Web Design: Usability Analysis of Websites by Eye Movement. Moscow: Williams, 2010. URL: https://books.4nmv.ru/books/web-dizain_udobstvo_ispolzovaniya_web-saitov_3643726.pdf
4. Basic Rules and Requirements for Developing Website Structure. URL: <https://www.komarov.design/osnovni-pravila-ta-vimoghi-do-rozrobki-strukturi-veb-saitu/>

SECTION 9

CULTURE AND ART

Погосьян Д. Р.

викладач кафедри образотворчого мистецтва та дизайну,
Житомирський державний університет імені Івана Франка

МОУШН-ДИЗАЙН ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: АКТУАЛЬНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

На сучасному етапі цифровізації суспільства та зростання популярності соціальних мереж виникає потреба у сприянні конкурентоспроможності візуальних продуктів графічного дизайну на ринку праці. Фахівцям, які створюють нерухомі цифрові зображення або тривимірні об'єкти, у зв'язку з їх надмірним розповсюдженням, стає дедалі важче утримувати увагу споживача. Тому гостро постає питання про анімування і, як результат, вирішення таких продуктів з поміж іншого візуального контенту. Наразі вони користуються популярністю через нестандартну подачу та привабливе представлення реклами товарів або послуг.

Метою цієї розвідки є визначення актуальності та перспектив використання продуктів моушн-дизайну як засобу візуальної комунікації між продавцем та споживачем. У дослідженні були застосовані загальнонаукові методи аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення та дедукції.

Моушн-дизайн (англ. motion design) є процесом створення анімації двовимірних (англ. 2D) чи тривимірних об'єктів (англ. 3D). Наразі він широко використовується у сферах кіноіндустрії, контент-маркетингу та реклами.

Анімація є мистецтвом створення рухомих зображень, історія якої бере початок ще зі стародавніх часів. Наприклад, відповідно до результатів археологічних розкопок на південному сході Ірану, дослідниками було знайдено кубок із випаленими ескізами козла, який починає стрибати в процесі його обертання. Як показує датування, посудині близько 5 200 років [1].

Анімація мультфільмів відрізняється від моушн-дизайну. Вона дозволяє розкрити повноцінний сюжет за певний часовий проміжок. Продукти моушн-дизайну, у свою чергу, допомагають проілюструвати будь-яку інформацію за короткий відрізок часу (історію бренду, логотипи, числові дані тощо). Таким чином, вони сприяють візуалізації конкретних

об'єктів або абстрактних ідей. З метою перетворення статичного зображення на динамічне komponуються між собою різні візуальні та анімаційні ефекти, аудіо, а також елементи графічного дизайну.

Технологія створення та анімування растрових чи векторних двовимірних ілюстрацій відрізняється від тривимірних об'єктів. По-перше, потрібно обрати графічний редактор, в якому будуть створюватись такі зображення. Наприклад, найпопулярнішими вважаються Adobe Photoshop та Adobe Illustrator. Вони входять до набору програм Adobe Creative Cloud та поширюються на платній основі. Пробний період безкоштовного користування триває сім днів. По-друге, потрібно розподілити ілюстрацію на “шари” та перенести у інший графічний редактор, який допоможе перетворити нерухоме зображення в анімоване. Наприклад, найчастіше з цією метою дизайнери використовують Adobe After Effects. Для створення тривимірних об'єктів та їх безпосереднього анімування найчастіше обирають такі програми: Autodesk 3ds Max, Cinema4D, Autodesk Maya та Blender [3].

На даний час стало можливим перетворення нерухомого зображення в рухоме за допомогою використання нейромереж або штучного інтелекту (англ. artificial intelligence). З цією метою можна залучитися допомогою онлайн-платформ: LeiaPix, Pika та Runway ML Gen-2. Вони є умовно-безкоштовними [2].

Отже, можна впевнено стверджувати, що продукти моушн-дизайну будуть продовжувати набирати популярність надалі та активно використовуватись в майбутньому у різних сферах загалом та для вдалого просування товарів чи послуг зокрема. Варто також зазначити, що швидкий розвиток нейромереж або штучного інтелекту надає широкий спектр можливостей для дизайнерів, допомагає заощадити час та покращити ефективність власної роботи.

Список літератури

1. Задовго до Діснея та Міядзакі: найдавніша анімація в історії.
URL: <https://focus.ua/uk/technologies/542699-zadovgo-do-disneya-ta-miyadzaki-naydavnisha-animaciya-v-istoriji> (дата звернення: 25.07.2024)

2. Топ-3 нейромережі, які допоможуть оживити фото.
URL: <https://terazus.com/uk/2156-top-3-nejromerezhi-jaki-dopomozhut-ozhiviti-proste-foto> (дата звернення: 25.07.2024)

3. Що таке моушн-дизайн: графіка, анімація, тренди.
URL: <https://vokigames.com/ua/shho-take-moushn-dyzajn-grafika-animacziya-trendy/> (дата звернення: 26.07.2024)

SECTION 10

SOCIAL COMMUNICATIONS

UDC 316.775.4

Skorokhod T.

PhD in Journalism, senior lecturer of the
Department of Publishing and Editing
National Technical University of Ukraine
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

VALUE-SENSITIVE AUDIENCE OF BRANDS

Interaction with the target audience is the basis of brand communications. The longevity of the brand on the market and its successful functioning depends on the ability of brands to establish communication with consumers, to maintain communication with them both with the help of social networks or the website, and advertising and marketing channels. In order to make the audience interested in communication, to attract their attention, to involve them in interaction, brands must know their consumers perfectly: their interests, preferences, pains and needs.

Today, brands do their best to interact with a value-sensitive audience. These are consumers whose purchase decision depends not only on the price of the product or service, but also on a number of tangential factors, such as the brand’s approach to doing business, its level of social responsibility, etc. For such an audience, there is always a trigger that at a certain moment can negatively affect their values and force them to refuse to buy a product or use a service, destroy their loyalty and trust in the brand.

The list of current triggers includes incorrect statements about vulnerable groups of the population: pensioners, people with disabilities, handicaps; using discriminatory messages such as racism, sexism, ageism, etc.; violation of employment norms and treatment of employees; bad treatment of animals, damage to the environment; corruption, fraud; sale of unhealthy or low-quality products; statements against the revival of Ukrainian identity,

non-support of the processes of de-Russification (language issue), unclear political position, etc.

The value-sensitive audience has an active communicative behaviour regarding the condemnation and boycott of the brand. They will always spread their stories about an unsuccessful purchase experience or dissatisfaction with the brand's actions on the Internet. Moreover, this audience takes all actions to culturally block, publicly condemn a certain brand or person. The audience resorts to refusing goods and services (purchasing, using), refusing recommendations, reviews, product reviews, the brand in general, unsubscribing in social networks or refusing to like posts, reposts, commenting on the brand page, launching the hashtag “brand boycott”, appeals do not cooperate with the brand. Thus, this behaviour of the audience turns into the practice of withdrawing support from brands or public figures after they have activated a certain trigger with their actions.

“In Ukraine, the value-sensitive audience among consumers of consumer goods and services is relatively small today” [1, p. 89], however, the public resonance made by even such a small audience is capable of destroying the brand's reputation, its authority, and provoking a communication crisis. Therefore, in their activities and communication, brands should pay attention to the value-sensitive audience and take into account those triggers that can provoke active communicative actions of such consumers regarding the condemnation and boycott of this company or its management.

References

1. Halyna Mysak Cancel Culture: Culture of Cancellation. *Formation of Market Economy in Ukraine*. 2022. Vol. 48. P. 87–92. DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/meu.2022.48.0.4809>

SECTION 11

SOCIAL WORK AND SOCIAL SECURITY

Куторжевська Л. І.

канд. пед. наук, доцентка,
доцентка кафедри соціальної роботи,
реабілітації і повоєнної адаптації
ПНПУ імені В. Г. Короленка,

Ємець С. А.

старша наукова співробітниця, магістерка
Полтавський літературно-меморіальний
музей В. Г. Короленка

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ПРАЦІВНИКІВ
ПОЛТАВСЬКОГО ЛІТЕРАТУРНО-МЕМОРІАЛЬНОГО МУЗЕЮ
В. Г. КОРОЛЕНКА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Через повномасштабне вторгнення рф в Україну 24 лютого 2022 року Указом Президента на території України було введено воєнний стан – це вплинуло на всі сфери суспільних відносин населення України: збільшується ряд соціально вразливих категорій населення, яким необхідно на місцях впроваджувати заходи, спрямовані на відновлення чи компенсацію порушених або втрачених індивідом суспільних зв'язків і відносин, впроваджувати комплекс медичних, психологічних, педагогічних, професійних, юридичних заходів, спрямованих на відновлення чи компенсацію порушених або втрачених індивідом суспільних зв'язків і відносин внаслідок змін стану здоров'я, соціального статусу, втрати близьких людей, навичок навчальної діяльності, соціальної дезадаптації та ін., – стверджують науковці [1, с. 168-169]. Соціальна допомога, соціальний захист, допомога в реабілітації вразливих категорій населення в період повномасштабного вторгнення рф в Україну – це не лише вид соціальної роботи чи різновид професійної діяльності, це громадянський обов'язок кожного члена суспільства, хто має змогу надати допомогу, підтримати.

Полтавський літературно-меморіальний музей В. Г. Короленка – середовище, де сьогодні втілюються ряд інноваційних технологій реабілітації відвідувачів, а саме: *театралізовані екскурсії* – до 171-річниці від дня народження В. Г. Короленка 27 липня 2024 року було організовано театралізовану виставу “Один день з життя Володимира Короленка”, де героями були не лише актори, а і наукові працівники та їх діти – Настя та Сергійко; було традиційне пригостання відвідувачів Короленківським чаєм та пирогами. Така атмосфера родинного свята створює затишок, підтримку, заспокоює, сприяє емоційній рівновазі.

Інша *театралізована екскурсія як технологія реабілітації відвідувачів* – за публікацією книги Людмили Ольховської “Роман із присмаком моралі” [2]. Книга торкнулася колись забороненої теми – особистих стосунків письменника із Тетяною Олександрівною Богданович, журналісткою, письменницею, автором історичних романів для юнацтва, жінкою, що була на 19 років молодшою за нього. Відвідувачі дізнаються, що у фондах музею також зберігається зачитана до дір (підклеєна давним давно, мабуть, самим Володимиром Галактіоновичем або його дружиною чи доньками) книга “Нариси з минулого і теперішнього Японії. Уклала Т. Богданович” із відвертим автографом: “Дорогому Володимиру Галактіоновичу від щиро люблячої. Підпис (Т. Богданович) і дата – 27 січня 1905.

Проведення науково-пізнавальної гри-квесту “Скарби Короленківської садиби” як *технологія реабілітації відвідувачів*: за підтримки благодійного фонду “Карітас Полтава” учням організовано транспорт, солодощі до чаю, подарунки, багато сюрпризів, від яких діти отримали неймовірні враження. Мета проєкту – психо-соціальна підтримка учнів, батьків/опікунів та вчителів під час повномасштабного вторгнення рф в Україну. Менеджери музейної справи для реабілітації гостей використовують подвір’я: кущ калини, квіти, на садибі ростуть кущі кизилу, посаджені письменником; діти під час гри продемонстрували командний дух та дружній настрій, адже для них важливо навчатися подорожувати та спілкуватися з друзями.

Як *технологія реабілітації відвідувачів* за музейним проєктом “Дитинство не поставиш на паузу” вже традиційно відбуваються дружні зустрічі, присвячені дітям з синдромом Дауна: “Усмішка дитини бажає

МИРУ в Україні". Учасники заходу – діти та батьки з громадської організації "Полтава Даун Синдром", Волонтерський загін "Турбота", студенти Полтавського базового медичного фахового коледжу, студенти-волонтери ПДМУ. Для сонячних дітей підготовлено майстер-клас, на якому діти змогли проявити себе як творчі особистості: до них на свято завітали ляльки, казкові герої. Під супровід сучасних українських хітів аніматори грали в руханки, танцювали, веселили всіх присутніх.

Сьогодні вимагає інноваційних форм проведення заходів: *музейна середа для ВПО; перегляди фотовиставок Сергія Назаркіна; етнографічні виставки з фондової збірки Полтавського краєзнавчого музею імені Василя Кричевського; а також ознайомлення з книгою Л.Ольховської "Я любив малювати" Володимир Короленко*". Відвідувачі дізнаються: хист до малювання видатний письменник В.Г. Короленко успадкував від батька. В студентські роки природне обдарування для майбутнього письменника було джерелом заробітку, пізніше журналіст Короленко постійно носив з собою олівець і записничок та робив замальовки, кількома штрихами закарбовував миті, не упустивши важливі деталі, щоб пізніше оформити словесно репортажі з місця подій.

Таким чином, в умовах воєнного стану інноваційні технології реабілітації відвідувачів втілюються у Полтавському літературно-меморіальному музеї Володимира Галактіоновича Короленка, видатного письменника-демократа зі світовим іменем, гуманіста, великого сина України, прогресивного громадсько діяча і правозахисника.

Список літератури

1. Енциклопедія для фахівців соціальної сфери. – 2-е видання / За заг. ред. проф. І.Д. Зверєвої. Київ-Сімферополь: Універсум, 2013. 436 с.
2. Ольховська Л.В. Роман із присмаком моралі. Полтава: Дивосвіт, 2018. 104 с.

SCIENTIFIC PUBLICATION

**PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT
OF SCIENCE, EDUCATION AND TECHNOLOGY
MATERIALS OF THE INTERNATIONAL
SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**August 3, 2024
Aarhus, Denmark**

English, Ukrainian and other

Editor-in-Chief: Yildirim A.
Technical editor: Storjohann L.
Artistic editor: Forsberg V.
Corrector: Lorenzen M.
Typesetting and Editorial: Skovgaard N.
Graphic Designer: Pedersen K.

Passed for printing 03.08.2024. Format 60x90/16
Offset paper. Printing – risography. Conventionally printed sheets 4,1
Typeface Cambria Math.
Circulation 100 copies. Зам. № 988/99/23
Store Torv 18, 1., 8000 Aarhus, Denmark

All rights reserved.

The authors are responsible for the content of the materials.

The editorial board may not share the opinions of the authors.



Official website: <http://www.economics.in.ua>

