Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут
Університет Яна Кохановського (м. Кельце, Польща)
Folkuniversetetet (м. Уппсала, Швеція)
Технологічний парк (м. Кельце, Польща)
Технологічний університет (м. Кельце, Польща)
Гуманітарно-економічна академія (м. Лодзь, Польща)
Яський університет ім. А. Й. Кузи (м. Яси, Румунія)

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ ТА ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
XIII Міжнародної науково-практичної конференції

14-16 травня 2025 року

Частина ІІ

Вінниця-Луцьк
2025

УДК 339.922

Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. XIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця-Луцьк, 14-16 травня 2025 р. Вінниця, 2025. Ч. 2. 498с.

У збірнику наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції розглядаються питання управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємства та регулювання соціальних проблем в сучасних умовах; сучасної парадигми менеджменту та публічно-владної діяльності; проблеми обліково-аналітичного, контрольного та інформаційного забезпечення управління підприємства; фінансовий механізм забезпечення соціально-економічного розвитку країни. Досліджуються інноваційні моделі та інформаційні технології в науці, освіті, економіці; теоретичні та практичні аспекти сучасного підприємництва та торгівлі; актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингових технологій в умовах євроінтеграції; теоретичний та прикладний аспекти проблем розвитку індустрії гостинності та харчової промисловості; історичні, філософські, соціально-психологічні та правові аспекти державотворчих процесів в умовах глобалізованого суспільства. Висвітлюються теоретичні та практичні аспекти розвитку студентського спорту в системі фізичного виховання ЗВО; інтерактивні технології та методи навчання як засіб формування іншомовної професійної компетенції.

Розраховано на науковців, спеціалістів, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти.

Редакційна колегія:
Голова редакційної колегії – **Замкова Н. Л.,** д-р філос. наук, професор
Відповідальний секретар – **Мартинова Л. Б.,** д-р екон. наук, професор

Члени редакційної колегії:
Іваницька Н. Б., д-р філол. наук, професор, **Поліщук І. І.,** д-р екон. наук, професор, **Хачатрян В. В.,** д-р екон. наук, професор, **Чорна Н. М.,** д-р іст. наук, професор, **Бондар А. А.,** канд. наук з фіз. виховання і спорту, доцент, **Гнидюк І. В.,** канд. екон. наук, доцент, **Гусак Л. П.,** канд. пед. наук, доцент, **Крупельницька І. Г.,** канд. екон. наук, доцент, **Махначова Н. М.,** канд. екон. наук, доцент, **Тернова А. С.,** канд. техн. наук, доцент, **Хом'яченко С. І.,** канд. юрид. наук, доцент

Наукові роботи друкуються в авторській редакції.

ISBN 978-966-918-182-4

ЗМІСТ

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ

Андрусенко Н. В., кандидат економічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ОЦІНКА ЯКОСТІ І БЕЗПЕКИ ФЕРМЕНТОВАНИХ МОЛОЧНИХ НАПОЇВ НА СУЧАСНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ…… 10

Василишина О. В., кандидат педагогічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ І ДИДАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ ОСОБИСТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ СТУДЕНТІВ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЇХНЬОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ…… 22

Власенко І. Г., доктор медичних наук, професор
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
МІКРОБІОЛОГІЧНА БЕЗПЕЧНІСТЬ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ…….. 31

Гирич С. В., кандидат технічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ЕЛЕКТРОННИХ СИГАРЕТ…….. 39

Сіренко С. О., кандидат технічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МІНЕРАЛЬНИХ ДОБРИВ В УКРАЇНІ……... 49

Тернова А. С., кандидат технічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ…… 58

Шарко В. В., доктор економічних наук, професор
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
Савіцький А. В., доктор економічних наук, доцент
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж
НУ «Львівська політехніка»,
Гавенко М. С., доктор філософії
Вінницький кооперативний інститут
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ: ОМНІКАНАЛЬНІСТЬ ТА КАТЕГОРІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ…….. 71

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Громова О. Є., доктор економічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ПРОМИСЛОВІ ПІДПРИЄМСТВА: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЗДОБУТТЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ…… 86

Довгань Ю. В., кандидат економічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СУТНІСТЬ, ЗМІСТ І РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ……. 91

Петрова В. О.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ..... 99

Поліщук І. І., доктор економічних наук, професор
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ……. 108

Середницька Л. П.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ЦІНОВА ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ ЯК ОСНОВА ПРИЙНЯТТЯ ЕФЕКТИВНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ……. 117

Танасійчук А. М., доктор економічних наук, професор
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ (PR) ЯК ІНТЕГРАТИВНА ПЛАТФОРМА В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ …….. 127

Якушевська О. В., кандидат економічних наук
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ІНФОРМАЦІЙНА СТІЙКІСТЬ, НАРАТИВИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА……. 136

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ І ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТИ

Антонюк К. Г., доктор філософії за спеціальністю «Економіка», доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ……. 146

Божок О. С., кандидат технічних наук
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА БЕЗГЛЮТЕНОВИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ……. 154

Вівсюк І. О., доктор філософії за спеціальністю «Економіка»
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА…… 162

Іваніщева О. А.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ВИКОРИСТАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ РОСЛИННИХ ЗБАГАЧУВАЧІВ У ТЕХНОЛОГІЇ ЗАВАРНИХ ТІСТЕЧОК …… 167

Кізюн А. Г., кандидат географічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічних інститут ДТЕУ
ГЕОГРАФІЧНИЙ ТА РЕСУРСНИЙ АСПЕКТИ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ПОДІЛЛЯ……. 175

Крижак Л. М., кандидат технічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
КАРАГЕНАН ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ІНГРЕДІЄНТ У ТЕХНОЛОГІЇ КОВБАС…… 182

Лук'янець А. В.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
НАДЗВИЧАЙНІ СИТУАЦІЇ ПРИРОДНОГО ХАРАКТЕРУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ТУРИСТИЧНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНІВ…… 192

Мазуркевич І. О., кандидат економічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ КУХОНЬ…… 197

Онищук Н. В., кандидат економічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ……... 205

Пахомська О. В.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
СУПЕРФУДИ: ПОЖИВНІ ЧУДО-ПРОДУКТИ ДЛЯ ОРГАНІЗМУ ЛЮДИНИ…….. 212

Постова В. В., кандидат економічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ СЕГМЕНТУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА З НАЦІОНАЛЬНОЮ КУЛІНАРНОЮ КОНЦЕПЦІЄЮ…… 218

Рябенька М. О., кандидат економічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ…… 230

Семко Т. В., кандидат технічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОДІЛЬСЬКОГО КОРОВАЮ…… 238

Фіалковська Л. В., кандидат технічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ СУШІННЯ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР…….. 246

Чорна Н. М., доктор історичних наук, професор
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ЛОКАЛЬНА ГАСТРОНОМІЯ ЯК ТРЕНД ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА МАРКЕР КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ…….. 255

ДЕРЖАВОТВОРЧІ ПРОЦЕСИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА: ІСТОРИЧНІ, ФІЛОСОФСЬКІ, СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ТА ПРАВОВІ АСПЕКТИ

Бахновська І. П., кандидат юридичних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПРЕДСТАВНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ…….. 263

Білоус І. М., кандидат юридичних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інституту ДТЕУ
ПОРУШЕННЯ ПРАВ ТА СВОБОД ЛЮДИНИ ПРАЦІВНИКАМИ ПОЛІЦІЇ…… 272

Кокарча Ю. А., кандидат політичних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
СВОБОДА ВОЛІ В УМОВАХ ПОЛІТИЧНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ: ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ ОСОБИСТОГО ВИБОРУ В ДЕМОКРАТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ…….. 278

Костюк Н. П., кандидат юридичних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КВАЛІФІКАЦІЇ ДЕЗЕРТИРСТВА ТА УХИЛЕННЯ ВІД ПРИЗОВУ НА ВІЙСЬКОВУ СЛУЖБУ ПІД ЧАС МОБІЛІЗАЦІЇ, НА ОСОБЛИВИЙ ПЕРІОД, НА ВІЙСЬКОВУ СЛУЖБУ ЗА ПРИЗОВОМ ОСІБ ІЗ ЧИСЛА РЕЗЕРВІСТІВ В ОСОБЛИВИЙ ПЕРІОД…….. 284

Пипяк М. І., кандидат юридичних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ ЗАКОНОДАВСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ…… 290

Слободиська О. А., кандидат історичних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ДИДАКТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НАСТІЛЬНИХ ІГОР У ФОРМУВАННІ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СТУДЕНТІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ……... 298

Сухоребра Т. І., доктор юридичних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ…… 306

Хом'яченко С. І., кандидат юридичних наук, доцент
Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ
ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОХОРОНИ ДОВКІЛЛЯ ПІД ЧАС ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ……. 311

Чайка І. В., доктор філософії в галузі психології, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ЗАДОВОЛЕНІСТЬ ШЛЮБОМ ЯК ПОКАЗНИК ОЦІНКИ ПОДРУЖНІХ ВЗАЄМИН……. 318

Штифурак В. Є., доктор педагогічних наук, професор
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ДЕТЕРМІНАНТИ КОМУНІКАТИВНОЇ ЗРІЛОСТІ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ З УРАХУВАННЯМ ТИПОВИХ ВІКОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ…….. 327

Шуй Н. В.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ПРОФІЛАКТИКА ЕМОЦІЙНОГО ВИГОРАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ…… 334

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СТУДЕНТСЬКОГО СПОРТУ В СИСТЕМІ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ЗВО.

Бондар А. А., кандидат наук з фізичного виховання і спорту, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
УДОСКОНАЛЕННЯ ФІЗИЧНОЇ ПІДГОТОВЛЕНОСТІ ФУТБОЛІСТІВ НА ЕТАПІ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ БАЗОВОЇ ПІДГОТОВКИ …… 341

Пуздимір М. І., доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ПЕРІОДИЗАЦІЯ ТРЕНУВАНЬ СТУДЕНТІВ-ЛЕГКОАТЛЕТІВ В РІЧНОМУ МАКРОЦИКЛІ…… 347

Рогаль І. В.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
НАВЧАННЯ ТЕХНІКИ ВОЛЕЙБОЛУ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ……... 352

Сальникова С. В., кандидат наук з фізичного виховання і спорту, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ДОСВІВД ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ПЛАВАННЯ ТА АКВАФІТНЕСУ У РЕАБІЛІТАЦІЇ ОСІБ З НАСЛІДКАМИ ТРАВМУВАННЯ КОЛІННОГО СУГЛОБУ…… 358

Шкондя В. В.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ВПЛИВ ІГРОВИХ ВИДІВ СПОРТУ НА ФІЗИЧНИЙ ТА ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАН СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ……. 364

ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ

Havryliuk N. M., PhD in Pedagogy, Associate Professor
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE
PROFESSIONAL IDENTITY FORMATION IN FUTURE TRANSLATORS: A COMPREHENSIVE ANALYSIS……. 371

Dovhan L. I., candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE
BREAKING LANGUAGE BARRIERS: THE ROLE OF MACHINE TRANSLATION IN GLOBAL COMMUNICATION…….. 377

Западинська І. Г., кандидат педагогічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
СТАНОВЛЕННЯ БАЗОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ЯК ОСНОВА ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ……. 384

Ivanytska N. B., doctor of Philological Sciences, Full Professor
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE
Ivanytska N. L.
Doctor of Philological Sciences, Full Professor
Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University
ECONOMY OF SYNTACTIC RESOURCES IN MASS MEDIA COMMUNICATION (BASED ON TED-TALKS)……. 390

Коровій Д. М., доктор філософії
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ГЕЙМІФІКАЦІЯ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ……. 397

Мацера О. А.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ ЯК ДОПОМІЖНОГО ЗАСОБУ У ВИКЛАДАННІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ…….. 397

Нечипоренко В. О., кандидат філологічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
TRENDS IN MODERN ELECTRONIC LEXICOGRAPHY……... 407

Осаульчик О. Б., кандидат педагогічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ФОРМУВАННЯ МЕТА-СКІЛЗ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ……. 422

Paslavska I. B.
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE
LINGUISTIC AND PRAGMATIC PECULIARITIES OF ARGUMENTATION IN ACADEMIC DISCOURSE……. 429

Самохвал О. О., доктор педагогічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ФУНКЦІОНАЛЬНІСТЬ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНОМУ АСПЕКТІ…….. 437

Tereshchenko L. Ya., PhD, Associate Professor
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE
REFLECTION OF RUSSIAN AGGRESSION AGAINST UKRAINE IN ELECTRONIC MEDIA WORLDWIDE: CORPUS APPROACH…….. 445

Тимкова В. А., кандидат філологічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
МОВНА ПІДГОТОВКА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА ЗАНЯТТЯХ З КУРСУ «УКРАЇНСЬКА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ»…. 455

Tymoshchuk N. M., PhD in Philology, associate professor
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE
TEACHING ENGLISH FOR ACADEMIC PURPOSES: FLIPPED LEARNING APPROACH…….. 464

Ткачук Т. І., кандидат філологічних наук
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
АНАЛІЗ ПОМИЛОК СТУДЕНТІВ ПРИ ВИКОРИСТАННІ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ У РОБОТІ З ФАХОВИМИ ТЕКСТАМИ…….. 470

Шостак У. В., кандидат психологічних наук
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ У ЗМІШАНОМУ НАВЧАННІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ……. 477

Яблочнікова В. О.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ЯК ЗМІНЮЄТЬСЯ РОЛЬ ПЕРЕКЛАДАЧА В ЦИФРОВУ ЕПОХУ?..... 484

Ясенчук Ю. В.
Вінницький торговельно-економічний ДТЕУ
ОСОБИЛВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ПРОФЕСІОНАЛІЗМІВ У ВІЙСЬКОВІЙ СФЕРІ……. 491

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ.

УДК 005.336.3:637.136.5(477)(045)

Андрусенко Н. В., кандидат економічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0003-3746-6202
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ОЦІНКА ЯКОСТІ І БЕЗПЕКИ ФЕРМЕНТОВАНИХ МОЛОЧНИХ НАПОЇВ НА СУЧАСНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

У цій статті розглянуто актуальні питання, пов'язані зі станом якості та безпечності ферментованих молочних напоїв, що представлені на українському ринку. Проведено детальний аналіз ризиків, що мають мікробіологічну та хімічну природу, властивих цій категорії продуктів. Також досліджено специфіку органічного виробництва цього виду напоїв та оцінено сучасні технологічні інновації, зокрема інтеграцію рослинних інгредієнтів у процеси виробництва. На основі отриманих даних було запропоновано ряд заходів, які спрямовані на підвищення рівня безпечності та конкурентоспроможності ферментованих молочних продуктів у контексті їх інтеграції до європейського ринку.

Ключові слова: *ферментовані молочні напої, якість, безпека, мікрофлора, органічне виробництво, психрофіли, споживча цінність.*

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві зростає інтерес до здорового харчування, у якому важливе місце займають ферментовані молочні напої – кефір, ряжанка, йогурт, ацидофілін та інші. Ці продукти мають високу біологічну цінність, легко засвоюються організмом, містять пробіотичні культури та є частиною профілактичного харчування. Проте водночас вони є

вразливою категорією з точки зору безпеки: молоко-сировина є поживним середовищем для розвитку патогенних мікроорганізмів, а технологічні порушення чи недостатній контроль якості можуть стати причиною мікробного забруднення продукту.

Особливої уваги потребує контроль за мікрофлорою молочної сировини, зокрема психрофільними бактеріями, які здатні продукувати термостійкі ферменти, що негативно впливають на смакові властивості та терміни зберігання продукції. На сьогодні, за даними досліджень [13], найбільшими ризиками залишаються контамінація стафілококами, кишковою паличкою, лістерією та ентеробактеріями. Крім того, в Україні спостерігається недостатній рівень контролю молока, отриманого від корів у підсобних господарствах, що часто реалізується на ринках без належної перевірки якості.

Одним із прогресивних напрямів у забезпеченні якості ферментованих напоїв є розвиток органічного виробництва, яке базується на відмові від синтетичних компонентів, застосуванні природних заквасок та жорсткому контролі умов утримання худоби. За даними Г. Прусової та співавт. [13], органічна молочна продукція в Україні становить понад 46% ринку органіки, а її виробництво концентрується переважно в західних регіонах. У свою чергу, перспективним напрямом є поєднання тваринної сировини з натуральними рослинними добавками, як це засвідчили дослідження М. Істілеуов [12].

Разом із цим в Україні досі бракує систематизованого підходу до аналізу ферментованих напоїв за критеріями безпеки, органолептичної оцінки, маркування та відповідності нормативним документам. У зв’язку з цим виникає потреба у проведенні комплексного дослідження вказаної групи продукції на сучасному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика якості та безпеки молочних продуктів, зокрема ферментованих напоїв, активно досліджується як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. У роботах В.А. Котелевича та співавт. [11] розглянуто поширення патогенної та умовно-патогенної мікрофлори в молоці-сировині, що використовується для виготовлення

кисломолочних продуктів. Автори акцентують увагу на важливості контролю за мікробіологічними показниками, особливо у контексті відкритої торгівлі на ринках, де ризики забруднення залишаються значними.

Дослідження [13] присвячене розвитку органічного молочного виробництва в Україні. У статті наводиться аналітична модель виходу українських виробників на глобальний ринок органічної продукції та наголошується на високій частці молочної продукції у структурі вітчизняного ринку органіки. Автори підкреслюють, що органічне виробництво є не лише відповіддю на запити сучасного споживача, а й ефективним способом зменшення екологічного навантаження.

У роботі [12] обґрунтовано доцільність створення нових видів ферментованих молочних напоїв на основі сумішей коров'ячого та кобилячого молока з додаванням натуральних рослинних інгредієнтів. Автори довели, що використання насіння льону, кропиви та журавлини сприяє збагаченню продукту харчовими волокнами, поліненасиченими жирними кислотами та антиоксидантами, що, у свою чергу, позитивно впливає на споживчі властивості й безпеку продукту.

Н. Косар та співавт. [10] у своїй публікації аналізують сучасний стан молочної галузі України, акцентуючи увагу на нестачі якісної молочної сировини для переробки. Серед основних проблем визначено зниження надоїв, роздрібненість виробників, а також слабке впровадження системи НАССР на первинному етапі виробничого ланцюга.

Загалом, попри наявність широкого кола публікацій, комплексна оцінка ферментованих молочних напоїв з позиції їх якості, маркування, мікробіологічної та хімічної безпеки у поєднанні з потенціалом органічного виробництва залишається недостатньо висвітленою в науковому просторі, що й зумовлює доцільність даного дослідження.

Мета статті полягає у проведенні всебічного дослідження якості та безпеки ферментованих молочних напоїв на українському ринку, виявити основні мікробіологічні та хімічні ризики, охарактеризувати особливості органічного

виробництва, а також оцінити можливості використання інноваційних технологій та рослинних інгредієнтів для підвищення конкурентоспроможності й безпеки цієї продукції.

Виклад основного матеріалу. Ферментовані молочні напої – це група кисломолочних продуктів, отриманих шляхом сквашування молока чистими культурами молочнокислих бактерій (іноді в поєднанні з дріжджами), що спричиняє зниження pH, часткову коагуляцію білків і утворення характерної консистенції, смаку та аромату. До таких продуктів належать кефір, ряжанка, йогурт, ацидофілін, варенец, а також сучасні пробіотичні напої та продукти з рослинними добавками.

Визначальними для оцінки якості ферментованих молочних напоїв є: органолептичні показники (зовнішній вигляд, запах, смак, консистенція), фізико-хімічні характеристики (масова частка сухих речовин, білків, жиру, кислотність, щільність), мікробіологічні показники (вміст життєздатних культур бактерій, наявність патогенної мікрофлори), відповідність маркування, зокрема зазначення живих культур, терміну зберігання, умов зберігання тощо.

Згідно з НД, до якісного продукту висуваються такі вимоги: допустимий рівень кислотності – не вище 120 °Т, відсутність сторонніх запахів і присмаків, густота та однорідність консистенції, кількість життєздатних мікроорганізмів – не менше 10^7 КУО/см^3.

Щодо безпеки, в Україні регулювання здійснюється відповідно до:

– Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» [9];

– ДСТУ ISO 22000:2019 (системи управління безпечністю харчових продуктів) [8];

– положень Codex Alimentarius (FAO/WHO);

– регламентів ЄС № 852/2004, 853/2004, 2073/2005.

До найпоширеніших загроз для безпеки ферментованих напоїв належать: залишки антибіотиків у молоці, патогенні мікроорганізми (*Listeria monocytogenes, E. coli, Salmonella spp*.), термостійкі ферменти, що виробляються психрофільною мікрофлорою, фальсифікація (доливання води, заміна жиру рослинним, додавання консервантів).

Особливу увагу необхідно приділяти молоку-сировині, яке є основою для ферментованих продуктів. Висока якість сировини – критичний фактор безпеки кінцевого продукту. Відповідно до наданих даних [11], понад 40% досліджених зразків молока, що надходить з підсобних господарств, не відповідає вимогам за загальним бактеріальним забрудненням, що може призводити до забруднення готової продукції навіть після термічної обробки.

З метою практичного аналізу якості ферментованих молочних напоїв було проведено органолептичну оцінку зразків, відібраних у роздрібній торгівлі м. Вінниця. До дослідження увійшли продукти трьох торговельних марок – ТМ «Яготинське», ТМ «Галичина» та ТМ «Слов'яночка». Вибірка включала йогурти класичні без добавок, із вмістом жиру 2,5–3,2 % (табл.1).

Таблиця 1 – Органолептична оцінка зразків ферментованих молочних напоїв, відібраних у роздрібній торгівлі м. Вінниця

Торговельна марка	Зовнішній вигляд	Запах	Смак	Консистенція	Середній бал (макс. 5)
«Яготинське»	5	5	4	5	4,75
«Галичина»	4	5	5	4	4,50
«Слов'яночка»	4	4	4	3	3,75

Складено автором

На основі отриманих результатів встановлено, що зразки торгової марки «Яготинське» вирізняються найвищими органолептичними характеристиками. У свою чергу, продукція торгової марки «Слов'яночка» демонструє нижчі показники за критерієм консистенції, що, ймовірно, зумовлено специфікою рецептури або можливими порушеннями умов зберігання.

Результати порівняння традиційного та органічного виробництва наведені у табл. 2.

У світовій практиці активно розвивається напрям органічного виробництва ферментованих молочних напоїв, що передбачає:

– вирощування худоби без використання ГМО, антибіотиків та гормонів росту,

– контроль годівлі (використання лише органічних кормів),

– заборону синтетичних добавок у переробці.

Таблиця 2 – Порівняння традиційного та органічного виробництва

Ознака	Традиційне виробництво	Органічне виробництво
Джерело сировини	Будь-яке молоко	Тільки сертифіковане
Антибіотики/гормони	Можливе використання	Заборонено
Стабілізатори, консерванти	Допускаються	Заборонені
Методи годівлі	Комбікорми	Органічні корми
Аудит, сертифікація	Не завжди	Обов'язково

Складено автором на основі [13]

Органічне виробництво ферментованих напоїв в Україні, має позитивну динаміку, проте стикається з низкою проблем: нестачею переробних потужностей, високою собівартістю та обмеженою доступністю органічного молока [13].

Перспективним є також створення функціональних ферментованих напоїв, до складу яких додають:

– пребіотики (інулін, клітковина),

– рослинні екстракти (насіння льону, кропива, журавлина),

– вітамінні комплекси, що дозволяє підвищити не лише якість, а й лікувально-профілактичні властивості продукту [12].

Ферментовані молочні напої є продуктами з високою біологічною активністю, чутливими до умов виробництва, зберігання і транспортування. У структурі факторів, що впливають на безпечність цієї категорії продуктів, виділяють біологічні, хімічні та фізико-технологічні ризики (табл. 3).

Таблиця 3 – Основні ризики безпеки ферментованих молочних напоїв та їх характеристики

Тип ризику	Характер загрози	Основні збудники / фактори
Біологічні	Забруднення патогенами	*Salmonella*, *Listeria*, *E. coli*
Хімічні	Залишки антибіотиків, важких металів	Фурацилін, свинець, кадмій
Фізико-хімічні	Фальсифікація, нестабільний склад	Розведення водою, заміна жиру, стабілізатори
Технологічні	Порушення гігієни, мастити у худоби	Соматичні клітини, ферментативна активність

Як свідчать дані таблиці, найбільшою загрозою є біологічні ризики, спричинені патогенними мікроорганізмами. У той же час фізико-хімічні та

технологічні фактори, зокрема такі явища, як фальсифікація продукції або випадки маститу, також відіграють важливу роль і не менш суттєво впливають на забезпечення належного рівня безпеки кінцевої продукції.

Одним із ключових викликів є забруднення молока біологічними агентами, зокрема патогенними мікроорганізмами. У сирому молоці часто виявляються збудники, що становлять загрозу здоров'ю людини, серед яких *Listeria monocytogenes*, *Salmonella spp.*, *Escherichia coli*, *Staphylococcus aureus* [11]. Ці мікроорганізми можуть зберігати життєздатність навіть після пастеризації, особливо за умови порушення температурного режиму або повторного інфікування.

Забруднення сировини у приватних господарствах є ще одним важливим джерелом ризику. В Україні значна частка молока надходить від дрібних виробників, які часто не дотримуються санітарно-гігієнічних норм утримання худоби, миття доїльного обладнання та дезінфекції тари. Відповідно до [11], у 37% відібраних зразків з ринків виявлено перевищення загального бактеріального обсіменіння. Таке молоко нерідко використовується для виготовлення ферментованих продуктів у малих підприємствах без належного контролю.

До фізико-хімічних ризиків відносять фальсифікацію сировини – розведення водою, зниження вмісту білка, заміну молочного жиру рослинним, використання стабілізаторів і консервантів, які не декларуються на етикетці. Такі дії погіршують споживчі властивості продукту та вводять в оману споживача. Проблема фальсифікації набуває системного характеру на фоні цінової конкуренції та нестачі якісної сировини. Ринок органічної молочної продукції є менш схильним до фальсифікації, однак потребує постійного аудиту й сертифікації [13].

Окрему небезпеку становлять порушення здоров'я молочної худоби, зокрема мастити, що призводять до підвищеного рівня соматичних клітин у молоці. Висока кількість соматичних клітин є непрямим індикатором запальних процесів у корів і часто супроводжується змінами в хімічному складі молока –

зниженням вмісту лактози, збільшенням протеолітичної активності, що в підсумку впливає на стабільність і смакові характеристики ферментованих напоїв.

Усі перелічені фактори вимагають впровадження системного підходу до контролю безпеки – від джерела сировини до споживача, що передбачає регулярний моніторинг, сертифікацію, використання індикаторів безпеки та застосування міжнародних стандартів, зокрема HACCP, ISO 22000, Codex Alimentarius.

У відповідь на сучасні виклики щодо якості, безпечності та функціональності харчових продуктів, виробники ферментованих молочних напоїв впроваджують низку інноваційних підходів, спрямованих на удосконалення рецептур, використання нових видів сировини та технологічних рішень.

Одним із перспективних напрямів є використання нетрадиційної сировини, зокрема молока кобилиці. Ферментовані продукти на основі сумішей кобилячого та коров'ячого молока мають покращені органолептичні властивості, знижений алергенний потенціал і високу біологічну цінність. Молоко кобилиці відзначається вищим вмістом лактози, ненасичених жирних кислот, а також вітамінів групи В і С, що робить його привабливою альтернативою в оздоровчому харчуванні [12].

Не менш важливим трендом є збагачення ферментованих напоїв рослинними компонентами. Введення у рецептуру таких інгредієнтів, як насіння льону, листя кропиви, екстракти журавлини та обліпихи, сприяє підвищенню функціональної цінності продуктів завдяки вмісту поліфенолів, антиоксидантів, фітонутрієнтів і харчових волокон [12]. Це не лише розширює асортимент, а й посилює біозахисну дію ферментованих продуктів, зокрема для споживачів із ослабленим імунітетом або особливими дієтичними потребами.

Іншим перспективним підходом є впровадження нетеплових методів обробки, таких як високий гідростатичний тиск, ультразвукова обробка, імпульсне електричне поле. Ці технології забезпечують знищення патогенних

мікроорганізмів без втрати біологічно активних речовин і дозволяють подовжити термін придатності без використання консервантів. Такі методи активно використовуються у провідних лабораторіях та молокозаводах світу й мають потенціал для адаптації в українських умовах.

Окрему роль відіграє органічне виробництво як стратегічний напрям майбутнього розвитку молочної галузі. Органічне виробництво забезпечує комплексний підхід до безпеки продукту – від годівлі тварин органічними кормами до заборони використання синтетичних речовин у технологічному процесі. Дослідники пропонують стратегію розвитку українського сектора органічного молочного виробництва, яка включає підтримку дрібних виробників, розвиток інфраструктури для переробки, спрощення процедур сертифікації та підвищення рівня поінформованості споживачів [13].

Впровадження зазначених інноваційних напрямів дає змогу значно підвищити конкурентоспроможність вітчизняної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринку, зберігаючи її безпеку, природність і споживчу привабливість.

Ферментовані молочні напої є одним із найбільш динамічних сегментів молочного ринку в Україні. За останні п’ять років спостерігається стабільне зростання попиту на продукти з пробіотичними властивостями, що зумовлено як зміною харчових звичок населення, так і посиленням інтересу до функціонального харчування. За даними внутрішніх галузевих оглядів, частка споживачів, які щодня вживають йогурти, кефір або ряжанку, зросла з 23 % у 2019 році до понад 30 % у 2024 році.

Однак розвиток ринку стримується дефіцитом якісної молочної сировини [10]. Більшість фермерських господарств не забезпечують належного ветеринарного та бактеріологічного контролю за станом тварин, що призводить до нестабільності якості молока та ускладнює стандартизацію продукції. Особливо це стосується невеликих переробних підприємств, які не мають власної сировинної бази та змушені закуповувати молоко з відкритого ринку.

Незважаючи на це, деякі українські виробники активно освоюють

органічний сегмент, впроваджуючи сучасні підходи до контролю безпеки та використовуючи сировину, отриману з екологічно чистих господарств. Прикладами таких підприємств є ТОВ «Органік Мілк» (Житомирська область), ПП «Галекс-Агро» (Рівненська область), фермерські кооперативи з Волині та Прикарпаття. Вони активно співпрацюють із європейськими сертифікаційними органами (Ecocert, Organic Standard) та реалізують продукцію не лише на внутрішньому, а й на зовнішньому ринках.

Потенціал експорту ферментованих органічних продуктів з України, особливо до Німеччини, Польщі, країн Балтії та регіону Перської затоки, має значні перспективи завдяки зростаючому попиту на натуральні кисломолочні вироби з коротким списком інгредієнтів. Привабливість української продукції на зовнішніх ринках ґрунтується на її доступній ціні, якісній сировинній базі в окремих регіонах, а також позитивному сприйнятті України як країни з міцними аграрними традиціями.

До чинників, які сприятимуть подальшому розвитку ринку ферментованих напоїв в Україні, можна віднести:

– розширення внутрішнього споживання в сегменті здорового харчування;

– впровадження інноваційних технологій збереження живих культур;

– зростання популярності локальних брендів і фермерських ініціатив;

– державну підтримку виробників, які проходять органічну сертифікацію;

– розбудову логістичних та збутових мереж для доставки короткострокової продукції.

Таким чином, перспективи розвитку українського ринку ферментованих молочних напоїв є позитивними, однак реалізація цього потенціалу залежить від здатності виробників забезпечити стабільну якість сировини, дотримання стандартів безпеки та відповідність сучасним вимогам споживачів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. У ході дослідження проаналізовано сучасний стан безпеки та якості ферментованих молочних напоїв на українському ринку, виявлено ключові ризики та окреслено інноваційні напрями розвитку виробництва. Отримані результати дозволяють сформулювати такі висновки:

– ферментовані молочні напої є цінною категорією функціонального харчування, однак вони залишаються вразливими до біологічних та фізико-хімічних забруднень, особливо на етапі надходження молока-сировини з приватних господарств;

– до основних загроз безпечності відносяться наявність патогенних мікроорганізмів (*Listeria, Salmonella, E. coli*), залишки антибіотиків, нестабільний хімічний склад сировини та порушення санітарних умов на первинному етапі виробництва;

– інноваційні підходи до створення безпечних і якісних продуктів включають використання нетрадиційної сировини (молоко кобилиці), додавання функціональних рослинних компонентів, застосування нетеплових методів обробки, а також розвиток органічного виробництва;

– український ринок ферментованих напоїв має високий потенціал зростання, однак реалізація цього потенціалу потребує усунення бар'єрів, пов'язаних з нестачею якісної сировини, недостатнім впровадженням HACCP та обмеженою інформованістю споживачів.

Подальші наукові розвідки доцільно зосередити на розробці удосконалених методик контролю якості ферментованих молочних напоїв у малих виробництвах, вивченні впливу нових пробіотичних культур на мікробіологічну стабільність продукції, а також на створенні науково обґрунтованих рецептур ферментованих напоїв з додаванням функціональних рослинних інгредієнтів. Важливо також провести порівняльний аналіз вітчизняних і європейських вимог до безпечності таких продуктів з метою гармонізації національних стандартів і розширення можливостей експорту.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 2212:2003. Молочна промисловість. Виробництво молока та кисломолочних продуктів. Терміни та визначення понять. [Чинний з 26.12.2003]. Київ : Держспоживстандарт України, 2003.

2. ДСТУ 4540:2006. Напої ацидофільні. Технічні умови. [Чинний з 29.03.2006]. Київ : Держспоживстандарт України, 2006.

3. ДСТУ 4554:2006. Напої кисломолочні. Загальні технічні умови. [Чинний від 2007-01-01]. Київ : Держспоживстандарт України, 2006. 9 с.

5. ДСТУ 7170:2010. Молочна промисловість. Продукти молочні та молоковмісні. Номенклатура та вимоги до назв. [Чинний з 11.10.2010]. Київ : Держспоживстандарт України, 2010.

6. ДСТУ 7380:2013. Молоко та молочні продукти. Методи визначення наявності пероксидази й фосфатази (лужної та кислої). [Чинний з 22.08.2013]. К.: Мінекономрозвитку України, 2013.

7. ДСТУ 7710:2015. Продукти кисломолочні для дитячого харчування. Загальні технічні умови. [Чинний з 28.05.2015]. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2015.

8. ДСТУ 8552:2015. Молоко та молочні продукти. Методи визначення вологи та сухої речовини. [Чинний з 18.12.2015]. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2015.

9. ДСТУ ISO 22000:2019. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-якої організації в харчовому ланцюгу. [На заміну ISO 22000:2005]. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2019.

10. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів : Закон України № 771/97-ВР від 23.12.1997 [зі змінами і допов.]. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-вр

11. Косар Н.М., Калюжна О.М., Артеменко А.А. Якість молока як основа формування безпечної молочної продукції. *Економіка, екологія, менеджмент*. 2019. Т. 6, № 1. С. 111 - 115. URL: http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/7504

12. Котелевич В.А., Гуральська С.В., Гончаренко В.В. Актуальні проблеми якості й безпечності молока і молочних продуктів. *Безпека життєдіяльності*. 2023. № 1. С. 17–23. DOI: https://doi.org/10.32402/safety.2023-1.17

13. Iztileuov M., Igissinov S., Kazhmuratova M., Zharmukhanov A. Quality and Safety of New Types of Dairy Products Made from Mare's and Cow's Milk with Plant Additives. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2024. Vol. 2 (11). No. 122. Pp. 30–36. DOI: https://doi.org/10.15587/1729-4061.2024.275021

14. Prusova H., Chub O., Voloshchuk M. Development of Organic Dairy Production in Ukraine: Current Trends and Prospects. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2024. Vol. 10. No. 1. Pp. 95–102. DOI: https://doi.org/10.30525/2256-0742/2024-10-1-95-102

УДК 378.147(045)

Василишина О. В., кандидат педагогічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0001-9906-516X
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ І ДИДАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ ОСОБИСТІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО РОЗВИТКУ СТУДЕНТІВ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЇХНЬОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ

У статті розглянуто основні педагогічні умови формування готовності майбутніх менеджерів організацій до управлінської діяльності, враховуючи, що умови – це філософська категорія, що відображає «відношення предмета до явищ» які його оточують. Основними системотвірними зв'язками, які, на нашу думку, забезпечують нормальне функціонування педагогічного процесу на факультеті, є зв'язки управління, що проявляються в діяльності педагогів з планування, організації, регулювання і контролю за діяльністю студентів. Саме у закладі вищої освіти необхідно відпрацьовувати в режимі тренінгів, з сукупності яких складаються педагогічні технології, такі необхідні нині процедури діяльності менеджера, як: самовизначення, системне структурування власної діяльності, обмін (у чому і полягає суть ринкових відносин) змістом (матеріальним, інтелектуальним, емоційним), усвідомлення власних дій, передбачення результатів взаємодії, розуміння процесів, що відбуваються в навколишньому середовищі і власних способів адаптації до них, тобто оволодіння новими технологіями самовизначення в об'єктивних умовах,

що склалися. За своєю суттю педагогічний процес є соціальним процесом, в якому соціальне замовлення суспільства відображається в головній меті педагогічного процесу, тобто у забезпеченні всебічної підготовки людей до успішного вирішення покладених на них завдань. Варто зазначити, що в педагогічному процесі відбувається передача і активне засвоєння соціального досвіду, причому це здійснюється не лише за допомогою цілеспрямовано організованої діяльності (навчально-пізнавальної, виробничої.), а й шляхом спілкування студентів і викладачів, систематичного впливу на свідомість, волю і емоції останніх.

Ключові слова: *дидактичні завдання, студенти, менеджери організацій, «знаннєва» і «особистісна» парадигми освіти.*

Постановка проблеми. Для того, щоб освітній процес функціонував найефективніше, необхідно знайти оптимальне співвідношення зв'язків управління і самостійності студентів, оскільки занадто жорстке управління діяльністю позбавляє тих, хто навчається, ініціативи, відповідальності за свою працю, а надмірне приниження ролі педагога також призводить до зниження результативності навчання: «...педагогічне управління ефективне лише у тому випадку, якщо воно в максимально можливій мірі враховує закономірний хід розвитку індивідуумів, громадських процесів, явищ, сприяє прискоренню розвитку їхніх позитивних тенденцій. Саме ця обставина підкреслює конкретність функції управління в ЗВО» [12].

Якщо традиційна педагогіка пов'язує педагогічний засіб із набором певних заходів, пропонуючи при цьому деякий зовнішній вплив на того, хто навчається, з метою передачі йому моделей поведінки, оминаючи його особистісну сферу, то присутність особистісного компонента в цілях і змісті освіти змінює наші уявлення про педагогічні засоби, тобто про ті інструменти, за допомогою яких педагог досягає поставлених цілей. Особистісно орієнтована педагогіка розглядає розвиток особистості як подієвий процес (І. Бех, О. Савченко). Цю «подію» І. Холковська описує поняттям особистісно розвивальної ситуації, що є деяким просторово-часовим континуумом людського буття, цілісною системою

умов, що «запускає» механізм особистісного розвитку. На думку автора, «засіб є цілісним процесом продукування, за допомогою якого здійснюється перехід від мети до реального результату» [11].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз праць із формування готовності майбутніх менеджерів організацій до управлінської діяльності дозволив виявити, що в наукових дослідженнях спеціально не розглядаються ситуації педагогічної взаємодії як засіб формування даної готовності. Водночас у нашому дослідженні під системою засобів ми розумітимемо систему ситуацій особистісно орієнтованої педагогічної взаємодії, що максимально орієнтовані на особистість студента і відображають усі умови і обставини педагогічної діяльності.

Тобто ситуація особистісно орієнтованої взаємодії, у нашому розумінні, має не лише навчально-професійний, а й особистісно розвивальний характер.

Нові вимоги до фахівця обумовлюють необхідність впровадження сучасних технологій організації педагогічного процесу, системний підхід до якого дозволяє виокремити такі складові: самовизначення. критерії діяльності, способи діяльності [8].

Доведено, що кожна зі складових однаково мірі впливає на результативність професійної підготовки. Так, розглядаючи технологію самовизначення, варто враховувати, що діапазон результату знаходиться в проміжку від нуля до технологічного рівня використання викладачем даної технології з педагогічною метою.

Перша педагогічна ситуація руйнує повагу до технології, вводить студентів у стан байдужості і до навчального процесу, і до своєї справи, заради якої вони знаходяться в навчальній аудиторії. Друга педагогічна ситуація створює великий діапазон психологічних станів: від роздратування до щирої зацікавленості, залежно від особливостей ставлення студентів до набуття професійної компетентності. Третя педагогічна ситуація вводить студента в стан активності, він намагається осмислити важливість нової інформації у контексті вирішення проблем формування готовності до виконання професійних функцій [2].

Наступною складовою є критерії діяльності. Переважання в педагогічних технологіях репродуктивного мислення над продуктивним породжує нездатність студентів синтезувати готові і креативні рішення, необхідні в ситуаціях, що не повторюються, без чого неможлива професійна адаптація. Ситуативна поведінка вимагає швидкого реагування, здатності до вибору і ухвалення рішень з урахуванням умов, що склалися. Враховуючи це, варто розуміти важливість для студентів продуктивно мислити, коли педагог задіює слухачів до логіки свого викладання, побудованого системно, створює умови для осмислення зв'язків у ньому, завдяки чому відбувається інтенсивний процес виробництва власних думок, висновків. Тут, як і в технології самовизначення, існує технологічний діапазон від нуля до максимального дотримання технології модульної структуризації, в якій визначають декілька станів: зміст, побудований відповідно до модульного принципу, щоб кожен студент побачив власну траєкторію просування до професійної готовності; визначені окремі «порції» нової інформації, зроблена спроба пов'язати її з реальною практикою.

Наступною складовою частиною діяльності менеджера, що формується в педагогічному процесі, є способи діяльності. Зупинимося на їхній актуальності в менеджменті і на зміні парадигми управління в сучасних умовах. Спроби впровадження в менеджменті демократичного стилю соціального спілкування зустрічають потужні перешкоди у вигляді стереотипів, що склалися раніше, заснованих на застарілому розумінні дотримання обов’язків, виконання «рольових» функцій. Демократична модель взаємодії передбачає вміння: зрозуміти себе, зрозуміти іншого, піти на поступки, домовитися про взаємну вигоду, про співпрацю, не давити, не наказувати, знаходити взаємний інтерес – на відміну від авторитарної, що базується на гіпертрофованому понятті «повинен» [3].

Отже, створювати умови для особистісного становлення майбутнього фахівця може заклад вищої освіти, освітній простір якого орієнтований на особистість як студента, так і викладача. Основою цього процесу є система цінностей, що утворює своєрідну інфракультуру установи.

У дослідженнях учених із проблем управління (О. Виханський, Л. Влодарська-Зола, І. Гінсіроівська, Л. Гурч, О. Капітанець, Л. Карамушка) представлений порівняльний аналіз стратегій управління, пов'язаних відповідно зі «знаннєвою» і «особистісною» орієнтаціями освіти. Розглянемо ці парадигми освіти – технократичну або «знаннєво-орієнтовану» і гуманістичну або «особистісно орієнтовану». Перша парадигма розглядає освіту за аналогією з процесом пізнання: мета – зміст – засоби як «квазідослідницький» процес. Особистісні аспекти зводяться до формування мотивації і пізнавальних здібностей. Друга парадигма передбачає таку організацію освіти, що зосереджена переважно на особистості того, хто навчається, його самобутності, унікальності, суб'єктивності.

Таким чином, «знаннєва» і «особистісна» парадигми освіти відрізняються одна від одної за місцем, що відводиться в них особистості: або особистість є засобом, або – метою. В той же час, в реальності вони виступають двома взаємопов’язаними процесами, двома аспектами освоєння світу людиною.

Особистісний рівень характеризується як ціннісний, сенсотвірний, мотиваційний, що розкриває призначення людини і її діяльності, тоді як пізнавальний можна розглядати як інструментальний, на якому вирішуються інформативно-пізнавальні завдання. Проте, особистісний підхід не означає відмови від інформативних функцій освіти, оскільки тут завжди робиться акцент на розвиток особистісного ставлення до світу, діяльності, самого себе.

Мета статті – проаналізувати педагогічні умови та формування готовності до управлінської діяльності майбутніх менеджерів організацій.

Виклад основного матеріалу. У сучасній вітчизняній педагогічній теорії визначають декілька напрямів обґрунтування особистісно орієнтованої освіти. Так, наприклад, виокремлюють три групи моделей особистісно орієнтованої освіти: соціально-педагогічну (орієнтована на соціальне замовлення і з технологічного боку пов'язана з розвитком особистості «ззовні»); предметно-дидактичну (орієнтована на науково-предметний поділ знань, що необхідно засвоїти тим, хто навчається; особистість тут є представленою у формі врахування її переваг: типи завдань підвищеної або зниженої складності, спеціалізовані групи, профільні класи); психологічну [6].

Концепцію, запропоновану І. Якиманською, названо «психолого-педагогічною». Її призначення в тому, «щоб перетворювати, шліфувати, збагачувати суб'єктивний досвід, реалізовувати принцип суб’єктності».

Модель особистісного розвитку, розроблена В. Сериковим, як особистісний розвиток розглядає генезис тих функцій, що особистість виконує в процесі життєдіяльності: функції сенсовизначення, рефлексії, побудови «Я» - образу, творчої самореалізації, автономності і відповідальності. Особистісний підхід, як і особистість, не може бути зведений до одного-єдиного способу його розуміння. Внаслідок цього потрібна не конкуренція ідей, а інша методологія, орієнтована на поліпарадигмальне бачення проблеми, на багатовимірний простір ідей особистісно орієнтованої освіти. Поліпарадигмальність не заперечує при цьому створення конкретних концепцій освіти, в яких розробляються ті або інші аспекти цієї проблеми. Важливо лише при всіх варіантах і трактуваннях цього підходу зберегти його сутнісну установку, його головний критерій, що полягає в затребуваності особистісної (цілісної, вільної) життєтворчості людини в усіх ситуаціях освітнього процесу. Головною особливістю особистісно орієнтованої освітньої установи є поступове зникнення меж між навчальною і так званою виховною роботою.

Для розкриття сутності освітнього процесу варто:

- визначити етапи процесу (частина процесу, яка має внутрішню самостійність);

- проаналізувати, яким чином у результаті взаємодії викладача і студента на кожному етапі відбувається досягнення проміжної мети, як це впливає на результати подальшого етапу і на досягнення мети всього процесу;

- виявити місце і роль учасників освітнього процесу на різних рівнях представлення [12] .

Відомо, що процес професійної підготовки майбутніх фахівців у закладі вищої освіти є складною за структурою багатокомпонентною педагогічною системою. Згідно з цим, цілісний педагогічний процес передбачає єдність усіх елементів (навчання, виховання, наукової і педагогічної роботи) професійної підготовки фахівців [10].

Вивчення історії розвитку різних підходів до розуміння сутності педагогічного процесу свідчить про те, що пошук адекватних уявлень про нього як про цілісність, тобто максимальну орієнтованість на всебічний розвиток особистості, не отримав у вітчизняній науці однозначного рішення, що пояснюється складністю явища, яким виступає педагогічний процес [1].

В освітньому процесі визначають внутрішній і зовнішній аспекти, що певним чином співвідносяться: «внутрішній зміст освітнього процесу полягає в саморозвитку організму; передача найважливіших культурних надбань і навчання старшим поколінням молодшого є тільки зовнішнім аспектом цього процесу, що прикриває саму сутність його» [1] , причому «навчання, освіта, привчання, виховання, настанова, умовляння, покарання й інші подібні численні слова означають різні властивості, методи, прийоми і засоби одного великого цілого – педагогічного процесу [7].

Розкрити суть педагогічного процесу і виявити умови набуття ним властивостей цілісності можна лише на основі методології системного підходу. При цьому варто розглядати педагогічні об'єкти як системи, тобто визначити склад, структуру й організацію основних компонентів; встановити провідні взаємозв'язки між ними; виявити зовнішні зв'язки системи; виокремити головну систему; визначити функції системи і її роль серед інших систем; встановити на цій основі закономірності і тенденції розвитку системи у напрямі її цілісності. Отже, цілісність завжди має сенс лише стосовно системних об'єктів, яким і є педагогічний процес [9] .

М. Ярмаченко ввів поняття «рівні цілісності», що відображають міру реалізації педагогічного процесу, його особистісно-розвивальних функцій і виховних можливостей. Основна практична вимога цілісного підходу, за М. Ярмаченком, полягає в тому, що кожен локальний педагогічний процес має педагогічну цінність лише тоді, коли робить внесок «у ціле», у розвиток провідних соціально-моральних властивостей особистості. Відповідно до цього, в цілях педагогічної діяльності має бути представлений зв'язок ситуативних, процесуальних новоутворень зі змінами у ведучих життєво визначальних

інтеграційних якостях особистості. Для того, щоб цілісний педагогічний процес виконував ефективно свої функції, він повинен мати певну внутрішню будову, структуру. Ця структура визначає деякий склад компонентів (статична структура) і послідовність фаз процесу, що обумовлюють запланований результат та необхідні новоутворення в особистості (динамічна структура) [9].

У структурі кожного процесуального компонента виокремлюють: мету, завдання, зміст, методи, засоби, форми, результат. Ці елементи мають універсальний характер, оскільки властиві будь-якій діяльності. Їх можна іменувати як цільовий, змістовний, організаційно-діяльнісний і аналітико-результативний компоненти педагогічного процесу [10].

Педагогічний процес закладу вищої освіти, всі його структурні компоненти ведуть до внутрішніх змін: навченості; вихованості; інтелектуального, морального, емоційного розвитку; підвищення професіоналізму майбутнього фахівця будь-якого профілю. Як цілісне явище, освітній процес має загальні стійкі зв'язки, закономірності, зміна або порушення яких призводять до дисгармонії в його організації. Варто зазначити, що в педагогічному процесі закладу вищої освіти реалізуються, переплітаючись і взаємодіючи, функції, за допомогою яких розвивається освітня діяльність, компоненти якої взаємно впливають один на одного, змінюючись і змінюючи інші компоненти.

Висновки і перспективи подальших досліджень Для майбутніх фахівців зовнішніми є умови, що організуються викладачем, а для викладача – умови, що створюються студентами. Їхні відносини мають бути орієнтовані на найбільш ефективну взаємодію, усунення перешкод у реалізації діяльності з того й іншого боку. Це можливо, якщо цілі узгоджені, тобто відбулося самовизначення, якщо внутрішній зміст орієнтований на збагачення завдяки спільним критеріям діяльності, якщо методи відповідають здібностям викладачів і студентів і покликані забезпечити розвиток майбутнього фахівця в процесі оволодіння способами діяльності. Оскільки освітній процес спеціально організований і відбувається в спеціальних умовах, то і педагогічна взаємодія суб'єктів здійснюється в цілісному поєднанні навчання як спеціально організованого

процесу засвоєння суб'єктом нових норм (соціокультурних), нової інформації, визнаної їм корисною і затребуваною; виховання як спеціально організованого процесу управління суб'єктом власними потребами (становлення професійної самосвідомості); розвитку як спеціально організованого процесу вирощування суб'єктом власних здібностей, оволодіння способами цивілізованої взаємодії з навколишнім середовищем.

І цей взаємозв'язок обумовлює внутрішні процеси зміни навченості, вихованості і розвитку особистості, причому не лише студента, а й і викладача.

Список використаних джерел:

1. Варій М.Й., Ортинський В.Л. Основи психології і педагогіки: навч. посіб. 2-ге вид., випр. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 376 с.

2. Волкова В.В. Формування професійної спрямованості студентів-менеджерів на початковому етапі навчання (на матеріалі англійської мови) : автореф. дис. ... канд. пед. наук : спец. 13.00.01. Луганськ, 2000. 20 с.

3. Галузяк В.М. Класифікація стилів педагогічного спілкування. *Проблеми освіти* : наук.-метод. зб. Київ : Наук.-метод. центр вищої освіти, 2001. Вип. 26. С. 23-33.

4. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи / під заг. ред. О. Овчарук. Київ, 2004. 164 с.

5. Кремень В.Г., Андрущенко В.П., Зязюн І.А. Система освіти в Україні. Неперервна професійна освіта: філософія, педагогічні парадигми, прогноз : монографія. Київ : Наукова думка, 2003. 853 с.

6. Моделі навчання (для студентів педагогічних спеціальностей). Серія: навчально-методичні матеріали / за ред. Т.С. Кошманової. Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2002. Вип. 5. 22 с.

7. Нагаєв В.М. Методика викладання у вищій школі : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 232 с.

8. Падалка О.С., Нісімчук А.С., Шпак О.Т. Сучасні педагогічні технології : навч. посіб. Київ : Просвіта, 2000. 280 с.

9. Педагогіка / за ред. М.Д. Ярмаченка. Київ : Вища школа, 1986. 543 с.

10. Слєпкань З.І. Наукові засади педагогічного процесу у вищій школі : навч. посіб. Київ : Вища школа, 2005. 239 с.

11. Холковська І.Л. Партнерство як інноваційна форма діалогічної взаємодії викладача і студентів – майбутніх менеджерів. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені М. Коцюбинського. Педагогіка і психологія*. Вінниця, 2018. Вип. 55. С. 134-141.

12. Цехмістрова Г.С., Фоменко Н.А. Управління в освіті та педагогічна діагностика : навч. посіб. Київ : Видавничий Дім «Слово», 2005. 280 с.

УДК 663.8:5

Власенко І. Г., доктор медичних наук, професор
ORCID https://orcid.org/0000-0001-9995-2025
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

МІКРОБІОЛОГІЧНА БЕЗПЕЧНІСТЬ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Одним із вагомих чинників впливу на здоров'я людини та її самопочуття є харчові продукти та напої, які вона споживає. В статті розглянуто мікробіологічні небезпеки забруднення мікроорганізмами різних груп продуктів. Сформовано цілі, які переслідує мікробіологічний аналіз харчових продуктів та зосереджено увагу на основних групах мікроорганізмів, що становлять небезпеку при споживанні з продуктами тваринного походження. Акцетовано увагу на тому, що для зменшення ризиків забруднення харчових продуктів на підприємствах харчової галузі впроваджено систему НАССР, яка є попереджувальною і дозволяє виявити невідповідності ще на етапі виробництва.

Ключові слова: *безпечність харчових продуктів, патогенні мікроорганізми, мікробіологічний аналіз, ризики забруднення.*

Постановка проблеми. Одним із вагомих чинників впливу на здоров'я

людини та її самопочуття є харчові продукти та напої, які вона споживає. З ними людина отримує необхідні білки, жири, вуглеводи, вітаміни та мінеральні речовини, що необхідні для нормального функціонування органів та систем, здійснення процесів метаболізму, росту та розвитку організму а також його відновленні. Одже якість та безпечність продуктів та напоїв є найважливішим показником їх корисності для організму та головною умовою здорового харчування.

Споживачі все більше уваги приділяють якісному складу продуктів, обирають виробників, що дбають про якість та безпечність своєї продукції на всіх етапах виробництва [1]. Саме тому, така значна увага приділяється запобіганню мікробілогічного забруднення продуктів, оцінці ймовірних ризиків та способам їх попередження

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням безпечності харчових продуктів присвячено ряд робіт вітчизняних та зарубіжних науковців. Так, в роботі Кривохижої, Є. М., Соломон, А. М., & Козлова, О. В. увага зосереджена на стандартах та методах контролю якості та безпечності харчових продуктів [2]. В статті Мельник С.Р, Мельник Ю.Р, Дзіняк Б.О, Оробчук О.М. розглянуто сучасні концепції управління якістю та безпечністю харчових продуктів [3]. Про наукові основи концепції управління безпечністю харчових продуктів згідно з вимогами міжнародних стандартів йдеться в праці Сливи Ю.В. [4]. Практичні аспекти впровадження системи НАССР для операторів ринку харчових продуктів детально розглянуто в ґрунтовній праці Ткаченко А., Басової Ю., Горячової О., Катеренчук Н. [5]. Оскільки тема безпечності харчових продуктів стосується всіх груп товарів, то ряд науковців зосередили свою увагу на особливостях окремих груп продуктів. Так, в роботі Бірта, Г., Горячової, О., & Бургу, Ю. розглянуто мікробіологічні критерії безпечності сортових яблучних соків при виробництві [6]. До теми якості та безпечності харчових продуктів не втрачається інтерес наукової спільноти, а отже такі дослідження є актуальними.

Метою статті є аналіз основних мікробіологічних ризиків продуктів харчування та шляхів профілактики цих загроз.

Виклад основного матеріалу. Серед розповсюджених ризиків продуктів харчування виділяють біологічні, хімічні та фізичні. Біологічні та мікробіологічні ризики та захворювання харчового походження, які є їх результатом, на сьогодні є нагальною проблемою системи охорони здоров'я будь-якої країни. Так, в Україні протягом 2020-2022 років зросла захворюваність на гострі кишкові інфекції з 36,0 тис. випадків у 2020 до 41,2 тисяч у 2021 та 41,7 у 2022 році. При цьому важливо звернути увагу на сальмонельозні інфекції, які реєструвалися стабільно протягом досліджуваного періоду. У 2020 році сальмонельоз них інфекцій було зареєстровано 3,8 тис., у 2021 році – 3,4 тисяч і у 2022 – 3,2 тисяч випадків [7]. Все це актуалізує проблему безпечності харчових продуктів та підтверджує медико-санітарну та соціальну значущість подібних патологій.

Мікробіологічний аналіз продуктів – це дослідження, що дає змогу оцінити якість продукції, а також виявити мікробіологічні чинники, які можуть негативно впливати на здоров'я людини. Такі дослідження дають змогу перевірити якість продукції на всіх етапах виробництва, у такий спосіб убезпечити споживача від вживання в їжу шкідливих речовин.

Мікробіологічний аналіз харчових продуктів – це вузьке і специфічне дослідження, під час якого визначають шкідливі мікроби, токсини, мікроорганізми і деякі інші речовини, здатні завдати шкоди організму людини під час вживання їжі. Одні з головних показників, які виявляються в результаті аналізу – це обсіменіння продукції мікроорганізмами, а також наявність патогенних мікроорганізмів [8].

Загалом, мікробіологічний аналіз переслідує такі цілі:

1. Оцінюється якість сировини, що використовувалася на кожному етапі виробництва продукції для харчування. Крім того, проходить перевірка дотримання санітарно-гігієнічних норм.

2. Контролюється якість умов, у яких зберігалися і транспортувалися харчові продукти.

3. Контроль санітарно-епідеміологічного стану продуктів.

У лабораторних дослідженнях при цьому може використовуватися два методи аналізу: якісний і кількісний. Групи продуктів при цьому різняться між собою, тому для кожної з них існують стандарти, ТУ і ДСТУ. Також аналіз спрямований на виявлення патогенів.

З точки зору мікробіологічного забруднення, продукт харчування або напій може містити різноманітні види мікроорганізмів, що і визначає основні напрями аналізу харчових продуктів:

- санітарні показники. Сюди входять мезофільні аеробні та факультативно-анаеробні організми;
- умовно-патогенні;
- патогенні;
- плісняві гриби та дріжджі;
- організми, які провокують псування продуктів (наприклад, цвіль) (рис. 1).

Рисунок 1 – Види мікроорганізмів в харчових продуктах

Забруднення продукту може відбуватися одним або кількома санітарно-показовими мікроорганізмами, які розподіляють на такі групи:

перша група – представники, щоперебувають у кишківнику людини. До них відносяться група кишкової палички (коліформні бактерії), ентерококи, клостридії, коліфаги. Їх визначення є показником фекального забруднення продукту;

до другої групи відносять мікроорганізми, які найчастіше виявляються у верхніх дихальних шляхах, а саме стафілококи. Вони відображають повітряно-крапельне забруднення середовища;

третя група мікроорганізмів включає в себе сапрофітних представників навколишнього середовища: актиноміцети, гриби, спороутворюючі бактерії, бактерії – амоніфікатори та нітрифікатори [8].

Отже, існує велика кількість мікроорганізмів, які можуть нести в собі небезпеку при потраплянні їх у продукти харчування та при подальшому вживанні їх з їжею.

Кожен продукт має свій особливий тип мікробіоценозу, який включає себе звичайні корисні мікроорганізми, роль яких полягає у захисті продукту від інших видів мікробного забруднення. Проте, при порушенні умов виробництва, зберігання, транспортування продукту природні механізми захисту виснажуються і починають розмножуватися патогенні мікроорганізми. Так, яйця та продукти їх переробки, несуть ризик харчових отруєнь. Забруднення яєць мікроорганізмами може відбуватися як ендогенним (під час формування яйця в організмі птиці) або екзогенним шляхом (проникнення ззовні через мікроскопічні отвори в шкаралупі та підшкаралупній оболонці). За умови порушення правил зберігання до яйця можуть потрапити спори плісняви, кишкова паличка, протей та інші мікроорганізми. Свіже яйце захищено лізоцимом, дія якого з часом слабшає і мікроорганізми набувають здатності проникати всередину яйця. Вкрай небезпечним захворюванням є сальмонельоз, оскільки інфікування вмісту яйця збудником відбувається ще до формування шкаралупи.

Серед небезпечних інфекцій, які можуть нести молоко та молочні продукти є бруцельоз, ящур, туберкульоз, сибірка, черевний тиф, дизентерія, холера. Окрім того, молоко може містити умовнопатогенну мікрофлору, яка здатна викликати захворювання людини при ослабленні організму, наявності імунодефіциту, хронічних захворювань (рис 2).

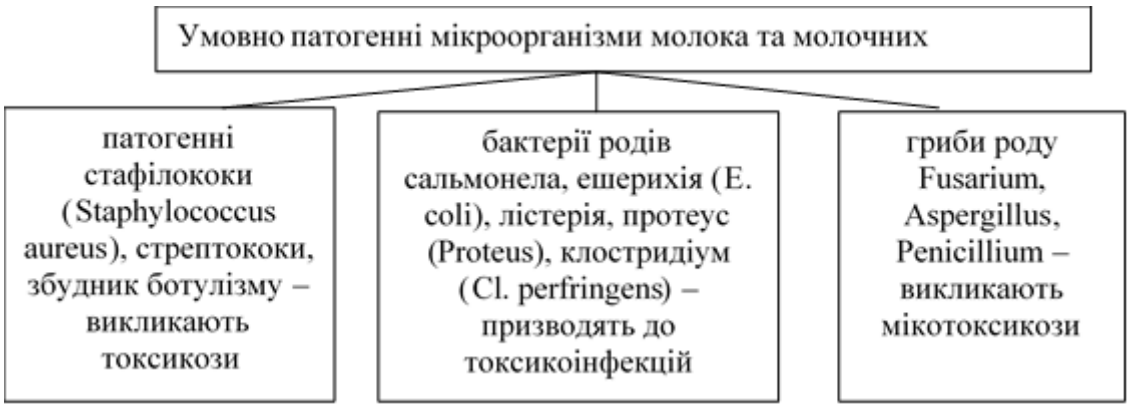


Рисунок 2 – Умовнопатогенні мікроорганізми молока та молочних продуктів

М’ясо та м’ясні продукти можуть забруднюватися патогенними мікроорганізмами як при житті тварини (ендогенний шлях) або в процесі та після забою (екзогенне обсіменіння). При ендогенному зараженні м’ясо тварини містить патогенну мікрофлору не лише на поверхні, але й в глибоких шарах м’язових волокон. Екзогенне зараження відбувається під час забою тварини, обробки, зберігання або транспортування м’яса. В м’ясі мікрофлора може бути представлена коками, бактеріями групи кишкової палички, гнилісними спороутворюючими бактеріями, неспороутворюючими грамнегативними паличками, пліснявими грибами, дріжджами тощо. М’ясо може стати джерелом бруцельозу, ящуру, туляремії, сибірки та інших кишкових інфекцій або викликати сальмонельоз чи інші кишкові інфекції [9].

Особливу небезпеку являє патогенна флора м’ясних, рибних консервів, яка може бути представлена спороутворюючими мікроорганізмами, стафілококами, бактеріїями групи кишкової палички, бактеріїями роду Proteus та іншими неспороутворюючими бактеріями. Вживання консервів може стати причиною ураження ботуліністичним токсином, який утворюється при перебуванні Clostridium botulinum в анаеробних умовах. Цей токсин є надзвичайно сильною отрутою, що вражає серцево-судинну та нервову системи людини і може призводити до смерті. Навіть вода, яка є основою раціону кожної людини, може бути забрудненою – вона здатна викликати отруєння або слугувати джерелом інфекції. Наприклад, збудники таких кишкових інфекцій, як черевний тиф,

холера, шигельоз, можуть тривалий час зберігатися у воді, не втрачаючи своїх патогенних властивостей [10].

Для зменшення ймовірності забруднення харчових продуктів мікроорганізмами потрібно дотримуватися основних правил профілактики:

1. Суворе дотримання правил санітарно-гігієнічного режиму на виробництві.

2. Систематична боротьба з комахами та гризунами на підприємствах, пов'язаних із виробництвом харчових продуктів.

3. Постійна санітарно-просвітницька робота з персоналом.

4. Контроль за дотриманням персоналом правил особистої гігієни.

5. Періодичне медичне обстеження персоналу на наявність інфекційних хвороб або носійства [11].

Постійний санітарно-мікробіологічний контроль сировини, напівпродуктів та готової продукції, а також виробничих приміщень та обладнання.

Безпечним є той продукт харчування, який не містить шкідливих домішок хімічного або біологічного походження, до яких також відносять патогенні мікроорганізми та отруйні продукти їх життєдіяльності. Потрапляння мікроорганізмів у продукт може відбуватися різним шляхами та на різних етапах виробництва (при вирощуванні сировини, переробці продукту, а також під час його зберігання або транспортування).

З метою зменшення ризиків забруднення харчових продуктів на підприємствах харчової галузі впроваджено систему НАССР, яка є попереджувальною і дозволяє виявити невідповідності ще на етапі виробництва шляхом аналізу та правильної організації технологічних процесів, а не на етапі контролю готової продукції. Це зменшує втрати від випуску небезпечної продукції та ризик її надходження до споживача.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Мікробіологічні ризики є одними з найбільш небезпечних, які можуть нести в собі напої або їжа. Саме мікробна контамінація призводить до реальних негативних наслідків для здоров'я людини.

Виявлення небезпечного агента, оцінка ризику та запобігання

мікробіологічному забрудненню є першочерговою задачею виробників. Споживачі повинні обирати продукти, які мають підтвердження своєї безпечності, що дозволить запобігти погіршенню здоров'я або виникненню захворювань.

Оскільки всі основні групи продуктів харчування можуть становити для організму людини небезпеку з точки зору харчових отруєнь або інфекцій, контроль за мікробіологічним складом продукції повинен бути одним із перших завдань для виробників.

Список використаних джерел:

1. Мікробіологічна безпека харчових продуктів. URL: https://vingudpss.gov.ua/news/mikrobiologichna-bezpeka-harchovih-produktiv

2. Кривохижа Є.М., Соломон А.М., Козлов О.В. Безпека харчових продуктів: стандарти та методи контролю якості. Таврійський науковий вісник. Технічні науки. 2024. Вип. 4. С. 251-259. DOI: https://doi.org/10.32782/tnv-tech.2024.4.25

3. Мельник С.Р, Мельник Ю.Р, Дзіняк Б.О, Оробчук О.М. Сучасні концепції управління якістю та безпечністю харчових продуктів. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки. 2022. № 32. С. 89-99. DOI: https://doi.org/10.36477/2522-1221-2022-32-12.

4. Слива Ю.В. Наукові основи концепції управління безпечністю харчових продуктів згідно з вимогами міжнародних стандартів. Товарознавчий вісник. 2021. № 14. С. 95-105. DOI: https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2021-14-10.

5. Ткаченко А., Басова Ю., Горячова О., Катеренчук Н. Впровадження системи НАССР для операторів ринку харчових продуктів : практ. посіб. Полтава : Полтавський університет економіки і торгівлі, 2020. 137 с.

6. Бірта Г., Горячова О., Бургу Ю. Мікробіологічні критерії безпечності сортових яблучних соків при виробництві. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Технічні науки. 2022. № 1. С. 75-78. DOI: https://doi.org/10.37734/2518-7171-2022-1-12

7. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua

8. Мікробіологічний аналіз харчових продуктів. URL: https://environmentallab.com.ua/uk/services/mikrobiologichnyj-analiz-harchovyh-produktiv/

9. Control Quality, Control Costs: The Benefits of Implementing a Food Quality Control System. Website rmoni. URL: https://www.rmoni.com/blog/food-qualitycontrol-system-benefits

10. Gardner S. Consumers and food safety: A food industry perspective. Website Food and Agriculture Organization of the United Nations. URL: https://www.fao.org/4/v2890t/v2890t05.htm

11. Best Practices for Maintaining Food Safety Standards. Website MenuSanto. URL: https://www.menusano.com/best-practices-for-maintaining-food-safetystandards/

12. Best Practices for Maintaining Food Safety Standards. Website MenuSanto. URL: https://www.menusano.com/best-practices-for-maintaining-food-safetystandards/

УДК 663.974(045)

Гирич С. В., кандидат технічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ORCID http://orcid.org/0000-0002-0342-092X

СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ЕЛЕКТРОННИХ СИГАРЕТ

Досліджено споживні властивості електронних сигарет. Описані переваги використання електронних сигарет у порівнянні із традиційним тютюнопалінням, виокремлені небезпеки систематичного використання електронних сигарет. Розглянуто основні класифікаційні ознаки поділу електронних сигарет на види.

Ключові слова: *електронні сигарети, POD-системи, парогенератор, вейп, випаровувач, Айкос, картридж, атомайзер, пенстайл.*

Постановка проблеми. Електронні сигарети (е-сигарети) – електронні пристрої, що утворюють високодисперсний аерозоль (пару), призначений для вдихання курцем.

Ідея створення електронної сигарети як замінника класичного куріння вперше з'явилася в Китаї в 2000 році. У 2003 році в Гонконзі був зареєстрований перший патент. З того часу компанії виробники електронних сигарет вдосконалюють свою продукцію, проводячи різноманітні тести на безпеку продукту. Їх результати довели, що електронна сигарета відносно безпечна у порівнянні з тютюнопалінням при нормальному її використанні. Незважаючи на тиск з боку тютюнових компаній, електронна сигарета набуває все більшої і більшої популярності.

За даними експертів ринку близько 2% дорослих в Україні є постійними користувачами електронних систем доставки нікотину, а серед людей віком до 25 років ця частка перевищує 4%, понад 40% дітей пробували курити електронні сигарети, а біля 20% дітей у віці 13–15 років (тобто фактично кожен п’ятий підліток) і тепер є курцями електронних сигарет. Очевидним є висновок, що поширеність використання електронних сигарет серед молоді зростає за останні роки у геометричній прогресії [1].

У зв’язку із вищевикладеним стаття, що узагальнює інформацію щодо класифікації та споживних властивостей електронних сигарет має не лише економічне, але й соціальне значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові роботи, стосовно електронних сигарет стосуються переважно їх впливу на організм людини. У контексті досліджень за даним напрямком свої внески зробили такі автори: О. Р. Боярчук, Т. В. Гаріян, К. Т. Глушко, І. М. Волошіна Л. І. Добровольська, О. В. Добрянська, В. Н. Кукушкін, А. С. Московкіна, Т. І. Толокова. Проте, інформація щодо узагальнення класифікаційних ознак електронних сигарет потребує подальших досліджень.

Метою статті є узагальнення класифікаційних ознак електронних сигарет, дослідження їх споживних властивостей.

Виклад основного матеріалу. Електронні сигарети рекламують як більш безпечну альтернативу звичайним сигаретам. Водночас, відсутні переконливі докази даного твердження. Досі тривають дослідження щодо впливу електронних сигарет на здоров'я. І жодне не дає однозначної відповіді, включно з міжнародними організаціями. Так, Центр з контролю та профілактики захворювань в США (CDC) вказує, що в цілому електронні сигарети є менш шкідливими за тютюн. Хоча в складі рідини більшість електронних виробів також містять нікотин, що викликає залежність [4].

Основними перевагами використання електронних сигарет є наступні [7]:

- безпека: лікарі королівської медичної спільноти провели ґрунтовне дослідження шкоди від вейпу та куріння. Отриманий експертний висновок свідчить про те, що використання електронних сигарет на 95% безпечніше, ніж використання тютюнової продукції. Більшою мірою це обумовлено високою якістю очищення та відсутність процесу горіння;

- здоров'я: перехід на вейп курців, що мають значний стаж куріння, дозволяє очистити організм від смол та інших отруйних речовин. При цьому покращується дихання, стан ротової порожнини, нормалізується кровообіг, повертається повною мірою смак та нюх;

- запах: на відміну від тютюну, нікотинові заправки до вейпу мають приємний аромат. При використанні фруктових рідин можна наповнити приміщення тонким приємним запахом;

- дозування: рідини для вейпу представлені з різною концентрацією нікотину, що дозволяє підбирати індивідуальний варіант та при бажанні поступово знижувати. Крім цього є широкий вибір безнікотинових композицій, які дозволяють насолоджуватися цікавими смаками;

- пар: користувач може контролювати кількість продукованої пари при виборі різних концентрацій пропіленгліколю та гліцерину. Крім того, компактні картриджі для сучасних електронних сигарет практично не продукують пари, що робить застосування зовсім непомітним. Також деякі аксесуари можуть мати систему регулювання роботи приладу;

- смак: на ринку представлений колосальний асортимент смакових варіантів: фрукти, ягоди, десерти, напої, коктейлі та багато іншого;

- вартість: споживачам пропонується широкий ціновий діапазон, що дозволяє підібрати девайс під будь-який бюджет. Купити можна як одноразові електронні сигарети, так і преміальний пристрій з топовими заправками. Щодо економічної складової заміни класичного тютюнопаління на використання електронних сигарет, слід зазначити, що середній курець в Україні використовує до 20 сигарет за день витрачаючи при цьому не менше ніж 5000 грн. на місяць. За ці ж кошти можна придбати електронну сигарету та рідини в асортименті. Цієї суми буде цілком достатньо для вейпінгу півроку. Ціна на електронні сигарети розпочинаються від 700 грн. за якісний та гарний виріб. Водночас до вартості девайсу також слід додати й витратні матеріали, які необхідно періодично замінювати. Тобто купуючи пристрій обов'язково потрібно враховувати ситуацію щодо його випаровувачів, а саме чи є вони у вільному продажі й чи не планується їх зняття із продажу через моральну застарілість. Відносно новим видом девайсів є RDA, їх перевагою є те, що такі е-сигарети можна обслуговувати самостійно. В такій моделі споживач самостійно може змінювати випаровувач, який складається з елемента (спіралі) і спеціального наповнювача органічної вати або кремнеземної нитки. Таке обслуговування за вартістю набагато дешевше ніж придбання готового випаровувача від виробника [2].

Слід зазначити, що окрім вищезазначених переваг, завдяки електронним сигаретам, процес відмови від куріння відбувається максимально м'яко для організму. На відміну від інших замінників е-сигарета дозволяє вдихати та видихати аналог диму, що максимально імітує процес тютюнопаління. Такий перехід забезпечує поступове зменшення споживання нікотину і перехід на безнікотинові рідини [5].

Щодо негативного впливу електронних сигарет на організм споживача, слід зазначити, що найбільшу шкоду від споживання вейп отримує дихальна система - ушкоджується епітелій дихальних шляхів, викликаючи гіпоксію тканин [9].

Незважаючи на аргументи виробників про те, що електронні системи споживання зменшують шкоду для курців, які перейшли зі звичайних сигарет на електронні системи споживання, клінічні дослідження не знаходять клінічної різниці між курінням сигарет і тими, хто перейшов на вейпи. Навпаки, дослідження вже показали зв'язок використання вейпів із пошкодженням клітин легеневого епітелію, більш частими респіраторними захворюваннями у молоді, підвищеним ризиком розвитку пародонтиту. При регулярному використанні електронних сигарет розвиваються гіпертонічна хвороба, цукровий діабет, онкологічні захворювання, відбувається негативний вплив на інтелект курця, страждає репродуктивна система, відбуваються інші негативні зміни в організмі [6].

За наявністю нікотину електронні сигарети ділять на дві категорії: ті, що містять нікотин, та ті, що його не містять. Відповідно до класифікації ВООЗ, ці пристрої називають електронними системами доставки нікотину (ЕСДН, англ. ENDS) та електронними системами доставки продуктів без нікотину (ЕСДПБН, англ. ENNDS).

Слід провести чітку лінію розмежування між двома різними поняттями: електронні сигарети, види яких будуть представлені нижче, та системи нагрівання тютюну, або Айкос. Останні взагалі не вважаються електронними сигаретами, оскільки виконують функцію нагрівання звичайного тютюнового продукту без його спалювання [3].

Вейпи, види яких досить різноманітні, все одно працюють на єдиному принципі – перетворення рідини у пар.

Весь асортимент електронних сигарет класифікується на два головних різновиди - це одноразові та багаторазові електронні сигарети.

Особливістю одноразових електронних сигарет є те, що в них не передбачена зміна чи перезаправка картриджа. Вони можуть як містити, так і не містити нікотин. Принцип роботи такої сигарети подібний до принципу роботи сигарет багаторазового використання. Як правило, одноразової сигарети вистачає на 500–800 затяжок, що дорівнює 1,5–2 пачкам звичайних сигарет.

Одноразові електронні сигарети, які також називаються POD-системами, відрізняються від аналогів пролонгованої дії відсутністю можливості дозаправки, тобто, щойно у пристрої закінчується рідина, він стає непридатним. Однак, доступна ціна компенсує цю особливість одноразових аксесуарів. Більше того, для тих, хто вперше намагається спробувати використовувати е-сигарету, це оптимальний варіант познайомитися з різними варіантами й зупинитися на тому, який оптимально підійде за основними параметрами.

Зовні одноразова сигарета виглядає як невелика запальничка. Компактний корпус підвищує зручність перенесення аксесуарів, ергономічно розміщується в долоні, кишені, барсетці. Усередині полімерного кофру захований заряджений літій-іонний акумулятор, ємність із рідиною, нагрівальний елемент. Також одноразова е-сигарета має датчик, який включає її під час затягування. Іншого управління пристрій не має. Увімкнення та вимкнення – все функціонує автоматично. Це друга відмінність одноразових моделей від варіацій, що заправляються.

Щодо популярності одноразових POD-систем, то вона пояснюється такими факторами:

– простота та зручність застосування;

– компактність та механічна міцність;

– практичність та економічність;

– універсальність – підходить для досвідчених та початківців користувачів;

– великий вибір смаків.

Одноразові електронні сигарети виробляють великі бренди, їхню продукцію після численних перевірок схвалило Federal Drug Administration – управління захисту прав споживачів в США. Воно відповідає за перевірку продуктів харчування, медикаментів тощо.

Різновиди одноразових електронних сигарет відрізняються переважно дизайном та розміром корпусу, кількістю допустимих затяжок, їх може бути й 800, і 1200, і навіть 2500. Кількість затягувань безпосередньо впливає на розмір аксесуара, оскільки рідини в ємності та заряду акумулятора має вистачити на заявлений виробником показник.

Наступна важлива відмінність одноразових електронних сигарет є склад рідини та значна різноманітність присмаків [8].

Електронні сигарети багаторазового використання відрізняються за розміром, видом елемента живлення, системою випаровування та складом рідини. Модель сигарети визначає її робочі якості: тривалість автономної роботи, густину пари, насиченість смаку тощо. Електронна сигарета містить такі основні елементи:

– сховище (ємність, картридж) з рідиною, він може бути як змінний, так і з можливістю перезаправки;

– випаровувач (атомайзер) - пристрій для утворення пари з рідини, є декілька різновидів;

– джерело електричного живлення (акумулятор) – від його об’єму залежить кількість заряду (чим більша ємність акумулятора, тим довше працює е-сигарета).

Низка моделей е-сигарет містить елементи для управління подачею рідини та виділенням пари. Принцип дії сигарети наступний: рідина, потрапляючи на нагріту спіраль, випаровується, а пара виводиться назовні спеціальним каналом, звідки потрапляє до рота користувача.

Електронні сигарети поділяють на шість основних видів за розміром, від A до F: суперміні, міні, пенстайл, сигара, мод і люлька. Всі вони розрізняються за дизайном, формою та вагою:

– суперміні (A) за органолептичними показниками нагадують стандартну сигарету. Довжина пристрою не перевищує 10,5 см. У сигареті є акумулятор максимальної потужності 85 мАг та міні картридж з об'ємом рідини до 400 мкл;

– міні (B) – довші за модель міні (A) до 12 см. У таких сигаретах встановлена батарея до 200 мАг, а картридж на 500 мкл можна зустріти в найпотужнішій моделі типу міні (B);

– пенстайл (C) – сигарета діаметром до 1 см, їх довжина до 17,5 см. Середні габарити класичного дизайну корпусу поміщають всередині акумулятор до 290 мАг;

– сигари (D) мають схожість із пенстайл. Розмір сигари дозволяє розмістити в ній акумулятор потужністю від 700 мАг та картридж для рідини від 1,2 мл;

– моди (E) – цей випарник відрізняється тим, що з ним можна робити величезні клуби диму. За рахунок потужної батареї до 2200 мАч девайс дуже довго можна використовувати;

– електронні люлька (F) – ці вейпи, які зовні нагадують справжні сигари. Вони мають встановлений потужний акумулятор до 1000 мАч.

Важливою ознакою поділу електронних сигарет є різновиди атомайзерів. Атомайзер, або випаровувач, забезпечує утворення пари у пристрої. Виділяють такі їх види:

– тип RDA: один із найпростіших видів, у якому рідина міститься у ватному фільтрі; разовий об’єм невеликий, тому рідину потрібно часто додавати;

– тип RTA: атомайзер складається із ємності для курильної рідини, в яку суміш потрапляє на спіраль капілярним методом через вату;

– тип RDTA: удосконалений аналог, що поєднує два попередні типи, містить спеціальну ємність (танк), у якій розміщено просочений рідиною гніт;

– картомайзер: об’єднує картридж з рідиною та випаровувач в одному корпусі; має декілька різновидів;

– кліромайзер: найбільш поширений варіант, включає контейнер для рідини, сполучений із пароутворювальною камерою;

– танкомайзер: містить окрему ємність, куди вливається рідина;

– бакомайзер: складається із нагрівальної спіралі, пароутворювальної камери та ємності для рідини;

– генезис: одна із найскладніших систем, в якій випаровувач зроблено у вигляді сітки.

Електронні сигарети багаторазового використання також класифікують за типом управління. Вони можуть бути двох видів:

Ручне управління передбачає включення е-сигарети шляхом натискання вбудованої кнопки живлення. При її включенні акумулятор передає напругу й запускає парогенератор в атомайзері. Електронні сигарети ручного управління мають більшу паропродуктивність і можуть посилювати / зменшувати генерацію та насиченість пари.

Автоматичне управління починає продукувати пару після того, як курець зробив одну затяжку і автоматично активував датчик тяги. Від нього спрацьовує мікропроцесор, включаючи світлодіод, що імітує процес звичайного куріння.

Окремо класифікуються рідини для електронних сигарет. Вони бувають різної концентрації та з різними смаками. Рідини продаються у формі контейнерів, готових для використання у е-сигаретах, або окремо у пластикових чи скляних пляшечках різноманітних форм та місткості. Можна умовно класифікувати рідини залежно від концентрації нікотину у рідині, яка вказується у міліграмах на мілілітри. Відповідно, рідини бувають:

– безнікотинові (0% нікотину);

– легкі (від 3 до 6 мл нікотину на 1 мг);

– середні (до 12 мл нікотину на 1 мг);

– міцні (близько 18 мл нікотину на 1 мг);

– суперміцні (близько 24 мл нікотину на 1 мг).

Рідини можуть продавати у ємностях різних об’ємів (10, 30, 60 мл тощо). Окрім того, вони відрізняються смаком (є велике різноманіття) та «натуральністю» (зроблені з використанням органічних компонентів, або штучно синтезованих).

Спільними для усіх рідин для е-сигарет є так звані основні інгредієнти. Вони однакові для всіх рідин від будь-якого виробника. Отже, до складу рідини обов’язково входить:

– пропіленгліколь (використовується як «носій» смаку);

– гліцерин (необхідний для утворення візуально помітної та відчутної на смак пари);

– дистильована вода (використовується для розбавлення жижі, щоб густа суміш пропіленгліколя та гліцерина набула достатньої для використання текучості).

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, очевидним є той факт, що поширеність використання електронних сигарет за останні роки постійно зростає, особливо серед молоді. Існує чимало експертних оцінок щодо впливу електронних сигарет на здоров’я, проте більшість зазначає, що в цілому електронні сигарети є менш шкідливими за тютюн.

Весь асортимент електронних сигарет класифікується на два головних різновиди - це одноразові та багаторазові електронні сигарети. Одноразові електронні сигарети, які також називаються POD-системами, відрізняються простотою та зручністю застосування, компактністю та механічною міцністю, практичністю та економічністю, великим вибором смаків. Електронні сигарети багаторазового використання відрізняються за розміром, видом елемента живлення, системою випаровування та складом рідини.

Список використаних джерел:

1. Аналіз розміру та частки ринку одноразових електронних сигарет у Європі – тенденція та прогноз зростання (2023-2028). URL: https://ua.allbarvape.com/info/european-disposable-electronic-cigarette-marke-85031259.html

2. Вейпи – альтернатива чи пастка? URL: https://dpssmk.gov.ua/veypy-alternatyva-chy-pastka/.

3. Види електронних сигарет. URL: https://vapebanda.com.ua/blog/vidi-elektronnih-sigaret

4. Добровольська Л.І., Боярчук О.Р., Гаріян Т.В., Глушко К.Т. Світовий досвід боротьби з вейпінгом та його наслідками серед дітей та молоді. *Вісник медичних і біологічних досліджень*. 2020. № 3. С. 153-160.

5. Кукушкін В.Н. Вейпінг як соціальний феномен : безпечна альтернатива тютюнопаління або джерело важких наслідків для здоров'я підлітків та молоді. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету*. 2022. Вип. 36. С. 134-138.

6. Куріння: шкода звичайних та електронних сигарет. URL: http://polvet.gov.ua/uk/news/kurinnya-shkoda-zvychajnyh-ta-elektronnyh-sygaret-i-yak-tse-vplyvaye-na-zdorov-ya/

7. Переваги та недоліки електронних сигарет. URL: https://vartonews.com.ua/2023/12/22/elser/

8. Тенденція розвитку смаків електронних сигарет на міжнародному ринку є складною та складною. URL: https://ua.allbarvape.com/info/the-development-trend-of-electronic-cigarette-89010481.html

9. Толокова Т.І., Московкіна А.С. Вейпінг – безпечна альтернатива тютюнокурінню чи бомба сповільненої дії. *Медсестринство*. 2019. № 4. С. 26–28.

УДК 658.62.631.86 (477)

Сіренко С. О., кандидат технічних наук, доцент
ORSID https://orcid.org/0000-0003-3083-6151
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МІНЕРАЛЬНИХ ДОБРИВ В УКРАЇНІ

В статті розглянуті окремі товарознавчі аспекти ринку мінеральних добрив в Україні. Наведена класифікація мінеральних, органічних та бактеріальних добрив. Охарактеризовані основні види мінеральних добрив та їх фізичні властивості. Здійснений аналіз сумарного обсягу імпорту та експорту мінеральних добрив в Україні. Висвітлені основні компанії імпортерів мінеральних добрив в Україну.

Ключові слова: *мінеральні добрива, експорт, імпорт, аміачна селітра,* нітроамофоска, суперфосфат.

Постановка проблеми. Ринок мінеральних добрив – це сфера товарного обміну, де за допомогою купівлі та продажу мінеральних добрив, задовольняються суспільні інтереси, з однієї сторони в забезпечені сільськогосподарських виробників в мінеральних добривах, а з іншої реалізації власної продукції і отримання прибутку виробничими підприємствами хімічної галузі.

Мінеральні добрива – це неорганічні сполуки, що забезпечують оптимальний рівень мікро- та макроелеменів у родючому шарі ґрунту, до складу яких входять такі хімічні елементи як азот, фосфор, калій, мідь, кальцій, залізо, тощо.

В Україні виробляються та продаються однокомпонентні монодобрива, компактні поживні суміші та мікродобрива. Форма мінеральних добрив, що виготовляються в Україні різна: вони можуть бути як рідкими, так і кристалічними або в гранулах.

Війна та окупація окремих областей в Україні призвели до значного скорочення використання мінеральних добрив. Аграрії, обмежені коштами, змушені були зменшити використання мінеральних добрив приблизно на третину порівняно з нормами, які зазначені в технологічних картах. Хоча на сьогодні ситуація дещо покращилась, але все ж таки є певні проблеми у виробництві та імпорті мінеральних добрив. Враховуючи те, що добрива є одним із визначальних ресурсних домішків впливу на урожайність, важливе значення мають їх властивості та характер застосування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ринку мінеральних добрив в Україні та в світі, їх характеристиками займались такі вчені як В. Голюк, М. Волошин, Я. Черненко, А. Іванченко, М. Олійник, О. Хацевич, Р. Джус та інші.

Однак політична ситуація в Україні, воєнний стан, зменшення територій, які впливають на виробництво мінеральних добрив, викликають необхідність постійно моніторити стан ринку мінеральних добрив в контексті їх виробництва, властивостей та хімічного складу.

Метою статті є вивчення окремих товарознавчих аспектів ринку мінеральних добрив в Україні.

Виклад основного матеріалу. Добрива є одним із визначальних ключових елементів, що впливають на урожайність, а отже і на валове виробництво аграрної продукції. Основу формування пропозиції та попиту на внутрішньому ринку формують азотні та комплексні мінеральні добрива: аміачна селітра, карбамід, КАС, нітроамофоска, суперфосфат й інші.

Добрива поділяються на мінеральні, органічні і бактеріальні (нітрагін, азотобактерин, фосфоробактерин). До мінеральних добрив належать азотні, фосфорні і калійні. В органічних добривах елементи живлення в основному перебувають у вигляді органічних сполук. Це перегній та різні продукти переробки тваринного і рослинного походження, а також інші місцеві добрива

(міські відходи, стічні води, осади стічних вод, міське сміття та сапропель). До них належать і відходи промисловості, що містять поживні речовини. Класифікація добрив наведено на рис. 1.

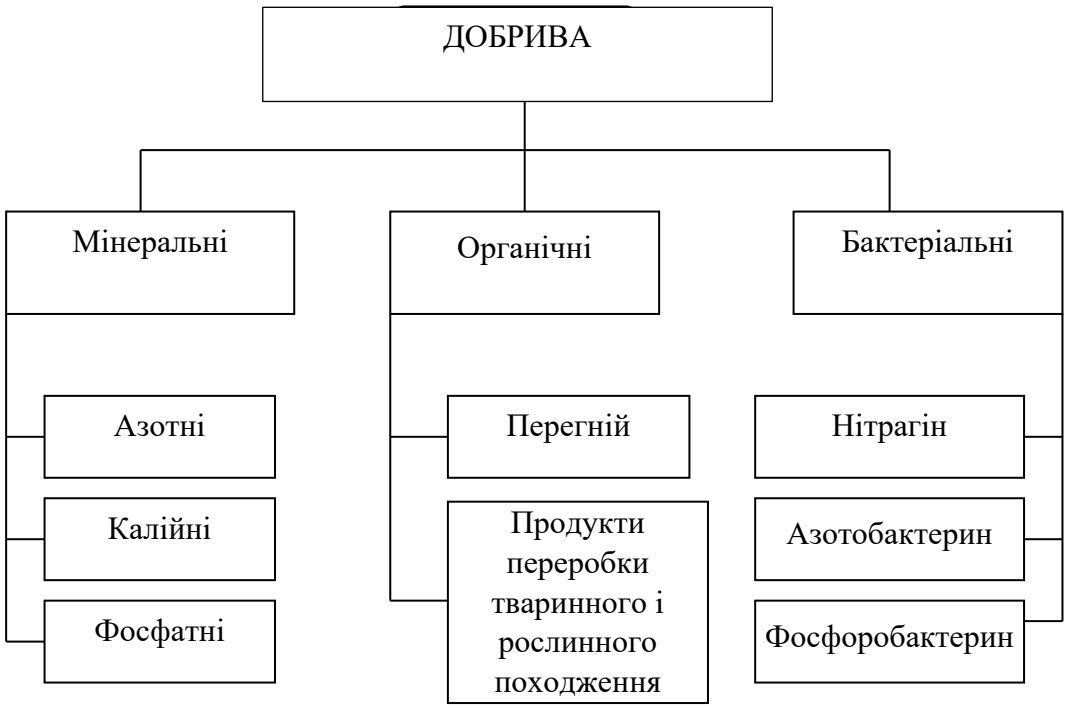


Рисунок 1 – Класифікація добрив

Мішані добрива виготовляють перемішуванням різних добрив. Складні добрива містять в кожній гранулі кілька елементів живлення у співвідношеннях, які необхідні рослинам.

Охарактеризуємо основні види мінеральних добрив [2].

Суперфосфат містить 37-40 % оксиду фосфату, з яких 2/3 перебувають в доступній для рослин формі і майже половина – у водорозчинній. Виготовляють його із фосфоритів з низьким вмістом фосфору, використовуючи сірчану кислоту, якої витрачається на 20-25 % менше ніж при виробництві суперфосфату. При основному внесенні суперфосфат за ефективністю подібний до подвійного суперфосфату.

Преципітат – порошок білого або кремового кольору, який погано розчиняється у воді, малогігроскопічний, не злежується. Містить 38 % оксиду фосфату, добре розчинний у лужному розчині цитрату амонію і тому доступний рослинам.

Фосфоритне борошно містить фосфор у вигляді $Ca3(PO_4)_2$. Добриво не гігроскопічне, не злежується, добре розсіюється, проте пилить.

Сульфат амонію містить 21 % азоту. Недоліком є низький вміст азоту і висока фізіологічна кислотність. При його застосуванні ґрунт, якщо він не містить достатньої кількості основ, поступово підкислюється, що потребує періодичного проведення вапнування.

Сульфат амонію-натрію містить 17 % азоту. Є цінним добривом для буряків, рослин родин бобових і хрестоцвітих, які добре реагують на ці елементи [2].

Хлористий амоній – дрібнокристалічна сіль білого кольору. Містить 24-25 % азоту. Хлор ґрунтовими колоїдами не поглинається і за осінньо-зимовий період вимивається в нижчі шари ґрунту, внаслідок чого значно знижується його токсичність.

Нітратні добрива. До цієї групи належать добрива, які містять азот у нітратній формі. Солі цієї кислоти називаються нітратами, або селітрами.

Натрієва селітра за зовнішніми ознаками це мікрокристалічна сіль білого, сірого або бурувато-жовтуватого кольору, гігроскопічна, при зберіганні злежується.

Кальцієва селітра селітра досить гігроскопічна. За нормальних умов зберігання досить сильно зволожується, розпливається і злежується. Для зменшення гігроскопічності її гранулюють з використанням гідрофобних плівок.

Амонійно-нітратні добрива. До цієї групи належать добрива, що містять азот в амонійній та нітратній формах (аміачна селітра, вапняно-аміачна селітра). Аміачна селітра є одним з основних азотних добрив [2].

З агрономічної точки зору – це універсальне і швидкодіюче азотне добриво.

Хлористий калій – фізіологічне кисла сіль, проте значне підкислення ґрунтового розчину спостерігається лише при тривалому застосуванні цього добрива у великих нормах. Його можна застосовувати на всіх ґрунтах і під усі культури для основного та передпосівного внесення, підживлення.

Сульфат калію – висококонцентроване безхлорне калійне добриво. За зовнішніми ознаками – це дрібнокристалічний порошок білого кольору з жовтим відтінком. добре розчиняється у воді, не злежується.

Амофос має добрі фізико-хімічні властивості і використовується як один з компонентів змішаних добрив. Це високоефективне фосфорно-азотне добриво, проте значна різниця у вмісті азоту та фосфору (1:4) є його основним недоліком. Тому під час застосування амофосу до нього часто добавляють певну кількість азотних добрив.

Діамофос – добувають, як і амофос, в результаті нейтралізації і дальшого насичення фосфорної кислоти аміаком. Вміст поживних речовин у добриві залежить від виду сировини [4].

Нітродіамофос – складне подвійне добриво, що містить азот і фосфор. Його добувають на основі діамофосу й аміачної селітри. Застосовують під усі культури на різних грунтах.

Діамофоска містить азот, фосфор і калій. Застосовують під усі культури на різних ґрунтах.

Основними фізичними властивостями мінеральних добрив є гранулометричний склад, гігроскопічність, насипна щільність, розчинність добрив, утворення пилу. Фізичні властивості добрив визначаються хімічним складом, зовнішнім покриттям та конкретним виробничим процесом [9].

Основні фізичні властивості мінеральних добрив наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Властивості мінеральних добрив

Властивість	Характеристика властивості
1	2
Гранулометричний склад (розмір часток)	Відсоток окремих фракцій добрива, отриманий шляхом розсівання на ситах різного діаметра. Гранульовані добрива мають бути однорідними, щоб забезпечити рівномірне розподілення при внесенні. Розмір гранул зазвичай становить 2-5 мм.
Гігроскопічність	Здатність поглинати вологу з повітря, висока гігроскопічність (аміачна селітра), що призводить до злежування й утворення грудок, що ускладнює їхнє внесення. Охолодження від 25 °С (день) до 10 °С (ніч) призводить до утворення 10 г конденсату на 1 $м^3$ повітря. Для уникнення злежування до добрив додають антизлежувальні агенти.
Насипна щільність	Маса добрива на одиницю об’єму виражена в грамах на кубічний сантиметр (г/$см^3$) або в кілограмах на кубічний метр (кг/$м^3$). Від насипної щільності залежить об’ємне дозування добрива при внесенні. Висока щільність гранул забезпечує більшу масу на одиницю об'єму, що дозволяє точніше вносити добрива. Добрива з більшою масою краще опускаються на землю при розкиданні, що важливо для точного внесення.

Розчинність добрив	Показник маси добрива, що може бути повністю розчинене у певній кількості води за певної температури. Добрива з високою розчинністю забезпечують швидке підживлення рослин і є зручними у використанні. Розчинність добрив залежить від компонентного складу, типу грануляції та гранулометричного складу. Крихкі гранули можуть ламатися, що призводить до нерівномірного внесення, втрат добрива та зношення обладнання.
Утворення пилу	Велика кількість пилу з добрив може спричинити виникнення дискомфорту під час завантаження у робочий агрегат, транспортуванні та зберіганні. Дрібні частинки пилу можуть легко видуватися вітром під час внесення, що призводить до втрати поживних речовин і зниження ефективності добрива.

У 2023 році в порівнянні із 2022 роком Україна зуміла наростити обсяг виробництва добрив на 81 % (2050 тис. т в 2023 році проти 1130 тис. т в 2022 році). Та цей рівень виробництва в рази менше рівня 2021 року, коли виробили 5,2 млн т азотних добрив [1; 6].

Нами вивчались сумарний обсяг імпорту та експорту мінеральних добрив в Україні за кодом УКТ ЗЕД 3102-3105 (табл. 2) [5].

Таблиця 2 – Сумарний обсяг імпорту та експорту мінеральних добрив в Україні, млн дол. США

Код УКТЗЕД	Роки*					
	2021		2022		2023	
	Імпорт	Експорт	Імпорт	Експорт	Імпорт	Експорт
1	2	3	4	5	6	7
3102 Добрива мінеральні або хімічні, азотні	339,93	173,04	270,21	96,86	428,19	10,49
3103 Добрива мінеральні або хімічні, фосфорні	44,62	-	10,97	-	6,66	-
3104 Добрива мінеральні або хімічні, калійні	99,13	0,94	26,27	0,42	40,71	0,24
3105 Добрива мінеральні або хімічні із вмістом двох чи трьох поживних елементів: азоту, фосфору та калію; інші добрива; товари цієї групи у таблетках чи аналогічних формах або в упаковках масою брутто не більш як 10 кг:	971,68	4,33	299,38	0,53	362,53	0,96

**Дані за 2024 р. в вивчених нами джерелах відсутні*

Аналіз даних показує значну перевагу обсягів імпорту мінеральних добрив над експортом.

Як видно з табл. 2 в 2022 році суттєво знизились обсяги мінеральних добрив по всім товарним позиціям. Припинився експорт мінеральних добрив товарів позиції 3103 «Добрива мінеральні або хімічні, фосфорні».

Мізерно малі обсяги становлять експорт мінеральних добрив або хімічних, калійних – від 0,94 млн дол. США до 0,24.

Найбільші обсяги імпорту займають добрива за кодом 3105 «Добрива мінеральні або хімічні із вмістом двох чи трьох поживних елементів: азоту, фосфору та калію; інші добрива; товари цієї групи у таблетках чи аналогічних формах або в упаковках масою брутто не більш як 10 кг:», хоча, необхідно відзначити, що в порівняні з 2021 р. їх обсяг знизився від 2741, 68 до 362,53 млн дол. США в 2023 р.

Взагалі, слід відзначити, що з 2022 року зафіксовано помітний спад внесення мінеральних добрив. Однак інтенсивність їх застосування на одиницю площі є ще на порівняно високому рівні – в середньому близько 100 кг/га. Також багато аграрних підприємств, незважаючи на високу ціну, й далі вносять понад 100 кг мінеральних добрив на 1 га, що забезпечує прийнятний для покриття виробничих витрат рівень урожайності (рис. 2) [3].

Значне зростання імпорту комплексних добрив стало результатом покращення логістики, наближення сезону внесення та стабілізації ринку комплексних добрив [7].

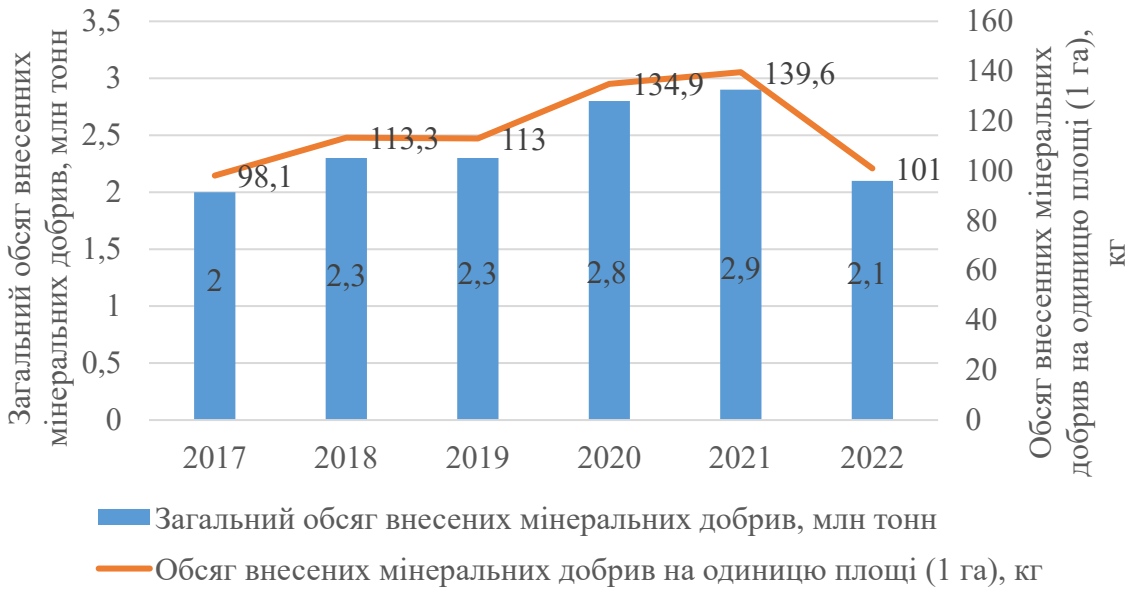


Рисунок 2 – Обсяг внесених мінеральних добрив

Компанії імпортерів основних видів добрив в Україні наведені в табл. 3 [8].

Таблиця 3 – Основні компанії імпортери мінеральних добрив в Україні

Назва добрив	Компанії імпортерів
Калійні добрива	ТОВ Санагро Україна, Крафт Мінерал, ТОВ Біоферт, ПП Захід, Каспіт Трейд, ТОВ Торг Дніпро Трейд, ТОВ Зерновик-юг, ТОВ ТД Агрохімпром, ТОВ Агросем, ТОВ Квадрат-НВК, ТОВ Торговий Дім Вестхім, ТОВ Терратарса
Азотні добрива	Каспід Трейд, Добрива Волині, ТОВ Полігран-трейд, ТОВ Санагро Україні, ТОВ Агросем, ТОВ Хімпром ЛТД, ТОВ Захід, ТОВ Фірма Ерідон, ТОВ Белор Україна
NP добрива	ТОВ Тімак Агро Україна, ТОВ Укрмінхім, ПП Захід, ТОВ Тігос-ВКФ, ТОВ Хімагро, ТОВ Нейрон ТД, ТОВ Макош Мінерал, ТОВ Агрохімресурс, ТОВ Фрі-Систем
NPK добрива	ТОВ Агросем, ТОВ Елемент-Холдинг, ТОВ Арта-хімгруп, ТОВ Агропартнер, Крафт Мінерал, ТОВ Агроресурс-А, ТОВ Органік-грейн, Добрива Волині, ТОВ Санагро Україна.
Фосфорно-калійні добрива	ТОВ Сиейти, Тов Сервіс-агрозахід, ТОВ Аграрна палітра, ТОВ Агроресурс-А, ТОВ Порт Формат, Гранд-микс, ТОВ ТО-Прометей агро

Висновки і перспективи подальших досліджень. Згідно з даними Міжнародної асоціації виробників мінеральних добрив (IFA) глобальний ринок добрив може скоротитися. Негативними тенденціями на ринку є слабкі перспективи глобальної економіки, нерівномірний попит на мінеральні добрива, висхідна конкуренція в галузі, нестабільні ціни на енергоресурси.

Але попри економічні зміни, світова структура споживання добрив за видами залишається стабільною: 61 % припадає на азотні, 24 % – на фосфорні, 15 % – на калійні.

Варто зазначити, що понад 50 % світового попиту на добрива припадає на Китай, Індію, США і Бразилію, які в основному і визначають динаміку розвитку світового ринку добрив.

Основним фактором впливу на український ринок мінеральних добрив є високі ціни на енергоносії.

В подальшому аналіз ринку в Україні повинен здійснюватися в контексті динаміки світового ринку та цін на енергоносії в країні.

Список використаних джерел:

1. Виробництво мінеральних добрив в 2023 році. URL: https://superagronom.com/news/18220-u-2023-rotsi-virbnitstvo-ukrayinskih-dobriv-zroslo-na-81

2. Волошин М.Д., Черненко Я.М., Іванченко А.В., Олійник М.А. Технологія неорганічних речовин. Ч. 3. Мінеральні добрива : навч. посіб. Дніпродзержинськ : ДДТУ, 2016. 354 с.

3. Гамаюнова В.В. Сучасні підходи до застосування мінеральних добрив за збереження грунтової родючості в умовах зміни клімату. URL: https://sciencehorizon.com.ua/uk/journals/2-87-2020/suchasni-pidkhodi-do-zastosuvannya-minyeralnikh-dobriv-za-zbyeryezhyennya-gruntovoyi-rodyuchosti-v-umovakh-zmini-klimatu

4. Мінеральні добрива: класифікація, властивості, застосування. *Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*. Івано-Франківськ, 2018. 80 с.

5. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: http://sfs.gov.ua

6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

7. Ринок комплексних добрив України зростає високими темпами. URL: https://agroportal.ua/news/ukraina/rinok-kompleksnih-dobriv-ukrajini-zrostaye-visokimi-tempami

8. Ринок комплексних добрив демонструє неймовірне зростання. URL: https://infoindustria.com.ua/rynok-kompleksnyh-dobryv-demonstruye-nejmovirne-zrostannya/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=rynok-kompleksnyh-dobryv-demonstruye-nejmovirne-zrostannya

9. Фізичні властивості мінеральних добрив та їх вплив на внесення. URL: https://makosh-group.com.ua/blog/fizychni-vlastyvosti-mineralnykh-dobryv-ta-yikh-vplyv-na-vnesennya/

УДК 339.5

Тернова А. С., кандидат технічних наук, доцент
ORCID http://orcid.org/0000-0002-7447-137X
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В статті проаналізовано показники зовнішньоторговельної діяльності Вінницької області. Відзначено, що однією з проблем українського експорту в цілому і Вінницького зокрема є те, що значна частка в його структурі представлена сировиною та напівфабрикатами, тобто продукцією з низькою доданою вартістю. Розглянуто зовнішньоторговельні зв'язки Вінницької області з країнами ЄС, розширення співпраці з якими є особливо корисним і актуальним.

Ключові слова: *зовнішньоторговельна діяльність, експорт товарів, імпорт товарів, структура експорту, структура імпорту.*

Постановка проблеми. Україна визначила євроінтеграцію, як шлях до свого подальшого розвитку. Саме тому поглиблення торговельних зв'язків з країнами ЄС є вкрай важливим для нашої держави. Добробут країни забезпечується її регіональними економіками. Розвиток зовнішньоторговельних

зв’язків Вінницького регіону з країнами ЄС не лише дасть можливість збільшити наповнення бюджету, а й позитивно вплине на якість та конкурентоспроможність продукції, сприятиме розвитку підприємництва в цілому. Навіть в умовах воєнного стану Вінницька область не лише утримує обсяги виробництва продукції, які задовольняють її потреби, забезпечує продукцією інші регіони держави, а й нарощує експорт, зокрема до Європейського Союзу. Зовнішньоекономічна діяльність області, зокрема її експортний потенціал, залежить від виробничих можливостей регіону, його спрямованості та перспектив зростання. Таким чином, аналіз виробничого потенціалу Вінницької області дасть змогу розкрити перспективи в зовнішньоекономічній діяльності.

В умовах війни та післявоєнної відбудови важливо зосередити увагу на особливостях регіонів України, максимально ефективно використати ресурси кожного регіону та спрямувати зусилля на розвиток тих галузей, які дадуть найбільший прогрес регіону та України в цілому. Саме тому розгляд стану економіки Вінницької області не лише дозволить скоригувати зусилля на підвищення ефективності її функціонування, а й дасть можливість прогнозувати перспективи розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З початком повномасштабної агресії рф на територію України відбулися значні зміни в зовнішньоекономічній діяльності нашої країни. У зв’язку з цим питання розвитку зовнішньоторговельних зв’язків України вивчало багато вітчизняних вчених, А. Мазаракі, Т. Мельник [1]; Н. Г. Міценко, Б. І. Кабаці, А. О. Федоренко [2]; Т. Батракова, С. Фоменко [3]; Н. І. Дуляба, В. П. Далик [4]; Т. Мельник, Ю. Туніцька [5]; О. Шайда, В. Косовська, С. Шайда [6]; О. Тоцька [7]; О.М. Соколовська [8] та інші.

Наразі відбуваються швидкі зміни в економічній діяльності регіонів. Ті з них, які не зазнали окупації, повинні не лише спрямувати свою виробничу діяльність на забезпечення власних потреб, а й зосередити увагу на нарощуванні виробництва продукції для підтримки інших регіонів країни та збільшення ВВП

держави. Саме тому дослідження особливостей зовнішньоторговельної діяльності Вінницької області дасть змогу окреслити перспективи регіону в цьому напрямку, допоможе зосередити увагу на тих можливостях, які має регіон.

Метою статті є визначення особливостей зовнішньої торгівлі Вінницької області та перспектив її розвитку з урахуванням спрямованості регіону.

Виклад основного матеріалу. Експорт виступає ключовим чинником формування ВВП, зростання сукупного попиту та показників соціально-економічного розвитку. Стабільно високі показники експорту регіону свідчать про його рівень конкурентоспроможності, стабільність економічної ситуації. Експортна діяльність відображає рівень забезпеченості необхідними ресурсами та спроможність ефективно їх використовувати.

Зовнішня торгівля Вінницької області характеризується зростанням експорту та позитивним сальдо зовнішньоторговельного обороту (табл. 1).

Таблиця 2 – Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі товарами Вінницької області [9]

Період	Експорт			Імпорт			Сальдо, млн дол. США
	Обсяг, млн дол. США	у % до попередн. року	у % до загального обсягу	Обсяг, млн дол. США	у % до попередн. року	у % до загального обсягу	
2020	1377,8	94,7	2,8	554,5	87,8	1,0	823,3
2021	1309,3	95,0	1,9	699,1	126,1	1,0	610,2
2022	1600,5	122,2	3,6	622,8	89,1	1,1	977,7
2023	1698, 9	106,1	4,7	899,7	144,5	1,4	1554,4
9 місяців 2024	1481,1	116,3	4,8	619,8	91,1	1,2	861,3

Якщо розглянути динаміку експорту з Вінницької області, то видно, що протягом 2020-2024 рр. обсяги експорту зростали. Щодо імпорту, то чіткої динаміки не спостерігається. Проте, Вінницька область упродовж вказаного періоду експортувала товарів більше, ніж імпортувала, на що вказує позитивне сальдо зовнішньої торгівлі області. Суб'єктами господарювання області за 9 місяців 2024 р. експортовано товарів майже у 2,4 рази більше, ніж імпортовано [10].

Підприємства Вінниччини активно здійснюють зовнішньоторговельні операції. Так, у 2020 р. було встановлено зв'язки із 145 країнами світу, у 2021– із 135, у 2023 – 142. При цьому у 2023 р. найбільше товарів експортувалося до Польщі – 107.3 млн дол. США (20,3 % від усього обсягу експорту), Іспанії –

87,8 млн дол. США (8.7 %), Саудівської Аравії – 76.4 млн дол. США (7,6 %), Нідерландів – 70.8 млн дол. США (4,5 %), Тунісу – 70.3 млн дол. США (4,1 %), Туреччини – 59.7 млн дол. США (3,4 %), Китаю – 48,5 млн дол. США (7,4 %), Єгипту –38,8 млн дол. США (3,8 %), Угорщини – 32,4 млн дол. США (3,4 %), Іраку – 31.7 млн дол. США (3,2 %). Крім того, значна частка в експорті припадає на Румунію – 30.7 млн дол. США, Угорщину, Казахстан [10].

Найбільші поставки імпортних товарів здійснювались з Китаю – 67,6 млн дол. США (17,8 %), Польщі – 63.8 млн дол. США (11,2 %), США – 37,2 млн дол. США (10,6 %), Німеччини – 37 млн дол. США (9,6 %), Туреччини – 24,3 млн дол. США (7,5 %), Греції – 17,9 млн дол. США (5,2 %) та Румунії – 17,1 млн дол. США (5,5 %). Значну частку в обсягах імпорту мають Італія, Сербія, Алжир, Франція.

У загальній товарній структурі експорту Вінницької області протягом 2022-2024 рр. основна частка припадає на харчові продукти та продовольчу сировину. Тільки ці позиції дають майже 90 % всього обсягу експорту. Така тенденція спостерігається протягом всього досліджуваного періоду (табл. 2).

Таблиця 2 – Динаміка товарної структури експорту Вінницької області [9]

Товарна група	2022			2023			9 місяців 2024		
	Обсяг, млн дол. США	у % до 2021р.	у % до загального обсягу	Обсяг, млн дол. США	у % до 2022 р.	у % до загального обсягу	Обсяг, млн дол. США	у % до 9 місяців 2023 р.	у % до загального обсягу
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Усього	1600,5	122,2	100	1698,9	106.1	100	1481,0	116,3	100
Живі тварини; продукти тваринного походження	258,8	308,0	16,2	139,3	53,8	8,2	407,9	330,9	27,5
Продукти рослинного походження	550,9	112,5	34,4	554,2	100,6	32,6	465,9	119,0	31,5
Жири та олії тваринного або рослинного походження	324,8	165,6	20,3	509,4	156,7	30,0	215,4	54,0	14,6
Готові харчові продукти	183,3	119,5	11,5	288,5	157,3	17,0	204,2	104,9	13,8
Мінеральні продукти	17,5	51,9	1,1	14,1	80,4	0,8	12,7	129,1	0,9
Продукція	21,8	66,6	1,4	19,6	89,8	1,2	11,0	69,6	0,7

хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості									
Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	7,1	126,2	0,4	4,8	68,4	0,3	4,6	116,1	0,3
Шкури необроблені, шкіра вичищена	0,7	40,7	0	0,5	77,8	0	0,6	144,8	0
Деревина і вироби з деревини	125,2	89,3	7,8	95,4	76,2	5,6	75,9	100,4	5,1
Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	1,1	74,0	0,1	1,0	88,6	0,1	1,0	128,8	0,1
Текстильні матеріали та текстильні вироби	19,3	124,4	1,2	1,6	8,5	0,1	14,0	975,5	0,9
Взуття, головні убори, парасольки	0,2	138,7	0	0,2	68,7	0	0,1	71,0	0
Вироби з каменю, гіпсу, цементу	1,2	86,3	0,1	2,1	176,8	0,1	0,6	31,9	0
Перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорого-цінне каміння	0,5	65,4	0	0,3	62,2	0	0,7	258,0	0
Недорогоцін-ні метали та вироби з них	17,703 .2	60,0	1,1	15,0	84,5	0,9	11,3	94,0	0,8
Машини, обладнання та механізми; електротех-нічне обладнання	54,678 .9	51,5	3,4	37,3	68,2	2,2	43,1	137,3	2,9
Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	1,036. 5	63,6	0,1	0,7	64,7	0	0,6	118,3	0

Прилади і апарати оптичні, фотографічні	2,2	131,1	0,1	0,6	28,8	0	0,5	79,7	0
Різні промислові товари	11,8	90,5	0,7	14,5	12,.4	0,.9	10,7	110,4	0,7

Аналіз товарної структури імпорту Вінницької області показав, що основні позиції займають мінеральні продукти; продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості; машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання; засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби; полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них – на ці товари припадає 73,7 % у структурі імпорту (табл. 3).

Таблиця 3 – Динаміка товарної структури імпорту Вінницької області [9]

Товарна група	Рік								
	2022			2023			9 місяців 2024		
	Обсяг, млн дол. США	у % до 2021р.	у % до загаль-ного обсягу	Обсяг, млн дол. США	у % до 2022 р.	у % до загаль-ного обсягу	Обсяг, млн дол. США	у % до 9 місяців 2023 р.	у % до загаль ного обсягу
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Усього	622,8	89,1	100	899,7	144,5	100	619,8	91,1	100
Живі тварини; продукти тваринного походження	3,5	153,1	0,6	2,9	82,5	0,3	4,8	227,3	0,8
Продукти рослинного походження	17,8	130,8	2,9	15,0	84,2	1,7	13,5	114,5	2,2
Жири та олії тваринного або рослинного походження	2,3	71,0	0,4	0,8	33,9	0,1	0,6	97,0	0,1
Готові харчові продукти	37,7	129,3	6,1	31,6	83,8	3,5	23,2	102,4	3,7
Мінеральні продукти	46,1	293,0	7,4	153,9	333,6	17,1	8,6	68,5	13,8
Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	109,2	90,5	17,5	153,7	140,8	17,1	114,9	93,2	18,5

Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	42,3	77,1	6,8	78,4	185,3	8,7	37,9	88,1	6,1
Шкури необроблені, шкіра вичищена	0,4	58,4	0,1	0,5	119,6	0,1	0,6	165,7	0,1
Деревина і вироби з деревини	36,7	78,7	5,9	33,8	92,2	3,8	27,2	104,9	4,4
Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	12,4	86,5	2,0	11,5	92,7	1,3	10,2	114,4	1,6
Текстильні матеріали та текстильні вироби	25,3	103,2	4,1	44,4	175,	4,9	13,7	34,5	2,2
Взуття, головні убори, парасольки	2,7	80,0	0,4	6,4	236,3	0,7	3,1	58,9	0,5
Вироби з каменю, гіпсу, цементу	4,9	53,2	0,8	10,7	220,2	1,2	7,6	85,8	1,2
Перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорого-цінне каміння	0,4	111,1	0,1	1,5	395,4	0,2	0,7	76,1	0,1
Недорогоцінні метали та вироби з них	36,2	54,0	5,8	46,9	129.4	5,2	39,0	105,7	6,3
Машини, обладнання та механізми; електротехніч-не обладнання	109,8	63,7	17,6	142,3	129,6	15,8	138,1	132,3	22,3
Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	117,2	120,7	18,8	134,7	115,0	15.0	87,2	87,9	14,1
Прилади і апарати оптичні, фотографічні	10,7	65,3	1,7	23,2	217,4	2.6	6,1	38,5	1,0

Товари, придбані в портах	0,01	103,8	0	0,04	92,1	0	0,03	101,4	0
Різне	0,6	73,3	0,1	7,3	112,9	0.8	5,7	105,1	0,9

Вагома частка імпорту припадає також на недорогоцінні метали та вироби з них, полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них, деревину й вироби з деревини, продукти рослинного походження.

Отже, продукція Вінницької області зарекомендувала себе конкурентоспроможною на міжнародному ринку, про що свідчить позитивна динаміка встановлення підприємствами активних зовнішньоторговельних зв'язків, а також зростання експорту. Проте, варто зазначити, що вагома частка в структурі експорту належить сировині та товарам з низькою доданою вартістю.

Розглядаючи торговельно-економічні відносини Вінницької області з країнами ЄС, можна констатувати, що ці зв'язки поглиблюються з кожним роком (табл. 4).

Таблиця 4 – Динаміка зовнішньої торгівлі товарами Вінницької області з країнами ЄС [9]

Рік	Експорт		Імпорт		Сальдо
	Обсяг, млн дол. США	у % до попереднього року	Обсяг, млн дол. США	у % до попереднього року	
1	2	3	4	5	6
2017	445,4	137,5	211,4	139,0	234,0
2018	499,1	112,1	270,5	127,9	228,6
2019	542,9	108,8	309,0	114,2	233,9
2020	546,1	100,6	295,0	95,4	251,1
2021	538,2	98,6	378,9	131,2	159,3
2022	963,6	179,1	348,6	92,0	615,0
2023	974,6	101,1	464,1	133,2	510,4
9 місяців 2024	692,1	95,6	330,5	93,1	361,6

Для порівняння ми розглянули динаміку зовнішньої торгівлі товарами Вінницької області з країнами ЄС протягом п'яти довоєнних років. В порівнянні з цим періодом у 2022-2024 рр. показники експорту товарів не зменшились. Сальдо залишилось позитивним і навіть значно зросло, що свідчить про високу конкурентоспроможність вінницьких товарів на європейському ринку.

В структурі експорту області переважають продукти харчування та продовольча сировина, хоча вагоме місце займають і машини та механізми, електротехнічне обладнання (табл. 5).

Таблиця 5 – Структура зовнішньої торгівлі товарами Вінницької області з країнами ЄС у 2023 році [9]

Експорт		Імпорт	
Товарна група	млн дол. США	Товарна група	млн дол. США
Продукти рослинного походження	141,9	Машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання	112,1
Деревина і вироби з деревини	107,3	Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	75,6
Жири та олії тваринного або рослинного походження	84,6	Засоби наземного транспорту, крім залізничного	48,6
Машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання	79,3	Деревина і вироби з деревини	31,8
Готові харчові продукти	58,2	Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	29,3
Текстильні матеріали та текстильні вироби	15,2	Недорогоцінні метали та вироби з них	22,1
Живі тварини, продукти тваринного походження	14,9	Готові харчові продукти	18,2
Різні промислові товари	10,7	Маса з деревини бо інших волокнистих целюлозних матеріалів	11,9
Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	9,8	Текстильні матеріали та текстильні вироби	11,8

Варто відмітити, що у загальній структурі зовнішньої торгівлі з країнами ЄС більш як 90 % належить товарам і лише 10 % – послугам.

Для успішної співпраці вітчизняних підприємств з країнами ЄС необхідно здійснити: модернізацію обладнання підприємств; гармонізацію стандартів продукції з вимогами європейських країн; виробництво інноваційної продукції, здатної зацікавити європейських споживачів. Однією з проблем українського експорту в цілому і вінницького зокрема є те, що значна частка в його структурі представлена сировиною та напівфабрикатами, тобто продукцією з низькою доданою вартістю. З поглибленням інтеграції України в економіку ЄС малий і середній бізнес отримають додатковий стимул для свого розвитку, а, отже, зростатиме частка продукції з високою доданою вартістю.

Відтак важливим завданням для області, та й усієї країни в цілому, є розвиток галузей, що виробляють продукцію з високою доданою вартістю. Реалізувати це завдання можна через створення промислових (індустріальних) парків, які відіграють важливу роль у створенні нових робочих місць, впровадженню інновацій, сприяють залученню інвестицій, зміцненню економіки регіону.

На Вінниччині в індустріальних парках вагоме місце займає переробна промисловість, переробка сільськогосподарської продукції. Це забезпечує якісне зростання валового регіонального продукту, а також ринки збуту для сільгоспвиробників. Так, у Вінниці наразі функціонують чотири індустріальні парки.

Вінницький індустріальний парк (загальною площею 35,7 га), концепцією якого є створення єдиного в Україні центра синергії проривних технологій в сфері агро- і харчової промисловості. Він є центром генерації ідей з розробки нових типів продуктів харчування та організації серійного виробництва, продукція якого буде гідно конкурувати на українському, європейському та світовому ринках.

Індустріальний парк «Вінницький кластер холодильного машинобудування» (19,3 га). Метою створення є забезпечення економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності території міста, створення нових робочих місць та виготовлення конкурентоспроможної продукції. Його концепція передбачає створення повноцінного комплексу з виробництва холодильного обладнання.

Індустріальний парк «Вінтер Спорт» (25 га). Основне призначення цього парку є виробництво товарів для зимових видів спорту та обладнання для підводного плавання, а також інших комплектуючих.

Індустріальний парк «ВінІндастрі» (13,1 га). На його території працюють підприємства переробної промисловості. До парку залучені компанії з новітніми технологіями переробки, підприємства, що працюють у сферах переробки відходів, інформації і електронних комунікацій, науково-технічної діяльності. Основна мета – розвиток виробництв з високим рівнем доданої вартості та створення нових робочих місць з високим рівнем заробітної плати.

П’ятим індустріальним парком має стати «Інтеграл». Його загальна площа буде становити майже 18 га. За умови сприятливої безпекової ситуації, першу промислову продукцію індустріальний парк почне виробляти у 2025 р., і планово вийде на повну потужність у 2030 р. За прогнозом, на той момент в парку буде створено 930 робочих місць. Територія індустріального парку розподілена на наступні сфери діяльності: переробна промисловість (12,908 га), науково-технічна діяльність (0,5 га), діяльність у сфері інформації та електронних комунікацій (0,5 га), інше та логістика (4 га). Діяльність індустріального парку не лише дасть можливість подальшого розвитку переробки продукції із залученням інноваційних технологій, а й активізує супутню інфраструктуру [11].

Загалом, розвиток індустріальних парків дасть можливість вирішити низку завдань, як-от:

розвиток середнього та малого підприємництва через створення нових підприємств;

створення сучасних, екологічно чистих промислових підприємств;

впровадження новітніх інноваційних рішень у виробництві продукції;

впровадження енергозберігаючих технологій;

насичення ринку конкурентоспроможною продукцією вітчизняного виробництва;

збільшення експортного потенціалу місцевих підприємств.

Таким чином, індустріальні парки мають стати каталізаторами економічного зростання на регіональному рівні, створюючи умови для розвитку підприємництва.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Аналіз структури експорту та імпорту Вінницької області свідчить, що область спеціалізується на виробництві та реалізації продовольчої сировини та харчових продуктів. Досвід та ресурси області дозволяють не лише нарощувати виробництво сільськогосподарської продукції, але й розширювати її асортимент. Так, важливо звернути увагу на вирощування «нішевих» культур та органічної продукції, які дедалі більше користуються попитом не лише в Україні та в країнах ЄС, а й у світі в цілому. Для цього слід розробити механізми залучення інвестицій у

реконструкцію існуючих та створення нових підприємств з переробки та зберігання продукції, виробництва напівфабрикатів та готових харчових продуктів. Це не лише надасть підтримку малому та середньому бізнесу, а й допоможе збільшити в структурі експорту частки товарів з високою доданою вартістю, що, своєю чергою, дозволить Україні перейти від експорту сировини до виробництва високоякісної та безпечної продукції. В перспективі суб'єкти господарювання, що виробляють таку продукцію, можуть залучатися до участі в міжнародних проектах та створювати спільні підприємства.

Створення сучасних індустріальних парків сприятиме розвитку підприємств, які відповідають європейській промисловій політиці щодо автоматизації процесів, енерго- та ресурсоефективності, екологічності виробництва, впровадження принципів сталого розвитку, та ін. Все це дасть можливість випускати продукцію, сертифіковану за європейськими стандартами, бути долученими до глобальних ланцюгів створення доданої вартості, налагоджувати співробітництво з європейськими партнерами. Отже, зростуть можливості регіону у виробництві та експорті товарів з високою доданою вартістю. Таким чином, визначення особливостей зовнішньої торгівлі Вінницької області та перспектив її розвитку з урахуванням економічної спрямованості регіону, його специфіки дає можливість окреслити перспективні напрямки розвитку.

Список використаних джерел:

1. Мазаракі А., Мельник Т., Світове господарство: виклики російсько-української війни. *Scientia Fructuosa.* 2022. Т. 143. № 3. С. 4-35. DOI: https://doi.org/10.31617/visnik.knute.2022(143)01

2. Міценко Н.Г., Кабаці Б.І., Федоренко А.О. Залежність економіки України від зовнішньої торгівлі: тенденції зміни індикаторів. *Економічні науки*. 2021. № 62. С. 12-21.

3. Батракова Т., Фоменко С. Сучасний стан зовнішньої торгівлі України в умовах економічної нестабільності. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 4 (04). С. 56-62. DOI: https://doi.org/10.32782/dees.4-10

4. Дуляба Н.І., Далик В.П. Розвиток зовнішньої торгівлі України в умовах глобальної нестабільності. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.11.82

5. Мельник Т., Туніцька Ю. Зовнішньоторговельні зв'язки України та Польщі: 2022–2024. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Економічні науки.* 2024. № 5. С. 4-24. DOI: https://doi.org/10.31617/3.2024(136)01

6. Шайда О., Косовська В., Шайда С. Особливості зовнішньоторговельної співпраці України та Німеччини. *Економіка та суспільство.* 2022. № 46. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-46-70

7. Тоцька О. Зовнішня торгівля товарами України з Польщею, Румунією, Словаччиною та Молдовою: аналіз і прогнозування. *Економічний часопис Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки.* 2022. № 2 (30). С. 90-98. DOI: https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-90-98

8. Соколовська О. М. Проблеми зовнішньої торгівлі України та її регіонів у контексті світової кризи. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 1 (38). С. 97-102.

9. Головне управління статистики у Вінницькій області. URL: https://www.vn.ukrstat.gov.ua/

10. Бараболя Ю. Вінниччина наростила експорт: яку продукцію відправляли за кордон та до яких країн. 2024. 25 серпня. URL: https://suspilne.media/vinnytsia/819079-vinniccina-narostila-eksport-aku-produkciu-vidpravlali-za-kordon-ta-do-akih-krain/

11. Індустріальні парки Вінниці. URL: https://surl.li/knnooe

УДК 658.87:004.738.5:005.52](477)

Шарко В. В., доктор економічних наук, професор
ORCID https://orcid.org/0000-0001-5830-8911
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Савіцький А. В., доктор економічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0002-2265-4270
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж
НУ «Львівська політехніка»

Гавенко М. С., доктор філософії
ORCID https://orcid.org/0000-0001-6916-4634
Вінницький кооперативний інститут

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ: ОМНІКАНАЛЬНІСТЬ ТА КАТЕГОРІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

У статті розглянуто сучасні підходи до впровадження омніканального маркетингу в діяльність підприємств роздрібної торгівлі. Проведено аналіз вітчизняних і зарубіжних досліджень щодо ефективності омніканальних стратегій та їх впливу на управління товарними категоріями. Особливу увагу приділено взаємозв'язку між омніканальністю та категорійним менеджментом, який розглядається як важливий інструмент адаптації торговельного підприємства до цифрової трансформації та змін у поведінці споживачів. Обґрунтовано, що ефективна реалізація омніканального підходу дозволяє інтегрувати всі канали комунікації та продажів у єдину систему, забезпечуючи безперешкодний клієнтський досвід і підвищуючи загальну результативність бізнесу. Запропоновано механізм управління, який передбачає синергію між маркетингом, логістикою, IT-системами та обслуговуванням клієнтів.

***Ключові слова**: омніканальний маркетинг, категорійний менеджмент, роздрібна торгівля, стратегія, асортимент, клієнтський досвід, цифрова трансформація, підприємство*

Постановка проблеми. Починаючи з середини XX століття, спостерігаються суттєві зміни у сфері торгівлі через прискорення бізнес-процесів. Відбуваються структурні трансформації в діяльності підприємств, з'являються нові формати роздрібної торгівлі, розгортається процес глобалізації економіки, активно впроваджуються новітні інформаційні технології в усіх галузях національної економіки, в результаті чого зростають очікування та вимоги споживачів.

У контексті загострення конкуренції, зумовленої виходом на ринок нових учасників, а також змін у соціально-економічному середовищі, які спричинені війною в країні, виникає необхідність у впровадженні принципово нових підходів, які б дозволили підприємствам торгівлі адаптуватися та ефективно функціонувати в умовах нових реалій.

На тлі цих трансформацій активізується використання таких інструментів підвищення продажів, як омніканальність і категорійний менеджмент, а також маркетинг та мерчандайзинг, удосконалюються процеси організації торгівлі, методи планування та прогнозування, оптимізуються системи постачання (зокрема за моделлю «точно в строк») тощо.

Ключовим фактором ефективного розвитку сучасного підприємства роздрібної торгівлі є необхідність діджиталізації бізнес-процесів для регулярного і планомірного управління торговельною діяльністю. При цьому омніканальний підхід передбачає інтеграцію всіх доступних каналів комунікації та продажу в єдину систему, забезпечуючи безперервний і узгоджений досвід для споживачів незалежно від обраного каналу взаємодії, категорійний менеджмент сприяє ефективності формування структури та управління асортиментом товарів підприємства.

Діджиталізація – це стратегічна трансформація, яка змінює логіку функціонування підприємства торгівлі, створює нові цінності та відкриває принципово інші підходи до клієнтів, партнерів і конкурентів (табл. 1) [4].

Таблиця 1 – Критерії діджиталізації бізнес-процесів підприємства торгівлі

Критерій	Діджиталізація
Походження терміна	від англ. *digitalization*
Змістовне наповнення	більш широкий процес трансформації бізнес-моделей, управління та взаємодії
Рівень охоплення	включає організаційну, соціокультурну, економічну та стратегічну площини
Приклади	розробка цифрових бізнес-моделей, застосування штучного інтелекту, платформи CRM
Мета	розвиток інноваційних моделей ведення бізнесу й підвищення цінності для споживача
Роль в управлінні	ревізія та переосмислення процесів з урахуванням цифрової парадигми

Враховуючи вищесказане (табл. 1), діджиталізацію системи взаємодії з клієнтом вважаємо важливим стратегічним напрямом, що забезпечуватиме розвиток торговельного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання ефективного впровадження омніканального маркетингу набуло значної уваги з боку як вітчизняних дослідників (А. Бокий, досліджує бізнес-технології омніканального маркетингу в управлінні підприємством. Зокрема, автор розглядає приклад компанії INTERTOP Ukraine, демонструючи практичне застосування омніканальних стратегій для підвищення ефективності бізнесу [1]; Л. Гриневич та Д. Смотрова досліджують вплив омніканальності на управління товарними категоріями підприємства торгівлі [2]; І. Жалійська досліджує, як категорійний підхід трансформується під впливом цифрових каналів. Автор аналізує трансформацію наукових підходів до омніканального маркетингу, зокрема в контексті цифрової трансформації та змін у поведінці споживачів [3]) так і зарубіжних дослідників (D. Corsten & T. Gruen осліджували координацію ритейлерів і постачальників у багатоканальному середовищі. Зокрема, у статті «Stock-outs cause walkouts» розглядається категорійне управління як спосіб уникнення втрати клієнтів у омніканальних форматах [11]; Y. Kusuda, автор дослідження про цінові та логістичні стратегії в омніканальному ритейлі. У його роботі представлено, як ритейлери можуть оптимізувати прибутковість, адаптуючи ціни та канали доставки відповідно до поведінки споживачів [14]; C. Cicea, C. Marinescu, C. Silviu Banacu Дослідники з Бухарестського

університету економічних досліджень, провели теоретичний аналіз наукової літератури з мультиканального та омніканального ритейлу. Автори ідентифікували ключові напрями та тенденції в цій галузі [9]).

Таким чином, зазначена стаття присвячена розробці комплексної системи оцінки ефективності омніканального маркетингу, яка поєднує кілька ключових показників і дозволяє підприємствам роздрібної торгівлі здійснювати обґрунтоване управління товарними категоріями в умовах швидкої адаптації до змін ринку та поведінки клієнтів.

Мета статті – обґрунтувати ефективність реалізації омніканального підходу дозволяє інтегрувати всі канали комунікації та продажів у єдину систему, забезпечуючи клієнтський досвід і підвищуючи загальну результативність бізнесу. Запропонувати механізм управління, який передбачатиме синергію між маркетингом, логістикою, IT-системами та обслуговуванням клієнтів.

Виклад основного матеріалу. В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій особливої актуальності набуває пошук ефективних підходів до управління асортиментом торговельних мереж. Категорійний менеджмент, який виник як відповідь на потребу в більш ефективному управлінні товарними категоріями, сьогодні перетворився на комплексну систему управління, що охоплює всі аспекти діяльності підприємства торгівлі – від формування асортименту до взаємодії з постачальниками та розвитку програм лояльності [5].

Омніканальність у сфері роздрібної торгівлі являє собою бізнес-підхід, спрямований на забезпечення інтегрованого клієнтського досвіду через численні канали та точки взаємодії. Це передбачає об’єднання різних каналів комунікації та дистрибуції, таких як онлайн-платформи, фізичні магазини, мобільні додатки, соціальні мережі та центри обслуговування клієнтів, в єдину та злагоджену систему. Основні аспекти омніканальності включають послідовний брендинг та обмін повідомленнями, синхронізовані взаємодії з клієнтами та плавні переходи між каналами [16].

Завдяки омніканальному підходу клієнти можуть переглядати товари онлайн, робити покупки через мобільний додаток та забирати або повертати їх у

фізичному магазині, відчуваючи єдину, безперервну взаємодію з брендом. Національна федерація роздрібної торгівлі (NRF) визначає омніканальну стратегію як таку, що забезпечує послідовні, персоналізовані та безперешкодні взаємодії в усіх точках контакту з клієнтом, що призводить до підвищення задоволеності, лояльності та покращення сприйняття бренду. Основний принцип полягає в тому, щоб зосередитися на шляху клієнта та забезпечити послідовний досвід незалежно від використовуваного каналу [16].

Еволюція від багатоканальності до омніканальності є значною. Багатоканальність передбачає присутність на різних каналах, але вони часто функціонують ізольовано. В свою чергу, омніканальність, підкреслює інтеграцію цих каналів для забезпечення єдиного та послідовного клієнтського досвіду. Цей зсув відображає глибше розуміння того, як сучасні споживачі взаємодіють з брендами через різні точки контакту. Споживачі більше не йдуть лінійним шляхом до покупки; вони переключаються між онлайн-дослідженнями, залученням до соціальних мереж та відвідуванням фізичних магазинів. Бізнес, який розглядає кожен канал як окремий, ймовірно, забезпечить фрагментований досвід. Омніканальність визнає цю плинність та прагне створити цілісну подорож, підвищуючи задоволеність та лояльність клієнтів [16].

Категорійний менеджмент в роздрібній торгівлі, згідно з визначенням ECR (Efficient Consumer Response), є процесом управління категоріями як стратегічними бізнес-одиницями, що забезпечує покращені бізнес-результати шляхом зосередження на наданні споживчої цінності [17]. Основна увага приділяється управлінню категоріями як стратегічними бізнес-одиницями для збільшення обсягу бізнесу шляхом підвищення споживчого попиту. Ключові види діяльності включають планування асортименту, розробку асортименту та планування промо-акцій за співпраці роздрібних торговців та постачальників для задоволення потреб споживачів [8].

Стратегічні цілі включають збільшення трафіку, збільшення продажів та збільшення прибутковості для роздрібного продавця. Основний принцип полягає в тому, що категорії визначаються потребами споживачів, а не розділами магазину [15].

Категорійний менеджмент являє собою стратегічний зсув від управління окремими продуктами або брендами до управління групами продуктів, які споживачі сприймають як взаємопов'язані та такі, що задовольняють певну потребу. Цей підхід дозволяє роздрібним торговцям та постачальникам оптимізувати всю категорію, щоб краще обслуговувати споживача та підвищувати загальну ефективність категорії.

Управляючи категорією цілісно, керівництво підприємства торгівлі приймає ефективні рішення щодо асортименту, ціноутворення та промо-акцій, для того щоб максимізувати продажі та задоволеність клієнтів у конкретній сфері потреб.

Вважаємо, що омніканальність і категорійний менеджмент – це різні за природою поняття, однак з практичної точки зору, вони мають низку спільних рис, особливо в контексті сучасного роздрібного бізнесу та управління продажами (рис. 1).

В свою чергу, вони мають на меті покращення споживацького досвіду. Омніканальність забезпечує зручність для клієнта, дозволяючи взаємодіяти з брендом через різні канали (онлайн, офлайн, мобільні додатки, соцмережі тощо) як єдину систему. Тоді, як категорійний менеджмент спрямований організацію формування асортименту так, щоб задовольнити потреби споживача максимально повно та зручно, виходячи з логіки мислення покупця.

Також, обидва підходи ґрунтуються на глибокому аналізі поведінки споживачів їх купівельних звичок, сезонності, ефективності каналів продажу тощо. З точки зору системного підходу до управління продажем в умовах підприємства торгівлі категорійний менеджмент передбачає управління товарами не окремо, а категоріями, що мають логічну або функціональну спільність. Омніканальність при цьому вимагає інтеграції всіх каналів в єдину систему продажів та комунікацій.

Омніканальність та категорійний менеджмент сприяє взаємодії між різними підрозділами (службами, відділами) підприємства – маркетинг, закупівельна діяльність, логістика, IT, обслуговування клієнтів – для реалізації єдиної стратегії.

Рисунок 1 – Особливості функціонування омніканальності та категорійного менеджменту на підприємстві торгівлі

Джерело: розробка авторів

На рис. 2 представлений механізм діючого підприємства торгівлі. Дана структура чітко демонструє канали взаємодії між учасниками торговельного процесу.

Функціональне впровадження як омніканальності, так і категорійного менеджменту сприяє оптимізації асортименту, зменшити витрати, підвищити середній чек і лояльність клієнтів.

Активізація поширення використання мережі Інтернет у веденні сучасного бізнесу та діджиталізація сфери торгівлі посприяли до зростання електронної торгівлі як складової бізнес-портфелю суб'єктів торговельного підприємництва, а також появи можливості впровадження омніканальності у роздрібній торгівлі.

Омніканальність в управлінні торговельним підприємством являє собою бізнес-підхід, спрямований на забезпечення безперешкодного та інтегрованого клієнтського досвіду через численні канали та точки взаємодії [16].

Це передбачає об’єднання різних каналів комунікації та дистрибуції, таких як онлайн-платформи, фізичні магазини, мобільні додатки, соціальні мережі та центри обслуговування клієнтів, в єдину та злагоджену систему.

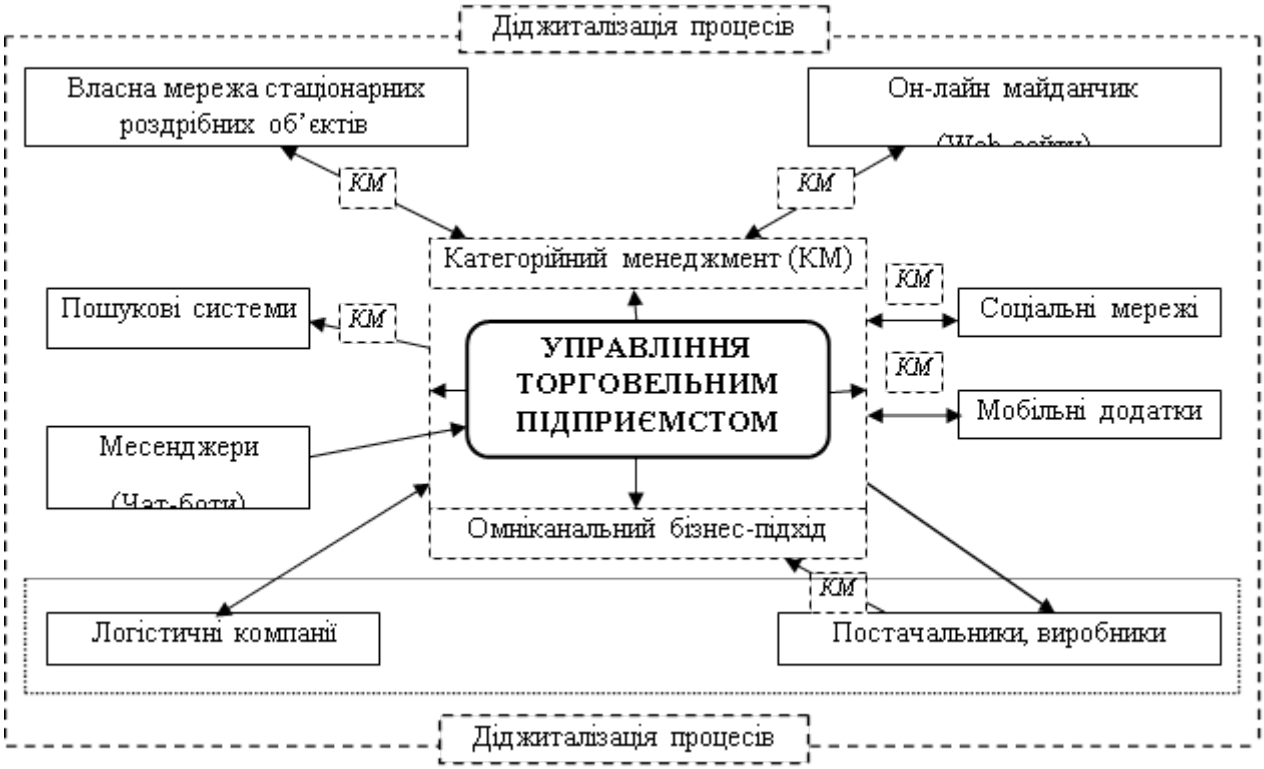


Рисунок 2 – Механізм діджиталізації процесів підприємств торгівлі при омніканальному бізнес-підході та систематизації категорій товарів

Джерело: розробка авторів

Головні аспекти омніканальності включають послідовний брендинг та обмін повідомленнями, синхронізовані взаємодії з клієнтами та плавні переходи між каналами. Завдяки омніканальному підходу клієнти можуть переглядати товари онлайн, робити покупки через мобільний додаток та забирати або повертати їх у фізичному магазині, відчуваючи єдину, безперервну взаємодію з брендом [16].

Важливість омніканальності для сучасного ритейлу полягає в наступному: клієнтський досвід; зростання продажів та витрат; лояльність та утримання клієнтів; збільшення залучення та взаємодії з клієнтами; краще розуміння даних та персоналізації; покращення доступності та зручності; зміцнення ідентичності бренду; отримання конкурентної переваги.

Виходячи з цього, впровадження омніканальної стратегії має значний вплив на процес категорійного менеджменту. Зокрема, на управління асортименту ціноутворення та просування товарів тощо.

Національна федерація роздрібної торгівлі (NRF) визначає омніканальну стратегію як таку, що забезпечує послідовні, персоналізовані та безперешкодні взаємодії в усіх точках контакту з клієнтом, що призводить до підвищення задоволеності, лояльності та покращення сприйняття бренду [13]. Основний принцип полягає в тому, щоб зосередитися на шляху клієнта та забезпечити послідовний досвід незалежно від використовуваного каналу.

Еволюція від багатоканальності до омніканальності є значною. Багатоканальність передбачає присутність на різних каналах, але вони часто функціонують ізольовано. Омніканальність, при цьому підкреслює інтеграцію цих каналів для забезпечення єдиного та послідовного клієнтського досвіду.

Це відображає розуміння того, як сучасні споживачі взаємодіють з брендами через різні точки контакту. Споживачі більше не йдуть лінійним шляхом до покупки; вони переключаються між онлайн-дослідженнями, залученням до соціальних мереж та відвідуванням фізичних магазинів. Бізнес, який розглядає кожен канал як окремий, ймовірно, забезпечить фрагментований досвід. Омніканальність визнає цю плинність та прагне створити цілісну подорож, підвищуючи задоволеність та лояльність клієнтів.

Категорійний менеджмент в роздрібній торгівлі, згідно з визначенням ECR (Efficient Consumer Response), є процесом управління категоріями як стратегічними бізнес-одиницями, що забезпечує покращені бізнес-результати шляхом зосередження на наданні споживчої цінності [17].

Основна увага приділяється управлінню категоріями як стратегічними бізнес-одиницями для збільшення обсягу бізнесу шляхом підвищення споживчого попиту. Ключові види діяльності включають планування асортименту, розробку асортименту та планування промо-акцій за співпраці роздрібних торговців та постачальників для задоволення потреб споживачів. Стратегічні цілі включають збільшення трафіку, збільшення продажів та збільшення прибутковості для роздрібного продавця [7]. Основний принцип полягає в тому, що категорії визначаються потребами споживачів, а не розділами магазину [15].

Впровадження омніканальної стратегії має значний вплив на процес категорійного менеджменту, зокрема на управління асортиментом, ціноутворення та просування товарів.

Управління асортиментом в омніканальному середовищі стає складнішим через необхідність управління асортиментом на численних каналах (онлайн, в магазині, мобільний). Омніканальність вимагає єдиного бачення споживчого попиту в усіх точках контакту. Планування асортименту повинно враховувати ефективність продуктів на різних каналах. Клієнти очікують безперебійного досвіду, тому пропонований асортимент повинен бути узгодженим на всіх каналах. Ефективне управління асортиментом в омніканальному середовищі допомагає оптимізувати рівні запасів, мінімізуючи надлишки та дефіцит [6].

Централізоване управління запасами стає критично важливим. Прийняття рішень щодо асортименту повинно базуватися на даних, отриманих з усіх каналів. Для цього необхідні сучасні технології планування асортименту та інтегровані рішення. Системи управління інформацією про продукти (PIM) допомагають керувати даними про продукти на всіх каналах. Хоча послідовність важлива, омніканальність також дозволяє певною мірою адаптувати асортимент залежно від конкретного каналу та його клієнтської бази. Наприклад, онлайн-канали можуть пропонувати ширший асортимент. Оптимізований асортимент для омніканального середовища може збільшити прибутковість.

Омніканальність змінює управління асортиментом, перетворюючи його з діяльності, орієнтованої на окремі канали, на цілісний, клієнтоорієнтований процес. Роздрібні торговці повинні використовувати дані та інтегровані системи, щоб розуміти попит на всіх точках контакту та забезпечувати узгоджену, але потенційно адаптовану пропозицію товарів. Це вимагає руйнування бар’єрів між онлайн- та офлайн-операціями. Результати порівняння традиційного та омніканального підходів до категорійного менеджменту підприємства торгівлі представимо в табл. 2.

Таблиця 2 – Порівняння традиційного та омніканального підходів до категорійного менеджменту підприємства торгівлі

Критерій порівняння	Традиційний підхід	Омніканальний підхід
Фокус	Продукт та канал	Клієнт
Управління каналами	Роздільне управління кожним каналом	Інтегроване та узгоджене управління всіма каналами
Дані про клієнтів	Обмежені дані, часто розрізнені по каналах	Єдине подання даних про клієнтів з усіх каналів
Управління асортиментом	Канал-специфічні асортименти	Узгоджений асортимент з можливістю адаптації під канал
Ціноутворення	Ціни можуть відрізнятися в залежності від каналу	Прагнення до узгодженості цін між каналами
Просування товарів	Канал-специфічні промо-акції	Інтегровані та персоналізовані промо-акції
Інвентар	Часто розділений по каналах	Централізоване управління інвентарем з видимістю по всіх каналах
Технології	Розрізнені системи для різних каналів	Інтегровані платформи, що забезпечують єдиний досвід

Джерело: систематизовано авторами

У традиційному середовищі роздрібний торговельний об’єкт формує асортимент для фізичного магазину беручи за основу наявну торговельну площу та потенційний попит споживачів, а окремий асортимент – для інтернет-магазину. В омніканальному середовищі потенційний клієнт (покупець, споживач) може переглядати увесь наявний асортимент, що є на інтернет сторінці та відібрати необхідні товари в магазині, а також мати можливість замовити їх для самовивезення.

Ціноутворення в омніканальній стратегії часто передбачає підтримку узгоджених цін на всіх платформах (онлайн та фізичні магазини), що допомагає зміцнити довіру споживачів. Розбіжності в цінах між каналами можуть призвести до розчарування клієнтів. Омніканальність генерує дані, які можуть бути використані для прийняття рішень щодо ціноутворення на основі поведінки клієнтів та чутливості до цін на різних каналах. Необхідно відстежувати ціни конкурентів на всіх їхніх омніканальних платформах. Можливе стратегічне використання динамічного ціноутворення та промо-акцій, специфічних для окремих каналів. Цінові стратегії повинні відповідати можливостям управління запасами та виконання замовлень. Для ефективного омніканального

ціноутворення потрібні надійні роздрібні технології для автоматизації збору даних, аналізу та коригування цін. Деякі бренди можуть використовувати різне ціноутворення на різних платформах залежно від поведінки клієнтів на цих каналах [12].

Омніканальне ціноутворення вимагає делікатного балансу між підтримкою послідовності цін для довіри клієнтів та використанням даних, специфічних для каналів, та конкурентного тиску для оптимізації прибутковості. Менеджери категорій повинні враховувати шлях клієнта та забезпечувати відповідність цін очікуванням на всіх точках контакту. Клієнт, який досліджує товар онлайн, очікує, що ціна буде такою ж, якщо він вирішить придбати його у фізичному магазині. Значні розбіжності в цінах можуть підірвати довіру та призвести до негативного сприйняття бренду. Однак онлайн-магазини можуть мати іншу структуру витрат, що призводить до коливань цін. Менеджери категорій повинні аналізувати дані про те, як клієнти роблять покупки та порівнюють ціни на різних каналах, щоб розробити стратегію ціноутворення, яка буде як конкурентоспроможною, так і прибутковою. Наприклад, роздрібний торговець може пропонувати єдину базову ціну, але використовувати знижки або промо-акції лише в онлайн-магазині, щоб залучити онлайн-покупців або розпродати певні запаси.

Просування товарів в омніканальному контексті стає більш цілеспрямованим та послідовним на всіх каналах завдяки використанню даних про клієнтів для персоналізації пропозицій. Омніканальні промо-акції можуть використовувати унікальні переваги кожного каналу (наприклад, купони в магазині для онлайн-покупок) [10]. Маркетингові кампанії повинні бути скоординовані на всіх каналах. Клієнти хочуть отримувати персоналізовані повідомлення, які розуміють їхні переваги та надходять через зручні для них канали. Ціни та промо-акції відображаються онлайн в режимі реального часу для всіх зацікавлених сторін. Омніканальність дозволяє охоплювати клієнтів відповідними промо-акціями в потрібний час та в потрібному місці. Цифрові платформи роздрібних торговців стають ключовими рекламними каналами. Соціальні мережі перетворюються на торгові платформи з вбудованими функціями оплати та колекціями від інфлюенсерів.

Омніканальність забезпечує більш інтегрований та персоналізований підхід до просування товарів. Завдяки використанню даних про клієнтів та координації кампаній на всіх каналах роздрібні торговці можуть надавати більш релевантні та ефективні промо-акції, покращуючи клієнтський досвід та стимулюючи продажі. Це відхід від ізольованих, специфічних для каналів промо-акцій до єдиної стратегії, орієнтованої на шлях клієнта.

В омніканальному середовищі клієнт може побачити промо-акцію в соціальних мережах, отримати email-нагадування, а потім отримати нагадування про пропозицію, коли він відвідує фізичний магазин через push-повідомлення в мобільному додатку. Цей інтегрований підхід гарантує, що клієнт знає про промо-акцію незалежно від того, як він взаємодіє з брендом, що збільшує ймовірність залучення та покупки.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Діджиталізація включає в себе цифровізацію, але значно її перевищує за обсягом та впливом. Підприємства сфери роздрібної торгівлі орієнтуються здебільшого на те, щоб задовольнити потреби потенційних споживачів, але разом з тим кожне підприємство торгівлі зацікавлене в покращенні сервісу, отриманні прибутку і покращенні свого фінансового стану, розвитку підприємства в цілому та ін. Для того щоб забезпечувати розвиток і отримання прибутку, кожне підприємство розробляє свою стратегію, здійснюють моніторинг певних показників, що вказують на ефективність чи збитковість роботи підприємства.

Для ефективної інтеграції омніканальності та категорійного менеджменту підприємствам торгівлі рекомендуємо:

– інвестувати в уніфіковані технологічні платформи: Впроваджувати системи, що забезпечують єдине бачення даних про клієнтів, запаси та продажі на всіх каналах;

– коригувати організаційні бар’єри: Сприяти співпраці між онлайн- та офлайн-командами для забезпечення послідовного клієнтського досвіду;

– зосередитися на клієнтоорієнтованості: Розробляти стратегії категорій з глибоким розумінням потреб та переваг клієнтів на всіх точках контакту;

– використовувати аналітику даних: Застосовувати дані з усіх каналів для прийняття обґрунтованих рішень щодо асортименту, ціноутворення та просування товарів у межах кожної категорії;

– персоналізувати клієнтський досвід: Використовувати дані та ШІ для надання індивідуальних рекомендацій продуктів та промо-акцій на всіх каналах;

– впроваджувати моделі гібридного шопінгу: Забезпечити безперебійну інтеграцію онлайн-замовлень із самовивезенням та іншими зручними способами;

– надавати пріоритет видимості та ефективності ланцюга постачання: Впроваджувати системи для відстеження запасів у режимі реального часу та оптимізації процесів виконання замовлень на всіх каналах;

– постійно відстежувати та адаптуватися: Регулярно аналізувати ефективність категорій на всіх каналах та адаптувати стратегії до змін у поведінці споживачів та ринкових тенденціях.

Подальші наукові дослідження передбачатимуть систематизацію показників які демонструватимуть ефективність від реалізації омніканальних процесів та управління категоріями товарів вітчизняних підприємств роздрібної торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Бокий А. Бізнес-технологія омніканального маркетингу в управлінні підприємством. *Економіка і організація управління*. 2024. № 1 (53). С. 130-141. DOI: https://doi.org/10.31558/2307-2318.2024.1.14.

2. Гриневич Л., Смотрова Д. Категорійний апарат омніканального маркетингу. *Проблеми сучасних трансформацій. Економіка та управління підприємствами*. 2023. № 9. URL: file:///C:/Users/Vitalii/Downloads/04_17_9_2023_Grynevych_Smotrova.pdf.

3. Жалінська І. Напрями досліджень у сфері омніканальності в управлінні маркетингом: бібліометричний огляд. *Via Economica*. 2024. № 4. С. 87-95. URL: https://doi.org/10.32782/2786-8559/2024-4-12.

4. Міхровська М.С. Діджитизація, діджиталізація, цифрова трансформація: зміст та особливості. *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»*. 2021. № 1. С. 128-130. URL: http://dx.doi.org/10.36074/grail-of-science.19.02.2021.023.

5. Шарко В., Гавенко М., Кривещенко В. Категорійний менеджмент як стратегічний підхід до управління товарним асортиментом. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2025. № 1. С. 17-

25. URL: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-338-2.

6. Assortment Planning and Omni-Channel Merchandising strategy. URL: https://www.davinciretail.com/resources/omni-channel-merchandising-strategy/.

7. Brand and Category Management. URL: https://www.hhs.se/contentassets/c2d762f0b1dc445b852e7cd9adc83090/cfr-course-note-004-lange-and-kaij-2021-category-management.pdf.

8. CFR Teaching Note № 4: Category Management Brand and Category Management 2021. URL: https://www.hhs.se/contentassets/c2d762f0b1dc445b852e7cd9adc83090/cfr-course-note-004-lange-and-kaij-2021-category-management.pdf.

9. Cicea C., Marinescu C., Banacu C.S. Multi-Channel and Omni-Channel Retailing in the Scientific Literature: *A Text Mining Approach. J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res.* 2023, 18, 19-36. URL: https://doi.org/10.3390/

10. From Multi to Omnichannel Retailing – Hypertrade. URL: https://hyper-trade.com/retail-experts/from-multi-to-omnichannel-retailing.

11. Gruen T., Corsten D. Stock-Outs Cause Walkouts. *Harv. Bus. Rev*. 2004. № 82. Pp. 26-27.

12. How to Dominate Retail with Omnichannel Pricing – Intelligence Node. URL: https://www.intelligencenode.com/blog/how-to-dominate-retail-with-omnichannel-pricing/.

13. Insights - NRF '25: Omnichannel and Composability Define Meaningful Experiences. URL: https://www.oneviewcommerce.com/blog/nrf25.

14. Kusuda Y., Price and Fulfillment Strategies in Omnichannel Retailing. *Preprint submitted to Elsevier*. 2021. Pp. 1-12. URL: https://arxiv.org/pdf/2103.07214.

15. Marketing 320-chapter 1 Flashcards – Quizlet. URL: https://quizlet.com/570075223/marketing-320-chapter-1-flash-cards.

16. Omnichannel vs. Multichannel: What's the Difference? – Stibo Systems. URL: https://www.stibosystems.com/blog/omnichannel-vs-multichanne.

17. The drivers of consumer value in the ECR Category, URL: https://www.researchgate.net/publication/228520739_The_drivers_of_consumer_value_in_the_ECR_Category_Management_model.

УДК 339.137.2

Громова О. Є., доктор економічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0003-3326-4742
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ПРОМИСЛОВІ ПІДПРИЄМСТВА: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЗДОБУТТЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Інтеграція в складні міжнародні ланцюжки поставок дає компаніям доступ до ширшого спектру ресурсів, матеріалів і технологій, що може призвести до значного скорочення витрат і підвищення ефективності роботи. Однак, динамічний характер глобальних ринків вимагає від підприємств пильності та адаптації. Оскільки глобальна динаміка швидко змінюється, компанії повинні постійно розвиватися, щоб зберегти свою конкурентну перевагу. Такі стратегії, як розширення на ринки, що розвиваються, дозволяють фірмам диверсифікувати свою клієнтську базу та використовувати нові можливості для зростання. Розробка інноваційних продуктів допомагає виділити бренди та задовольнити різноманітні потреби споживачів у всьому світі. Для української промисловості важливість стратегічної гнучкості стає ще більш помітною через постійну політичну нестабільність і матеріально-технічні труднощі в умовах війни.. Навігація в цьому складному середовищі вимагає глибокого розуміння зовнішньоекономічної діяльності, тенденцій міжнародного ринку та геополітичних подій. Такі знання є життєво важливими для розробки ефективної торговельної політики, сприяння міжнародному партнерству та забезпечення сталого зростання в умовах дедалі більшої конкуренції в глобальній економіці.

***Ключові слова**: маркетинг, маркетингова технологія, стратегія, конкуренція, конкурентні переваги.*

Постановка проблеми. На сучасних взаємопов'язаних глобальних ринках участь у зовнішній торгівлі стала важливою для підтримки та підвищення промислової конкурентоспроможності. Беручи активну участь у міжнародній торгівлі, підприємства можуть відкривати нові шляхи для зростання, диверсифікувати свої ринки та збільшити потоки доходів. Інтеграція в складні міжнародні ланцюжки поставок дає компаніям доступ до ширшого спектру ресурсів, матеріалів і технологій, що може призвести до значного скорочення витрат і підвищення ефективності роботи. Однак, динамічний характер глобальних ринків вимагає від підприємств пильності та адаптації. Оскільки економічні умови коливаються, торговельні бар'єри виникають або зникають, а геополітична напруженість зростає або зменшується, компанії повинні постійно оновлювати та вдосконалювати свої торгові стратегії. Цей проактивний підхід допомагає їм швидко реагувати на непередбачені виклики, забезпечуючи стабільність і стійкість у їхній діяльності. Для української промисловості важливість стратегічної гнучкості стає ще більш помітною через постійну політичну нестабільність і матеріально-технічні труднощі після недавньої війни. Навігація в цьому складному середовищі вимагає глибокого розуміння зовнішньоекономічної діяльності, тенденцій міжнародного ринку та геополітичних подій. Такі знання є життєво важливими для розробки ефективної торговельної політики, сприяння міжнародному партнерству та забезпечення сталого зростання в умовах дедалі більшої конкуренції в глобальній економіці.

Метою статті є аналіз стратегії активізації зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств у сучасних умовах глобальної нестабільності та ринкових трансформацій. У дослідженні розглядаються виклики та можливості для здобуття конкурентних переваг, а також пропонуються рекомендації щодо адаптації до нових умов міжнародної торгівлі. Особлива увага приділяється використанню державної підтримки та впровадженню інноваційних інструментів для зміцнення позицій підприємств на зовнішніх ринках.

Виклад основного матеріалу. Сучасні промислові підприємства, що працюють у міжнародному масштабі, дедалі частіше стикаються з безліччю викликів, які ускладнюють їх глобальну діяльність. Однією з головних проблем є панівна глобальна нестабільність, яка зумовлена складною взаємодією політичних, економічних і соціальних факторів. Така нестабільність часто призводить до непередбачуваних умов торгівлі, що ускладнює компаніям ефективне планування та реалізацію своїх міжнародних стратегій. Наприклад, Дашутіна Л. О. підкреслює, що триваюча нестабільність в Україні значно підвищує ризики для вітчизняних підприємств [2]. Ці ризики включають коливання валют, логістичні збої та регуляторні зміни, які можуть знизити конкурентоспроможність українських фірм, особливо тих, які займаються експортом сировини. Окрім геополітичної нестабільності, від українських компаній вимагається адаптація до жорстких вимог євроінтеграції. Цей процес потребує значних інвестицій у зусилля з модернізації для приведення у відповідність зі стандартами Європейського Союзу щодо якості продукції, захисту навколишнього середовища та процедур сертифікації. Ці вимоги створюють значний тягар, особливо для малих і середніх підприємств, яким часто не вистачає фінансових і технічних ресурсів, необхідних для такої модернізації. Крім того, світовий ринковий ландшафт постійно змінюється, посилення конкуренції з боку країн з нижчими витратами чинить додатковий тиск на вітчизняну промисловість. Компанії повинні долати ці конкурентні виклики, зберігаючи при цьому стандарти якості та відповідності. Щоб досягти успіху серед цих багатогранних перешкод, промислові підприємства повинні розробити стійкі стратегії, які включають управління ризиками, технологічні інновації та гнучку адаптацію до мінливого нормативного середовища. Лише за допомогою таких проактивних заходів вони зможуть підтримувати зростання та залишатися конкурентоспроможними на все більш складному міжнародному ринку.

Як підсумок, продуктивна адаптація до сучасних умов міжнародної торгівлі вимагає від промислових підприємств таких підходів, як: поєднання цифрових

інновацій, державної підтримки, відповідності євроінтеграційним вимогам, розширення ринків збуту та формування стратегічних партнерств дозволяє значно підвищити конкурентоспроможність на світовій арені. Реалізація зазначених напрямів сприятиме не лише розширенню експортного потенціалу, а й зміцненню позицій України як надійного гравця у глобальній економіці.

Сьогодні міжнародні промислові підприємства стикаються з кількома викликами для українських промислових підприємств; нестабільна геополітична ситуація, війна в країні, логістичні бар'єри та висока конкуренція у вигляді транснаціональних компаній. Проте, незважаючи на всі труднощі, з якими стикаються українські компанії, є реальні можливості для зміцнення своїх позицій за кордоном. Однією з найефективніших стратегій на даний момент є активне впровадження цифрових інструментів у зовнішньоекономічній діяльності. Перш за все, це цифровий маркетинг, тобто аналітика великих даних, автоматизовані рекламні кампанії, персоналізований контент у соціальних мережах та маркетинг електронною поштою. Це не тільки дозволяє скоротити витрати на просування, але й дозволяє чітко налаштувати комунікацію для певних сегментів аудиторії в різних країнах. Наприклад, підприємство, яке експортує металеві конструкції, може за допомогою таргетованої реклами в LinkedIn чи Google Ads залучати увагу саме тих бізнес-клієнтів, які працюють у будівельній сфері Європи чи Близького Сходу. Цифрові інструменти також дають змогу швидше реагувати на зміни в ринковому попиті, прогнозувати тренди та коригувати стратегії в реальному часі. Підприємства нерідко зазнають значних збитків унаслідок недостатнього техніко-економічного обґрунтування ефективності зовнішньоекономічної операції, відсутності в ньому оцінок вибору валюти ціни, валюти платежу та інших валютно-фінансових умов угоди [5-6].

Ще одним, не мало важливим, ресурсом у розвиток експортує державна підтримка. В Україні функціонують програми пільгового кредитування, державного страхування експортних ризиків та часткового відшкодування витрат на участь у міжнародних виставках. Через це програмам підприємства здатні модернізувати обладнання, покращити якість продукції, адаптувати її до

вимог інших ринків та отримати доступ до нових партнерських каналів. Наприклад, участь у торгових місіях, організованих державою, дозволяє безпосередньо уявити продукцію потенційним замовникам і вийти великі ринки без надмірних витрат.

Особливий акцент слід зробити на диверсифікації ринків збуту. Залежність від одного чи кількох ринків робить бізнес дуже вразливим логістичні ланцюги. Але саме це може дати підприємствам велику перевагу − зниження конкуренції, підвищення попиту на нішеву продукцію та довгострокові контракти. і нагальна потреба в нинішніх умовах.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Зовнішньоекономічна діяльність промислових підприємств в умовах глобальної нестабільності та трансформацій на ринку стикається з численними викликами. однак підприємства можуть використовувати можливості отримання конкурентних переваг шляхом впровадження інноваційних інструментів, використання державної підтримки та диверсифікації ринків збуту. Це допоможе підприємству адаптуватися до мінливих умов міжнародної торгівлі та зміцнити свої позиції на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Грицюк О. М. Інноваційні інструменти цифрового маркетингу в практиці українських підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Економіка. 2023. Вип. 75(2). С. 158–162.

2. Дашутіна Л. О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств регіонів України в умовах посилення зовнішньої та внутрішньої нестабільності. Науковий вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2022. № 1(93). С. 75–81.

3. Жигалкевич Ж. М., Станіславський О. В. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2019. № 116. С. 45–52.

4. Котиш О. М., Мілько І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 147 с.

5. Громова О. Є. Стратегічне управління конкурентоздатністю підприємства: маркетингові аспекти формування: монографія. Хмельницький: ХНУ, 2020. 384 с.

6. A. Tanasiichuk, O. Hromova, A. Abdullaieva, Y. Holovchuk, K. Sokoliuk Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise. European Journal of Sustainable Development. Rome, Italy. 2019. 8. 3. P. 448–454.

УДК 658.8

Довгань Ю. В., кандидат економічних наук, доцент

ORCID https://orcid.org/0000-0002-0689-7758

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СУТНІСТЬ, ЗМІСТ І РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті узагальнено та систематизовано сучасні наукові підходи до визначення сутності та змісту логістичного менеджменту. Проаналізовані підходи провідних українських і закордонних науковців до тлумачення поняття «логістичний менеджмент». Встановлено, що логістичний менеджмент є інтегрованою системою управління, яка поєднує логістичні й управлінські функції для забезпечення ефективного планування, координації та контролю логістичних потоків. Визначено основну мету та завдання логістичного менеджменту.

Ключові слова: *логістика, менеджмент, логістичний менеджмент, сутність, мета, завдання.*

Постановка проблеми. Логістичний менеджмент є одним із ключових напрямів забезпечення ефективності операційних процесів підприємств у сучасних умовах глобалізації та зростання ринкової конкуренції. Однак у науковій літературі досі немає єдиного підходу до визначення сутності та змісту

поняття «логістичний менеджмент». Різноманітність тлумачень цього поняття серед українських і закордонних учених, а також специфіка його застосування в різних галузях ускладнюють формування цілісної теоретичної основи. Це створює потребу в уточненні концептуальних меж логістичного менеджменту та його ролі в управлінні підприємством, переосмислення змісту логістичного менеджменту для його адаптації до нових економічних реалій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних засад логістичного менеджменту присвятили свої праці такі закордонні науковці, як Donald J. Bowersox, David J. Closs, Douglas M. Lambert, James R. Stock. Вагомий внесок в розбудову теорії та практики логістичного менеджменту зробили такі українські науковці, як Л. Балабанова, А. Кальченко, Є. Крикавський, В. Марченко, М. Окландер, О. Решетнікова, О. Сумець та інші.

Протягом останніх трьох десятиріч увага дослідників до вивчення теоретичних аспектів логістичного менеджменту не зменшується. Зокрема, науковець Міценко Н. Г. обґрунтував необхідність та доцільність застосування логістичного менеджменту для формування та розвитку інтегрованих систем управління підприємствами [1]. Учені Кузьменко А. В. та Пильнєв В. Г. визначили економічну сутність логістичного менеджменту та обґрунтували його основні принципи в умовах сьогодення [2]. Дослідники Багорка М. О., Ільченко Т. В. та Кравець О. В. розкрили сутність логістичного менеджменту, надали характеристики ієрархії управління логістичними процесами на підприємстві, факторів середовища та показників ефективності логістичної системи відповідно до сучасних вимог ведення бізнесу [3]. Автори Янковська В. А., Телепнєва О. С. та Кононов І. О. розглянули та систематизували основні теоретичні підходи науковців до тлумачення сутності логістичного менеджменту [4]. Не зважаючи на наявність вагомого наукового доробку, відсутність єдиного підходу до розуміння сутності та змісту логістичного менеджменту обумовлює необхідність проведення подальших досліджень з даної проблематики.

Метою статті є узагальнення, систематизація та висвітлення існуючого наукового доробку щодо визначення сутності та змісту логістичного менеджменту, його мети та завдань.

Виклад основного матеріалу. В умовах високої динаміки ринкових процесів, глобалізації господарської діяльності та цифрової трансформації бізнесу особливого значення набуває ефективне управління логістичними потоками на всіх рівнях функціонування підприємства. Логістичний менеджмент може стати ключовим інструментом оптимізації ресурсів, забезпечення своєчасності постачання, зниження витрат та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Вчені-економісти ще не дійшли згоди щодо єдиного визначення поняття «логістичний менеджмент». Аналізуючи праці українських та закордонних науковців, можна виокремити низку підходів до визначення сутності логістичного менеджменту. Наведемо деякі з них (табл. 1).

Таблиця 1 – Тлумачення поняття «логістичний менеджмент»

Автор (и)	Тлумачення
Donald J. Bowersox, David J. Closs [5]	Сутність логістичного менеджменту полягає «у створенні й налагодженні таких систем управління потоками матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва і запасів готової продукції, які слугували б опорою для ділової стратегії господарської одиниці»
James R. Stock, Douglas M. Lambert [6]	Логістичний менеджмент є частиною процесу у ланцюзі поставок, протягом якого планується, реалізується і контролюється ефективний і виробничий потік товарів, їх запаси, сервіс та інформація, що пов'язана з ними від джерела зародження до точки споживання з метою задоволення потреб споживача
Крикавський Є.В. [7]	Менеджмент у логістичних системах на засадах теорії логістики, і розуміння цього терміну «ґрунтується на інтеграції логістики та менеджменту у форму логістичного менеджменту, як комплексної локалізованої системи управління матеріальними та інформаційними потоками
Окландер М. А. [8]	Менеджмент логістики підприємства забезпечує наступні функції: формування та розробка системи логістики відповідно до її концептуальних принципів і положень; розробка та реалізація стратегії логістики відповідно до ринкової стратегії підприємства; комплексне управління логістичною системою підприємства з метою раціоналізації потокових процесів; координація взаємопов'язаних функцій управління підприємством; вирішення проблем специфіки та індивідуальності підприємства
Решетнікова О. В., Даниленко В. І., Боровик Т. В. [9]	Логістичний менеджмент – це синтез найважливіших функцій управління в господарських структурах з метою досягнення системних цілей з мінімальними витратами

Тюріна Н. М. [10]	Сутність логістичного менеджменту полягає у формуванні та реалізації системи управління, яка повинна об'єднати послідовність дій управлінського персоналу, відповідних функціональних ланок, логістичних посередників та контрагентів у процесі управління потоками протягом повного логістичного ланцюга «постачання-виробництво-збут» у межах логістичної системи
Пономаренко В. С., Танько К. М., Лепейко Т. І. [11]	Логістичний менеджмент являє собою функцію органів управління спеціалізованих та інтегрованих організаційно-економічних систем з використанням логістичного підходу до доцільного і цілеспрямованого інтегрованого управління сукупністю внутрішніх і зовнішніх потокових процесів у визначених часових і просторових параметрах середовища сукупних виробничо-економічних відносин з метою отримання їх учасниками очікуваних конкурентних переваг і вигод
Міценко Н. Г. [1]	Логістичний менеджмент являє собою систему управління, яка на засадах логістичного підходу об'єднує, координує та оптимізує комплекс логістичних дій управлінського персоналу функціональних ланок інтегрованої системи, а також забезпечує інтеграцію логістичної діяльності підприємств-учасників та інших контрагентів у процесі здійснення та управління потоками на всій довжині логістичного ланцюга «постачання – виробництво – збут» у межах логістичної системи

Науковці розглядають логістичний менеджмент переважно, як систему або інтегруючу функцію управління, яка поєднує логістику та менеджмент, підкреслюють, що логістичний менеджмент є комплексною системою управління, яка інтегрує логістичні та управлінські підходи для координації, оптимізації та раціоналізації матеріальних, інформаційних і фінансових потоків у ланцюзі «постачання – виробництво – збут». Наведені визначення підкреслюють клієнтоорієнтованість, спрямовану на задоволення потреб споживачів через ефективне управління потоками та запасами. Основні аспекти у визначеннях включають інтеграцію діяльності всіх учасників логістичного ланцюга, підтримку ділової стратегії підприємства, оптимізацію потоків для зниження витрат і підвищення продуктивності, а також адаптацію до специфіки ринкових умов. Відмінності у визначеннях стосуються акцентів на стратегічній або операційній ролі, але всі вони підкреслюють системний характер логістичного менеджменту.

Вважаємо, що логістичний менеджмент – це інтегрована система управління, яка забезпечує ефективне планування, координацію та контроль

логістичних потокових процесів для досягнення конкурентних переваг підприємства. Його сутність полягає в об'єднанні логістичних і управлінських функцій для задоволення клієнтських потреб, зниження витрат і підтримки стратегічних цілей. Логістичний менеджмент відіграє ключову роль у підвищенні ефективності ланцюга поставок і адаптації до сучасних ринкових викликів.

Ключовими елементами сутності логістичного менеджменту є:

– Інтеграція та координація (логістичний менеджмент об'єднує та синхронізує діяльність різних функціональних підрозділів підприємства та зовнішніх партнерів для досягнення спільних цілей).

– Управління потоками (логістичний менеджмент зосереджений на ефективному плануванні, організації, контролі та оптимізації руху ресурсів від постачальника до кінцевого споживача).

– Клієнтоорієнтованість (метою логістичного менеджменту є задоволення потреб споживачів шляхом забезпечення високого рівня сервісу, своєчасних поставок та доступної ціни).

– Оптимізація ресурсів та зниження витрат (логістичний менеджмент дозволяє мінімізувати операційні витрати та ефективно використовувати всі видів ресурсів).

– Підтримка ділової стратегії підприємства (логістичний менеджмент є невід'ємною частиною загальної стратегії підприємства, сприяючи досягненню конкурентних переваг та зміцненню ринкових позицій).

Основною метою логістичного менеджменту є забезпечення гармонізації економічних інтересів усіх учасників бізнес-процесів, як прямих, так і непрямих, шляхом оптимального використання доступних ресурсів у сучасних економічних умовах [2]. Логістичний менеджмент забезпечує створення ефективної системи управління, що сприяє гармонізації інтересів усіх учасників підприємницької діяльності через оптимальне використання ресурсів, дозволяє підвищувати ефективність процесів, знижувати витрати та зміцнювати ринкові позиції підприємства.

Виходячи із мети логістичного менеджменту, визначимо основні, з нашої точки зору, завдання логістичного менеджменту, а саме:

– оптимізація логістичних (матеріальних, інформаційних, фінансових, сервісних тощо) потоків у ланцюзі «постачання – виробництво – збут» для зниження витрат і підвищення ефективності;

– інтеграція діяльності управлінського персоналу, функціональних підрозділів, логістичних посередників і контрагентів для узгодження їхніх інтересів;

– забезпечення клієнтоорієнтованості через своєчасну доставку, ефективне управління запасами та якісний сервіс; сучасні споживачі вимагають швидкої доставки товарів, що змушує переосмислити традиційні підходи до логістики, адже вони часто не відповідають сучасним вимогам до оперативності та адаптивності [12];

– розробка та впровадження логістичних стратегій, які підтримують ділову стратегію підприємства та його конкурентоспроможність.

– адаптація логістичної системи до змін ринкового середовища, зокрема цифровізації; в жорстких конкурентних умовах цифровізація дозволяє підприємству автоматизувати багато маркетингових логістичних процесів, зняти з менеджерів рутинні завдання, покращити комунікацію всередині підприємства завдяки структуруванню та впорядкуванню даних, знизити маркетингові логістичні витрати, тобто отримати конкурентні переваги [13].

Логістичний менеджмент є багатогранним поняттям, що об’єднує наукову основу, практичну діяльність і освітній компонент. Кожен із цих елементів відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного управління потоковими процесами підприємства.

Як наука, логістичний менеджмент формує теоретичну базу, що включає концепції, моделі та методи управління ланцюгами поставок, запасами, транспортуванням і інформаційними потоками тощо. Ця складова є фундаментом для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Як практична діяльність, логістичний менеджмент забезпечує реалізацію стратегій і тактичних рішень для координації логістичних потоків. Практичне застосування логістики знижує витрати, підвищує клієнтську задоволеність і зміцнює конкурентні позиції, що є критично важливим для втілення теоретичних напрацювань у реальних бізнес-процесах.

Як освітній компонент, логістичний менеджмент формує професійні компетенції майбутніх фахівців, здатних інтегрувати теоретичні знання з практичними навичками для вирішення практичних логістичних завдань.

В Україні триває пошук шляхів удосконалення системи підготовки та здійснюються спроби обґрунтувати зміст професійних компетенцій та компетенцій менеджерів з логістики та управління ланцюгами поставок шляхом формулювання відповідних стандартів для різних ступенів освіти [14]. Освітні програми мають готувати кадри, які зможуть ефективно управляти ланцюгами поставок, використовуючи сучасні інструменти та технології. Ця складова забезпечує підготовку фахівців, які відповідатимуть вимогам ринку.

Важливість усіх трьох складових полягає в їх взаємодоповнюваності – наука створює теоретичну основу, практика забезпечує її застосування, а освіта формує фахівців для реалізації цих знань. Комплексний розвиток логістичного менеджменту як науки, практики та освіти здатний забезпечити підприємствам високу ефективність, адаптивність і конкурентоспроможність.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Логістичний менеджмент є багатогранним поняттям, що інтегрує наукову основу, практичну діяльність і освітній компонент для ефективного управління потоковими процесами. Він виступає комплексною системою управління, яка координує матеріальні, інформаційні та фінансові потоки в ланцюзі «постачання – виробництво – збут», забезпечуючи клієнтоорієнтованість, зниження витрат і підтримку стратегічних цілей підприємства. Наукова складова формує теоретичну базу, практична діяльність реалізує стратегії, а освіта готує фахівців, здатних вирішувати логістичні завдання. Взаємодія цих складових забезпечує підприємствам ефективність, адаптивність і конкурентоспроможність у сучасних умовах.

Подальші дослідження теоретичних засад логістичного менеджменту, на

нашу думку, мають зосередитися на розробці уніфікованої термінології та методології, що включатиме створення єдиного понятійного апарату і дозволить уникнути розбіжностей у тлумаченні ключових термінів, а також забезпечить більш ефективний обмін знаннями та досвідом у галузі.

Список використаних джерел:

1. Міценко Н. Г. Логістичний менеджмент – інструмент формування та забезпечення ефективного функціонування інтегрованих систем. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С. 111–116.

2. Кузьменко А. В., Пильнєв В. Г. Логістичний менеджмент: обґрунтування поняття та основні принципи в системі управління підприємством. *Приазовський економічний вісник*. 2017. Вип. 5 (05). С. 150–155.

3. Багорка М. О., Ільченко Т. В., Кравець О. В. *Економіка та суспільство.* 2023. Вип. 53. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2659 (дата звернення 10.05.2025). DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-40.

4. Янковська В. А., Телепнєва О. С., Кононов І. О. Семантика поняття «логістичний менеджмент». *Економіка та суспільство.* 2021. Вип. 32. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/844 (дата звернення 10.05.2025). DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-104.

5. Donald J. Bowersox, David J. Closs. Logistical Management: The Integrated Supply Chain Process. McGraw-Hill College, 1996. 752 p.

6. James R. Stock, Douglas M. Lambert. Strategic Logistics Management McGraw-Hill/Irwin, 2001. 872 p.

7. Крикавський Є. В. Логістичне управління : підручник. Львів : Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2005. 684 с.

8. Окландер М. А. Логістика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 346 с.

9. Решетнікова О. В., Даниленко В. І., Боровик Т. В. Роль логістичного менеджменту та маркетингу у сфері надання логістичних послуг. *Економічний простір*. 2020. № 156. С. 151–154.

10. Тюріна Н. М. Логістика : навчальний посібник. Київ : «Центр учбової літератури», 2015. 392 с.

11. Пономаренко В. С., Таньков К. М., Лепейко Т. І. Логістичний менеджмент : підручник. Харків : ХНЕУ, 2010. 424 с.

12. Довгань Ю. В., Середницька Л. П. Інноваційні технології логістики розповсюдження та їх впровадження. *Актуальні питання економічних наук*. № 8. 2025. URL: https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/343/351. (дата звернення 10.05.2025). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15082918.

13. Polishchuk I., Dovhan Y., Kramar I., Dovhan L., Yakushevska O. Marketing Logistics and its Digitalization. *Proceedings of the 12th International Conference on Applied Innovations in IT*. 2024. Vol. 12. Issue 2. P. 199–205. DOI: https://doi.org/10.25673/118134.

14. Zamkova N., Polishchuk I., Dovhan Yu., Dovhan L., Novytskyi R. Training of Future Logistics and Supply Chain Managers: A Competency Approach. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice.* 2023. Vol. 1 (48). P. 427–440. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.48.2023.3946.

УДК 339.13

Петрова В.О.
ORCID https://orcid.org/my-orcid?orcid=0009-0006-5518-3344
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

У статті досліджено актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингових технологій в контексті євроінтеграційних процесів в Україні. Проаналізовано вплив цифрової трансформації та нових медіа на маркетингові комунікації та логістичні процеси. Визначено ключові напрями адаптації маркетингових стратегій до вимог європейського ринку.

Ключові слова: *маркетингові технології, євроінтеграція, цифрова трансформація, нові медіа, маркетингові комунікації, логістика.*

Постановка проблеми. Євроінтеграційний курс України зумовлює необхідність глибокої трансформації національної економіки, включаючи сферу маркетингу. В умовах посилення конкуренції на європейському ринку, українські підприємства стикаються з викликами щодо впровадження сучасних маркетингових технологій, які б відповідали європейським стандартам та враховували особливості цифрової епохи. Недостатня адаптація до цих змін може призвести до втрати конкурентних переваг та уповільнення інтеграційних процесів. Таким чином, дослідження актуальних проблем та перспектив розвитку маркетингових технологій в контексті євроінтеграції є важливим та своєчасним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових публікацій останніх років свідчить про значний інтерес дослідників до питань впливу інформаційних технологій на маркетингову діяльність підприємств [1, с.132]. Особливу увагу приділено вивченню digital-маркетингу, соціальних медіа, аналізу великих даних та їх ролі у формуванні ефективних маркетингових комунікацій [2, с.47]. Проте, недостатньо висвітлено специфіку впровадження цих технологій в українських компаніях з урахуванням євроінтеграційних прагнень та існуючих економічних реалій. Потребують подальшого дослідження питання адаптації маркетингових стратегій до вимог європейського споживача та використання новітніх технологій у логістичних процесах в контексті євроінтеграції.

Мета статті. Метою статті є дослідження актуальних проблем та визначення перспектив розвитку маркетингових технологій в Україні в умовах євроінтеграції для підвищення конкурентоздатності вітчизняних підприємств на європейському ринку. Для досягнення поставленої мети передбачається вирішення таких завдань:

- ідентифікувати ключові проблеми впровадження сучасних маркетингових технологій українськими підприємствами в контексті євроінтеграції;

- проаналізувати вплив цифрової трансформації та нових медіа на маркетингові комунікації та логістичні ланцюги в умовах європейського ринку;

- виявити перспективні напрями використання інноваційних маркетингових інструментів для просування українських товарів та послуг в ЄС;

- розробити практичні рекомендації щодо вдосконалення маркетингових стратегій українських підприємств з урахуванням вимог євроінтеграції та можливостей нових технологій.

Виклад основного матеріалу. У сучасному глобалізованому світі цифрова трансформація кардинально змінює ландшафт маркетингових комунікацій. Для українських підприємств, які прагнуть вийти на конкурентні ринки Європейського Союзу, ефективне використання цифрових інструментів стає не просто перевагою, а необхідністю.

Ключові аспекти впливу цифрової трансформації на маркетингові стратегії українських компаній при виході на ринки ЄС:

1. Адаптація до європейських стандартів комунікації:

- Мультиязичність: Європейський ринок є багатомовним, тому українським компаніям необхідно адаптувати свої комунікації різними мовами цільових країн. Це стосується не лише перекладу контенту, але й урахування лінгвістичних нюансів та культурних особливостей кожної мови.

- Регуляторні вимоги: ЄС має чіткі правила щодо реклами, захисту даних (GDPR), електронної комерції та інших аспектів маркетингової діяльності. Українські компанії повинні ретельно вивчати та дотримуватися цих вимог, щоб уникнути юридичних проблем та зберегти довіру споживачів.

- Культурна чутливість: Маркетингові кампанії повинні враховувати культурні цінності, традиції та табу європейських споживачів. Те, що є прийнятним в Україні, може бути недоречним або навіть образливим в іншій країні.

- Прозорість та етичність: Європейські споживачі цінують прозорість та етичність у бізнесі. Українським компаніям слід надавати чітку та правдиву інформацію про свої продукти та послуги, а також дотримуватися високих етичних стандартів у своїх маркетингових комунікаціях.

- Доступність: Веб-сайти та інші цифрові канали комунікації повинні бути доступними для всіх користувачів, включаючи людей з обмеженими можливостями, відповідно до європейських стандартів доступності (наприклад, WCAG).

2. Використання цифрових каналів для охоплення цільової аудиторії:

- Веб-сайт як центральна платформа: Наявність професійного, мультиязичного та зручного веб-сайту є обов'язковою умовою для виходу на ринки ЄС. Він має бути оптимізований для пошукових систем (SEO), швидко завантажуватися та бути адаптованим до різних пристроїв (responsive design).

- Соціальні мережі: Різні соціальні медіа-платформи мають різну популярність у різних країнах ЄС. Українським компаніям слід дослідити, які платформи є найбільш ефективними для охоплення їхньої цільової аудиторії в кожному конкретному регіоні.

- Електронна пошта (email-маркетинг): Персоналізовані email-розсилки можуть бути ефективним інструментом для підтримки зв'язку з потенційними та існуючими клієнтами, інформування про новинки та акції. Важливо дотримуватися правил GDPR щодо згоди на отримання розсилок.

- Контент-маркетинг: Створення та поширення цінного та релевантного контенту (статті в блозі, відео, інфографіка, електронні книги тощо) допомагає залучити увагу потенційних клієнтів, підвищити впізнаваність бренду та зміцнити експертність компанії. Контент має бути локалізованим та адаптованим до інтересів європейської аудиторії.

- Онлайн-реклама (PPC): Використання платної реклами в пошукових системах (Google Ads) та соціальних мережах (наприклад, Facebook Ads, LinkedIn Ads) дозволяє швидко охопити цільову аудиторію в конкретних географічних регіонах ЄС. Важливо проводити ретельний таргетинг та оптимізувати рекламні кампанії для досягнення максимальної ефективності.

- Інфлюенс-маркетинг: Співпраця з лідерами думок та блогерами, які мають вплив на цільову аудиторію в ЄС, може бути ефективним способом підвищення впізнаваності бренду та залучення нових клієнтів.

3. Персоналізація маркетингових повідомлень:

- Сегментація аудиторії: Українським компаніям необхідно сегментувати свою європейську аудиторію на основі різних критеріїв (демографічні дані, географічне розташування, поведінка в Інтернеті, інтереси тощо) для створення більш релевантних та персоналізованих маркетингових повідомлень.

- Використання даних: Аналіз даних про клієнтів, їхні переваги та поведінку на веб-сайті та в соціальних мережах дозволяє адаптувати контент, пропозиції та рекламні оголошення до індивідуальних потреб кожного сегмента аудиторії.

- Автоматизація маркетингу: Використання інструментів автоматизації маркетингу дозволяє надсилати персоналізовані повідомлення в потрібний час та потрібному каналі, підвищуючи ефективність комунікації та заощаджуючи час.

- Персоналізований контент: Створення контенту, який відповідає конкретним інтересам та потребам різних сегментів аудиторії, сприяє залученню уваги та підвищенню лояльності.

- Динамічний контент на веб-сайті: Відображення різного контенту для різних відвідувачів веб-сайту на основі їхніх попередніх дій або демографічних даних може значно покращити користувацький досвід та підвищити конверсію.

Впровадження цих аспектів цифрової трансформації вимагає від українських компаній не лише знання сучасних технологій, але й глибокого розуміння європейського ринку, його особливостей та вимог. Успішна адаптація до цифрової ери відкриє перед українським бізнесом нові можливості для зростання та розвитку на ринках Європейського Союзу.

Першими типовими прикладами успішних кейсів українських підприємств, які змогли ефективно інтегрувати цифрові технології у свої маркетингові комунікації для виходу на ринки ЄС, є: українські IT-компанії; компанії, що виробляють програмне забезпечення; E-commerce компанії (особливо в нішах крафтових товарів, одягу, продуктів харчування); українські бренди одягу; крафтові виробники тощо.

Ключовими перешкодами, з якими стикаються українські підприємства на шляху впровадження сучасних маркетингових технологій, особливо при виході на ринки ЄС, є:

1. Фінансові обмеження:

- Висока вартість впровадження: Сучасні маркетингові технології, такі як CRM-системи, платформи автоматизації маркетингу, інструменти аналітики, можуть бути досить дорогими, особливо для малого та середнього бізнесу (МСБ). Це включає витрати на ліцензії, налаштування, інтеграцію та подальшу підтримку.

- Недостатність інвестицій: Українські підприємства часто мають обмежений доступ до фінансування, особливо на початкових етапах виходу на нові ринки. Маркетингові технології можуть не розглядатися як першочергові інвестиції порівняно з виробничими потребами або логістикою.

- Довгий термін окупності: Інвестиції в маркетингові технології можуть не приносити швидких результатів, що може бути критично для компаній з обмеженими фінансовими ресурсами.

- Вартість кваліфікованих спеціалістів: Залучення та утримання фахівців, які вміють працювати з сучасними маркетинговими інструментами, також потребує значних фінансових витрат.

2. Нестача кваліфікованих кадрів:

- Дефіцит фахівців з цифрового маркетингу: В Україні існує недостатня кількість фахівців з глибокими знаннями в галузі SEO, SEM, контент-маркетингу, SMM, email-маркетингу, веб-аналітики та інших цифрових дисциплін, особливо з досвідом роботи на міжнародних ринках.

- Брак знань про новітні технології: Багато співробітників, особливо в компаніях з довшою історією, можуть не мати достатніх знань та навичок для ефективного використання сучасних маркетингових інструментів.

- Проблеми з навчанням та перекваліфікацією: Організація ефективного навчання та перекваліфікації існуючих співробітників може бути складним та витратним процесом.

- Конкуренція за таланти: На глобальному ринку існує висока конкуренція за кваліфікованих digital-маркетологів, що ускладнює їх залучення українськими компаніями.

3. Недостатній рівень розвитку інфраструктури:

- Нестабільне інтернет-з'єднання: У деяких регіонах України якість та стабільність інтернет-з'єднання можуть бути недостатніми для ефективного використання деяких онлайн-інструментів та платформ.

- Низький рівень цифрової грамотності: Серед населення та працівників, особливо старшого покоління, може спостерігатися недостатній рівень цифрової грамотності, що ускладнює впровадження та використання нових технологій.

- Обмежена доступність до певних технологій та сервісів: Деякі передові маркетингові технології або сервіси можуть бути менш доступними або дорожчими в Україні порівняно з країнами ЄС.

- Проблеми інтеграції з існуючими системами: Застарілі ІТ-інфраструктури українських підприємств можуть створювати складності при інтеграції з новими цифровими інструментами.

4. Проблеми з інтеграцією нових технологій у вже існуючі бізнес-процеси:

- Опір змінам: Впровадження нових технологій часто зустрічає опір з боку співробітників, які звикли до старих методів роботи.

- Складність інтеграції з застарілими системами: Багато українських підприємств використовують застарілі системи управління та обліку, що ускладнює інтеграцію з сучасними маркетинговими інструментами.

- Відсутність чіткої стратегії цифрової трансформації: Багато компаній не мають чіткого плану впровадження цифрових технологій у свої маркетингові процеси, що призводить до неефективного використання ресурсів.

- Недостатнє розуміння потенціалу технологій: Керівництво компаній може не до кінця розуміти переваги та можливості, які надають сучасні маркетингові технології, що гальмує їхнє впровадження.

- Проблеми з обміном даними між різними системами: Неефективна інтеграція різних маркетингових інструментів може призводити до проблем з обміном даними та ускладнювати аналіз результатів.

В свою чергу існують шляхи подолання вищезазначених бар'єрів та рекомендації для підтримки впровадження сучасних маркетингових технологій українськими компаніями, це:

- Розробка та впровадження державних програм, що надають фінансову підтримку МСБ для впровадження цифрових технологій, включаючи маркетингові інструменти. Це можуть бути гранти, пільгові кредити або компенсація частини витрат.

- Створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій у розвиток цифрової інфраструктури та технологічних стартапів, що пропонують маркетингові рішення.

- Заохочення використання моделей лізингу або оренди програмного забезпечення (SaaS), що дозволяє зменшити початкові інвестиції та платити за використання сервісу на регулярній основі.

- Об'єднання малих підприємств у кластери для спільного використання дорогих маркетингових інструментів або залучення зовнішніх експертів.

- Навчання підприємців методам оцінки рентабельності інвестицій у маркетингові технології для обґрунтування витрат та залучення фінансування.

- Оновлення навчальних програм у вищих та професійно-технічних навчальних закладах з урахуванням потреб ринку в digital-маркетологах та фахівцях з маркетингових технологій. Запровадження спеціалізованих курсів та сертифікаційних програм.

- Запровадження державних програм підтримки навчання та перекваліфікації існуючих співробітників у сфері цифрового маркетингу та використання нових технологій.

- Створення програм обміну досвідом та залучення іноземних фахівців для проведення тренінгів та консультацій.

- Заохочення досвідчених digital-маркетологів до менторства над молодими фахівцями.

- Створення спільних проектів та стажувань для студентів у маркетингових відділах компаній.

- Державна підтримка розширення покриття якісного та швидкісного інтернет-з'єднання по всій території України.

- Реалізація національних програм з підвищення цифрової грамотності серед різних вікових груп населення.

- Запровадження програм підтримки пілотних проектів з впровадження нових маркетингових технологій для демонстрації їхньої ефективності.

- Заохочення співпраці між IT-компаніями та підприємствами з різних галузей для розробки та впровадження індивідуальних рішень.

- Організація форумів, конференцій та інших заходів для обміну досвідом між компаніями, які успішно впровадили цифрові технології.

- Залучення міжнародних партнерів та експертів для обміну знаннями та залучення передових технологій.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження дозволило виявити ключові проблеми та перспективи розвитку маркетингових технологій в Україні в контексті євроінтеграції. Основними проблемами є недостатній рівень цифрової грамотності, обмежені фінансові ресурси та інфраструктурні перешкоди. Перспективними напрямами є активніше використання digital-маркетингу, впровадження CRM-систем, оптимізація логістичних процесів за допомогою сучасних технологій та адаптація маркетингових комунікацій до європейських стандартів. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на розробку конкретних механізмів державної підтримки впровадження маркетингових інновацій та вивчення ефективності різних маркетингових інструментів на окремих європейських ринках.

Список використаних джерел:

1. Іванов П. П. Цифрова трансформація маркетингу: світовий досвід та українські реалії. // Вісник економічних наук України. – 2023. – № 5. – С. 120-135.

2. Смирнова О. І. Маркетингові комунікації в епоху Web 3.0: нові можливості та виклики. // Маркетинг і реклама. – 2024. – № 2. – С. 45-58.

3. Карпенко М. В., Петренко С. С. Інтеграція цифрових інструментів у маркетингову стратегію підприємства: європейський вектор розвитку. // Європейський вектор економічного розвитку. – 2024. – № 1. – С. 78-92.

4. Ковальчук В. О., Ткаченко А. А. Контент-маркетинг як ключовий елемент цифрової стратегії просування українських брендів на міжнародних ринках. // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2023. – № 10. – С. 155-168.

УДК 004.738.5:658.8

Поліщук І. І., доктор економічних наук, професор

ORCID https://orcid.org/0000-0001-6939-8529

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ

У статті досліджено сутність цифрових технологій та їхнє значення у маркетинговій діяльності сучасних підприємств. Проаналізовано основні інструменти цифрового маркетингу, серед яких SEO-оптимізація, контент-маркетинг, email-маркетинг, маркетинг у соціальних мережах, інтернет-реклама, веб-аналітика та мобільний маркетинг. Особливу увагу приділено новітнім тенденціям у сфері пошукової оптимізації, впровадженню штучного інтелекту, розвитку голосового пошуку та підвищенню ролі UX-дизайну. Розкрито переваги використання цифрових інструментів для оптимізації комунікацій з цільовою аудиторією, автоматизації бізнес-процесів та підвищення ефективності маркетингових стратегій. Підкреслено важливість адаптації маркетингової діяльності до умов цифрового середовища з урахуванням специфіки внутрішнього й зовнішнього ринку.

***Ключові слова**: цифровий маркетинг, цифрові технології, інтернет-реклама, SEO, UX, email-маркетинг, мобільний маркетинг, веб-аналітика, соціальні мережі, штучний інтелект.*

Постановка проблеми. В епоху стрімко поступальних технологій та значної доступності інформації не можна заперечувати, що світ, у якому живемо, швидко змінюється. Стрімкі темпи розвитку науки, глобалізація, перехід до інформаційного суспільства та цифрової економіки сприяли значній трансформації потенційних споживачів та їх поведінки.

Оцифровування змінило спосіб просування підприємства на ринку, комунікації перейшли з реального світу у віртуальний. Тепер можемо спостерігати зростання ролі цифрових технологій та перехід до цифрового маркетингу, який змінив традиційний комплекс, його основні напрямки та інструменти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика розвитку цифрових технологій у сфері маркетингу представлена в численних наукових працях, у межах яких акцентовано увагу на еволюції інтернет-маркетингу та його впливі на трансформацію сучасного бізнес-середовища. Значна частина досліджень присвячена аналізу впровадження інноваційних цифрових інструментів у підприємницьку діяльність, що засвідчує високий рівень наукового інтересу до даного напряму. Проте, попри наявність значного обсягу наукових напрацювань, слід констатувати, що процеси формування й адаптації новітніх маркетингових технологій у цифровому середовищі, з урахуванням сучасних викликів і тенденцій, залишаються недостатньо висвітленими та потребують подальшого поглибленого дослідження.

Мета статті – дослідити сутність цифрових технологій у маркетинговій діяльності підприємств, визначити їх ключові інструменти, проаналізувати сучасні тенденції цифрового маркетингу та обґрунтувати практичну доцільність їх впровадження для підвищення ефективності взаємодії з цільовою аудиторією й конкурентоспроможності бізнесу в умовах цифрової економіки.

Виклад основного матеріалу. Цифровий маркетинг (digital-marketing) – це

використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування підприємства та його продукції [1]. Залучення передових цифрових можливостей дозволяє охопити максимум цільових споживачів і налагодити ефективність взаємодії з ними, що і забезпечує високу результативність даного підходу.

Цифровий маркетинг має на увазі просування послуг і товарів за допомогою цифрових технологій, що застосовуються на всіх етапах взаємодії зі споживачами [3]. Від інтернет-маркетингу він відрізняється тим, що використовує не тільки Всесвітню павутину, а й офлайн-інструменти (smart-гаджети, POS-термінали та ін.).

Цифрові технології у маркетингу – це сукупність засобів для просування товару чи послуги, у яких інформація «оцифровується», тобто представляється в універсальному цифровому вигляді [4]. Це також всі технології, які дозволяють створювати, зберігати й поширювати дані. До цифрових технологій відносять все те, що пов'язано з електронними обчисленнями і перетворенням даних: гаджети, електронні пристрої, технології, програми [5].

На підприємствах цифрові технології автоматизують певні управлінські та рекламні процеси, прогнозують поведінку споживачів, відстежують та визначають їх інтереси та вподобання, а також створюють унікальний контент [5].

Основним завданням цифрового маркетингу вітчизняних підприємств стало створення інформаційно-аналітичної системи, що дозволить швидко та якісно здійснювати аналітичне дослідження, використовувати інформаційні технології при аналізі бізнес-процесів вітчизняних підприємств на вітчизняному та міжнародних ринках, оцінювати їх маркетингову привабливість на нових ринках збуту [3].

Цифрові технології у маркетингу являють собою цілий світ: це і розваги (онлайн-ігри, телевізійні шоу, фільми), і сервіси з пошуку інформації, онлайн-банкінг, чати, блоги, обмін поштовими повідомленнями, соціальні мережі, продаж та купівля онлайн, онлайн-опитування та інше.

Провідні компанії виділяють велику частку своїх маркетингових бюджетів

на технологічні інвестиції, використання яких обіцяє зробити їх команди більш продуктивними, а бізнес-моделі успішними [1]. Найбільшою перевагою, яку бізнес-лідери очікують отримати від впровадження цифрових технологій, на думку Кейт Смай з McKinsey Digital, вважається економія часу і грошей шляхом автоматизації задач і зменшення необхідності участі людини [1].

Процес реалізації ефективної маркетингової стратегії компанії у цифровому середовищі передбачає використання науково-обґрунтованих принципів, що дозволяється оптимально поєднати між собою окремі елементи системи та отримати ефективні результати в конкретних просторово-часових умовах. В сучасному бізнес-середовищі використовуються різноманітні підходи щодо реалізації певних стратегій цифрового маркетингу. Слід відмітити, що процес залучення клієнтів відбувається у відповідності з низкою факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Клієнтоорієнтованість передбачає застосування різноманітних інструментів цифрового маркетингу в залежності від особливостей ринку, специфіки функціонування компанії, характеристик продукту, соціально-економічних та психологічних рис потенційних клієнтів тощо. Поряд з цим, необхідно враховувати територіальні особливості, оскільки у різних країн у глобальному просторі існують характерні відмінності запровадження та використання результатів наукового прогресу. Враховуючи динамічність розвитку цифрового маркетингу та інтеграцію інноваційних технологій, доцільно на постійній основі вдосконалювати структуру використання компанією відповідних маркетингових інструментів. Слід зауважити, що стратегії цифрового маркетингу з використанням відповідних підходів можливо реалізовувати в офлайн та онлайн-середовищі шляхом використання профільного програмного забезпечення та сучасного електронного обладнання.

На рисунку 1 представлено основні інструменти цифрового маркетингу, які застосовуються компаніями на сучасному етапі розвитку з метою оптимізації ключових процесів.

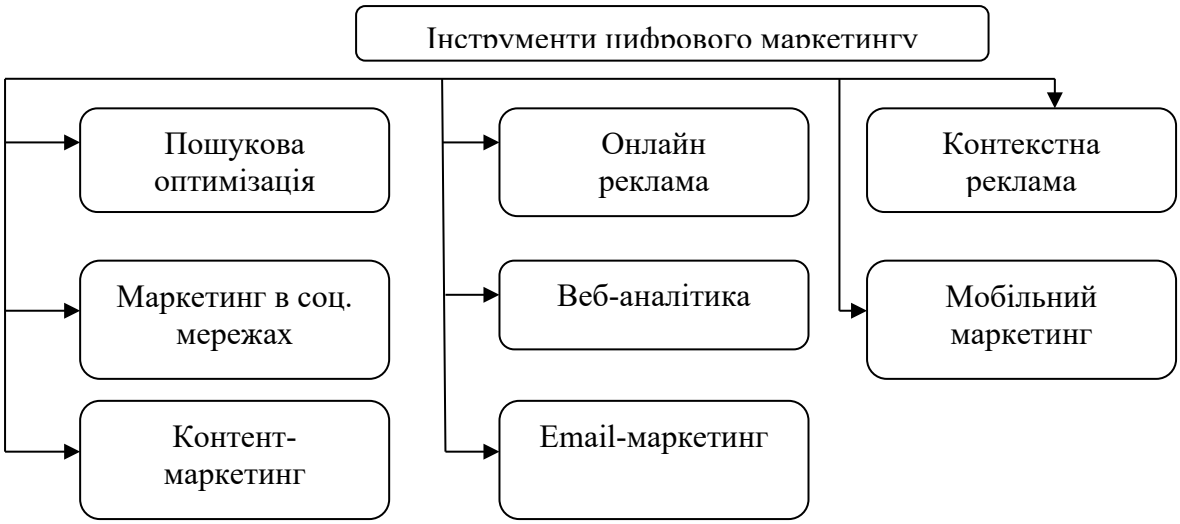


Рисунок 1 – Основні інструменти цифрового маркетингу

1. Пошукова оптимізація (SEO – Search Engine Optimization) є найважливішим компонентом цифрового маркетингу, який зосереджений на тому, щоб зробити веб-сайт компанії зручним для пошуку та покращити його рейтинг в органічних результатах пошуку. Хоча деякі аспекти завжди вважаються найкращою практикою, наприклад, забезпечення належної атрибуції метаданих, деякі тенденції SEO поступово стають не актуальними.

2. Контент-маркетинг (Content Marketing) представляє процес планування, створення, розповсюдження, обміну та публікації вмісту за допомогою різноманітних каналів у цифровому середовищі: соціальні медіа, блоги, веб-сайти, подкасти, програми, прес-релізи тощо. Завдяки використанню релевантного контенту можливо збільшити рівень охоплення цільової аудиторії поступово нарощуючи рівень популярності у потенційних клієнтів обізнаності специфіки функціонування конкретного бренду та його продукції. Завдяки реалізації ефективної стратегії контент-маркетингу можливо досягти високого рівня лояльності цільової аудиторії у довгостроковій перспективі [3].

Завдяки реалізації ефективної стратегії контент-маркетингу можливо досягти:

– ознайомлення потенційних клієнтів з продуктами та послугами компанії;

– збільшення рівня конверсій;

– налагодження відносин між клієнтами та бізнесом, що призводить до підвищення лояльності;

– демонстрація цільовій аудиторії переваг використання продуктів компанії для задоволення відповідних потреб;

– створення почуття спільності навколо бренду.

3. Email-маркетинг (Email-Marketing) відноситься до одного з розповсюджених у цифровому маркетингу каналів та передбачає застосування електронної пошти для комунікацій з цільовою аудиторією шляхом просування продуктів чи послуг компанії. Представлений інструмент допомагає інформувати клієнтів про найновіші товари чи пропозиції, з використанням системи автоматичних розсилок різноманітним групам користувачів. Email маркетинг може відігравати ключову роль у маркетинговій стратегії, створюючи потенційних клієнтів, поінформованість про бренд, налагоджуючи відносини або залучаючи клієнтів до взаємодії між покупками за допомогою різних типів маркетингових електронних листів.

Електронна пошта стала настільки популярним маркетинговим інструментом для певних бізнесів, оскільки дозволяє окремі категорії користувачів ознайомлюватись зі змістом листів. Важливою перевагою використання електронної пошти для цілей цифрового маркетингу є її економічна доступність.

Email маркетинг може допомогти компанії налагодити стосунки зі своєю аудиторією, а також стимулювати відвідування блогу, соціальних медіа чи будь -якого іншого електронного ресурсу, куди можливо залучити клієнтів для налагодження конструктивного діалогу та формування позитивного іміджу у довгостроковій перспективі. Завдяки використанню спеціалізованих сервісів можливо сегментувати електронні листи та націлювати на певних користувачів у відповідності з соціальними, економічними, психологічними, географічними та іншими чинниками. Email маркетинг також дозволяє запускати A/B тести, щоб визначити найбільш ефективне повідомлення за допомогою програмного забезпечення електронного маркетингу, яке також можна налаштувати для легкої розсилки електронних листів [4].

4. Маркетинг у соціальних мережах – це використання платформ соціальних медіа для зв'язку з аудиторією для створення бренду, збільшення продажів та зростання відвідуваності веб-ресурсу компанії. Реалізація даного підходу передбачає публікацію релевантного тематичного контенту у профілях компанії у соціальних мережах, прослуховування та залучення ваших послідовників, аналіз ваших результатів та розміщення реклами в соціальних мережах. Найбільш популярними соціальними медіа в сучасних умовах є Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, YouTube та Snapchat.

Існує також ряд інструментів управління соціальними мережами, які допомагають підприємствам отримати максимальну віддачу від платформ соціальних медіа. Наприклад, Buffer – це платформа інструментів управління соціальними медіа, яка може допомогти компанії досягти успіху за допомогою маркетингу в соціальних мережах.

5. Інтернет-реклама виступає у якості ефективного інструменту просуванню інформаційних повідомлень про компанії та їх продукти на різноманітних ресурсах в мережі Інтернет. В Інтернеті рекламні повідомлення з'являються на екранах ноутбуків, настільних комп'ютерів, планшетів, смарт -телевізорів та смартфонів. Представлений вид реклами активно використовувався починаючи з початку використання Інтернету широкими верствами населення, зростання користувачів сприяло інтенсивному розвитку ринку цифрової реклами. Інтернет-реклама в сучасних умовах характеризується як окремий бізнес, який привертає увагу користувачів та стимулює попит на відповідні товари та послуги. Для забезпечення високої ефективності використовуються спеціальні програмні рішення, які дозволяють у відповідності з принципа таргетингу налаштовувати рекламні повідомлення на певні групи потенційних клієнтів. Орієнтація на цільову групу дозволяє істотно збільшити ефективність реклами та підвищити рівень конверсії. Головною перевагою реклами в Інтернеті є швидке просування інформації про товар без географічних меж [3].

6. Веб-аналітика – це процес аналізу поведінки відвідувачів веб-ресурсів. Завдяки даному інструменту компанія отримує можливість відстежувати

ключові процеси та здійснювати комплексний аналіз необхідних процесів згідно зі сформованою на основі науково-обґрунтованих підходів системою метрик. Дані, зібрані за допомогою веб-аналітики, можуть включати джерела трафіку, сайти, що посилаються, перегляди сторінок, пройдені шляхи та коефіцієнти конверсії. Зібрані дані часто є частиною аналітики управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM-аналітика), що дозволяє полегшити та спростити прийняття бізнес-рішень.

Веб-аналітика дозволяє бізнесу утримувати клієнтів, залучати більше відвідувачів та збільшувати середні витрати у розрахунку на одного клієнта. Аналітика може допомогти наступним чином:

– визначення ймовірність здійснення повторної покупки клієнтом;

– персоналізація сайту згідно з потребами для клієнтів;

– контролюйте затрат окремих користувачів або груп клієнтів;

– дослідження географії клієнтів та ранжування за економічними показниками окремих територій;

– прогнозування продуктів, які клієнти найчастіше та найменш ймовірно купуватимуть у майбутньому.

7. Мобільний маркетинг – це багатоканальна стратегія цифрового маркетингу, спрямована на охоплення цільової аудиторії завдяки використанню персональних смартфонів, планшетів та інших мобільних пристроїв за допомогою веб-сайтів, електронної пошти, спеціалізованих додатків тощо. Перспективність мобільного маркетингу пояснюється активним використанням населенням гаджетів упродовж доби та орієнтацію для досягнення різних потреб завдяки цифровому середовищу. Завдяки даній технології компанії можуть здійснювати вплив на цільову аудиторію у режимі 24/7, посилюючи маркетингові комунікації.

Висновки і перспективи подальших досліджень. У результаті проведеного дослідження встановлено, що цифрові технології відіграють ключову роль у трансформації маркетингової діяльності підприємств, забезпечуючи її адаптацію до динамічних умов цифрової економіки.

Застосування цифрових інструментів, зокрема SEO, контент-маркетингу, email-маркетингу, інтернет-реклами, веб-аналітики, мобільного маркетингу та маркетингу в соціальних мережах, сприяє посиленню клієнтоорієнтованості, підвищенню ефективності комунікацій з цільовою аудиторією, автоматизації бізнес-процесів і зростанню конкурентоспроможності підприємств. Особливу увагу заслуговують сучасні тенденції у сфері SEO, серед яких мобільна оптимізація, впровадження штучного інтелекту, голосовий пошук та UX-дизайн, які формують нові стандарти взаємодії зі споживачами в цифровому середовищі. Ефективне використання цих підходів дозволяє підприємствам не лише зберігати актуальність у конкурентному середовищі, а й активно формувати лояльну клієнтську базу.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому аналізі ефективності конкретних цифрових інструментів у різних галузях економіки, вивченні регіональних особливостей впровадження digital-маркетингу в Україні, а також в оцінці впливу штучного інтелекту та великих даних на побудову індивідуалізованих маркетингових стратегій. Особливої актуальності набуває розробка методик оцінки рентабельності впровадження цифрових технологій для малого та середнього бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Замкова Н. Л., Поліщук І. І., Довгань Ю. В., Шарко В. В., Танасійчук А. М. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ. 2024. 294 с.

2. Поліщук І.І. CRM-система як основа формування споживчої лояльності. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2021. № 3(17). С.76-80.

3. Поліщук І. І., Довгань Ю. В., Якушевська О. В. Маркетингова стратегія в цифровому середовищі: огляд компонентів та основних аспектів. *Ефективна економіка*. 2024. №5. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/3746/3781.

4. Танасійчук А. М., Поліщук І. І. Особливості застосування цифрових технологій у маркетинговій діяльності підприємства. *Modern Economics*. 2023. № 39(2023). С. 138-145. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V39(2023)-21.

5. Танасійчук А. М., Поліщук І. І., Громова О. Є., Бондаренко В. М., Гевчук А. В., Поліщук Н. В. Маркетинг: навчальний посібник. Вінниця . ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2019. 292 с.

УДК 338.5:339.133:005(045)

Середницька Л. П.
ORCID https://orcid.org/0000-0002-7730-0963
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ЦІНОВА ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ ЯК ОСНОВА ПРИЙНЯТТЯ ЕФЕКТИВНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Стаття містить результати досліджень методів оцінки цінової еластичності попиту. Розглядаються значення цих методів для сучасних підприємств та організацій, включаючи їх вплив на прийняття ефективних управлінських рішень. У статті проводиться аналіз соціально-економічних напрямків та дослідження теоретичних аспектів цінової еластичності попиту як основи прийняття ефективних управлінських рішень суб'єктами підприємницької діяльності. Також розглядаються внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на формування цінової політики підприємства, а також аналізуються етапи процедури визначення індексу споживчих цін, визначення коефіцієнтів цінової еластичності попиту для різних сегментів споживчого ринку.

Ключові слова: *маркетингова цінова політика, інноваційні технології, маркетингові кампанії, цінова еластичність попиту, комунікаційна стратегія, сучасні підприємства, організації, вплив на формування, внутрішні чинники, зовнішнє середовище, міжнародна практика, ціна, ціноутворення.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах технологічного розвитку ринку виникає необхідність активного вивчення та вдосконалення цінової політики суб'єкта підприємницької діяльності. Ця тема завжди була на часі, привертаючи

увагу вчених та практиків як в Україні, так і за її межами. З теоретичного та практичного погляду, ця проблема має надзвичайну вагу, оскільки розвиток сучасного ринкового господарства вимагає нових підходів до ціноутворення.. Важливість вивчення цієї проблематики полягає в тому, що від суб'єктів господарювання вимагають постійно оновлювати свої стратегії та підходи до інноваційної діяльності. Це стосується як великих корпорацій, так і малого та середнього бізнесу. Таким чином, актуальність вивчення цього питання сьогодні набуває особливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. При розгляді принципів формування цінової політики, цінової еластичності попиту як основа прийняття ефективних управлінських рішень, це питання привернуло увагу багатьох вчених як вітчизняних, так і зарубіжних, зокрема Ф. Котлер, Г. Армстронг, Р. Стівенс, С. Годін, А. Вороніна, Л. Ларка, В. Мольченко, Н. Шевчук, Д. Тараненко та інші. Їхні дослідження є важливим джерелом знань для маркетологів, менеджерів і дослідників, які працюють у сфері ціноутворення. Окрім того, останнім часом активно публікуються роботи як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників, присвячені теоретичним і прикладним аспектам прийняття управлінських рішень. Серед них варто згадати праці К.В. Балдіна, Ф.Ф. Аунапу, В.І. Варфоломєєва, Е.І. Вілкаса, С.М. Воробйова, В.В. Глущенка, Л.Г. Євланова та Е.П. [3].

Мета статті полягає у дослідженні та аналізі цінової політики еластичності попиту як основа прийняття ефективних управлінських рішень, інноваційних технологій у контексті їх використання у суб'єктах підприємницької діяльності.

Виклад основного матеріалу. В умовах сучасних перетворень української економіки, зумовлених стрімкою цифровізацією, загостренням конкуренції, прагненням до сталого розвитку та енергетичної незалежності, ефективність стратегічних бізнес-рішень для окремих підприємств стає надзвичайно важливою. Успіх бізнесу в умовах ринкової економіки як і будь-якого бізнесу залежить від правильно обраної стратегії та тактики ціноутворення на товари та послуги, що в подальшому впливають на фінансові результати підприємства і його позицію на ринку.

Ціна – це вартісна категорія, що відображає грошову оцінку товару, базуючись на його споживчих властивостях (корисності), витратах на виробництво, а також на сукупності цінових і нецінових чинників. Вона відіграє вирішальну роль у діяльності будь-якого підприємства, адже безпосередньо формує дохід від реалізації продукції чи надання послуг. Ціновий рівень впливає не лише на фінансові показники, а й на споживчу поведінку, оскільки здатен формувати у покупців мотивацію до придбання товарів, а також закладати основу для довготривалих ділових відносин.

Ціноутворення виконує не лише функцію оцінки товару, а й є універсальним інструментом координації економічної активності між виробниками й споживачами. Через зміну ціни ринок "сигналізує" про нестачу або надлишок ресурсу, регулюючи розподіл факторів виробництва та обсяги пропозиції. Таким чином, ціна є відображенням рівноваги між попитом і пропозицією та індикатором ефективності економічних рішень.

Ціновий механізм є важливою складовою функціонування ринкової економіки: він забезпечує баланс між попитом і пропозицією, адаптує ціни до ринкових умов, дозволяє підприємствам завойовувати певну частку ринку, отримувати запланований прибуток і досягати стратегічних цілей відповідно до обраної цінової політики. Саме через механізм ціноутворення ринок оперативно реагує на дефіцит чи надлишок продукції, стимулюючи або обмежуючи виробництво та споживання відповідно [1].

Крім того, ціноутворення виконує важливу роль у стратегічному позиціонуванні підприємства, дозволяючи формувати споживчу лояльність, створювати цінову диференціацію та адаптуватися до різних сегментів ринку. Особливо це актуально в умовах високої чутливості споживача до ціни, коли від точності та гнучкості ціноутворення залежить виживання підприємства.

Раціональне ціноутворення є одним із ключових факторів, що визначають рівень конкурентоспроможності економіки загалом, а також її здатність інтегруватися у глобальні економічні процеси. Усі рішення щодо встановлення ціни мають базуватись на комплексному аналізі таких чинників, як загальна

стратегія ціноутворення, ринкова сегментація, чутливість споживачів до змін вартості, структура витрат, поведінка конкурентів та професіоналізм управлінського персоналу.

Процедура визначення індексу споживчих цін (ІСЦ) включає кілька послідовних етапів:

- формування репрезентативного набору товарів і послуг;

- визначення географічного положення спостереження та вибір провідних підприємств;

- систематизація та збір цінової інформації;

- розрахунок вагової структури споживчого кошика, обчислення середніх цін та окремих товарних індексів;

- підсумковий розрахунок ІСЦ.

Дані щодо змін цін споживання досліджуються та застосовуються на практиці Національним банком України, Міністерством фінансів України, комерційними банками й іншими державними та недержавними організаціями, діяльність яких пов'язана з виробництвом і обігом товарів чи послуг [2].

Проте в умовах економічного спаду, який супроводжується інфляційними процесами, скороченням обсягів виробництва та зменшенням споживання, ключовим чинником для ухвалення ефективних управлінських рішень і формування цін стає саме цінова еластичність попиту. Аналіз цього показника дозволяє українським підприємствам раціонально управляти наявними ресурсами.

Поняття «еластичність» вперше з’явилося в науковому дискурсі завдяки видатному вченому XVII століття, фізику та хіміку Роберту Бойлю, який застосував його під час дослідження властивостей газів (зокрема, у рамках закону Бойля – Маріотта). У сферу економіки ця категорія потрапила значно пізніше. Економічне трактування терміна «еластичність» було запропоноване Альфредом Маршаллом у 1885 році. Спираючись на ідеї таких класиків, як Адам Сміт і Девід Рікардо, а також на досягнення математичного напрямку в економічній науці, Маршалл сформулював поняття цінової еластичності попиту.

Включення цієї категорії до економічної теорії сприяло подальшому розвитку кількісних методів аналізу. Сьогодні еластичність широко використовується у маркетингових дослідженнях: наприклад, у США консалтингові компанії за визначення показників еластичності для приватних фірм можуть стягувати від 50 до 75 тисяч доларів. Це поняття є потужним інструментом економічного аналізу, адже важливо не лише здійснювати вимірювання, але й уміти інтерпретувати отримані результати.

Під еластичністю розуміється «чутливість» ринку до зміни цін, доходу чи якихось інших показників ринкової кон'юнктури.

Попит може бути еластичним, якщо відсоткова зміна його обсягу перевищує падіння рівня цін, і нееластичним, якщо ступінь падіння цін більший за приріст попиту. Цінову еластичність попиту можна розрахувати за такою формулою:

Е = % зміна обсягу попиту/ % зміна ціни товару.

При дослідженні зміни цін і обсягу попиту було використано данні Державної служби статистики України (індекси цін та обсяги попиту). Визначення коефіцієнтів цінової еластичності попиту проводилися у розрізі трьох сегментів.

Перший сегмент ринку, до якого належать виробники промислової продукції, відзначається скороченням обсягів замовлень на виробництво (зниженням попиту) – до -51%, а також підвищенням відпускних цін на промислові товари. Однією з головних причин спаду в цій сфері стало суттєве зменшення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємств Донбасу з 2014 року, що згодом поширилося і на території, охоплені бойовими діями. Цей сектор є стратегічно важливим для економіки країни, оскільки забезпечує суттєву частину національного доходу. Варто також зазначити, що глобальна інформаційна інфраструктура неможлива без застосування техніки та обладнання, яке виробляється саме промисловими підприємствами. Тож сучасна промисловість відіграє ключову роль у задоволенні широкого спектру потреб споживачів.

Другий сегмент ринку представлений виробниками аграрної продукції.

Йому притаманна позитивна динаміка: зростання виробничих обсягів аграрними підприємствами, збільшення чисельності зайнятих у сільськогосподарському секторі, а також зменшення впливу таких обмежувальних чинників, як дефіцит фінансових ресурсів та слабкий попит.

Україна традиційно вважається однією з провідних країн-експортерів агропродукції. Так, у 2014 році держава посіла третє місце у світовому рейтингу експортерів пшениці після США та Європейського Союзу. Вітчизняні аграрії тоді забезпечили виробництво на рівні 20–22 млн тонн пшениці, що дало змогу отримати прибуток у межах 4–4,5 млрд доларів. За статистичними даними, сільське господарство стало єдиною галуззю, яка у відповідному році продемонструвала приріст на рівні +2,8%. У щомісячному огляді економіки за грудень, оприлюдненому Департаментом монетарної політики та економічного аналізу Національного банку України, зафіксовано загальну тенденцію до зниження питомої ваги аграрного сектору в структурі національної економіки. Для наочного порівняння – фільм «Аватар», один із найкасовіших в історії, зібрав майже 3 млрд доларів. Тобто два подібні кінопроєкти здатні згенерувати більше прибутку, ніж щорічний обсяг експорту української пшениці. Загалом прибутковість індустрії розваг у розвинених країнах може суттєво перевищувати доходи аграрного сектору.

Поряд із аналізом промислових та сільськогосподарських ринків, було досліджено й **еластичність попиту у сфері послуг**, яка відіграє дедалі важливішу роль в умовах сучасної економіки. Сектор послуг охоплює як матеріальні, так і нематеріальні продукти діяльності, і включає елементи виробничої та соціальної інфраструктури. До виробничої інфраструктури належать транспорт, комунікації, торгівля, фінансово-кредитна система, рекламна діяльність, інформаційні послуги, лізинг, управлінський консалтинг тощо. Соціальна інфраструктура охоплює соціально-культурну, медичну та побутову сфери.

На сьогоднішній день значення послуг суттєво трансформувалося. Окрім базових матеріальних благ, люди дедалі більше цінують можливості для

самореалізації, міжособистісного спілкування та доступу до інформації. Часто споживачі готові витрачати на послуги значно більше, ніж становить грошовий еквівалент реалізації основних сільськогосподарських культур.

Попри важливість розвитку сільського господарства, частка цього сектору в загальній економіці має бути оптимізованою відповідно до сучасних глобальних трендів. У провідних економіках світу частка зайнятих у сфері послуг сягає 80%. Цей сектор включає, зокрема, бізнес-послуги, такі як інформаційні, аудиторські, консалтингові, що забезпечують ефективну роботу компаній через впровадження новітніх підходів до організації праці, покращення взаємодії між учасниками процесу створення та впровадження інновацій. В Україні ж цей показник поки що не перевищує 63%. Тому, адаптація до сучасних світових економічних тенденцій є критично необхідною умовою для стимулювання зростання національного ВВП, збільшення прибутків підприємств і підвищення конкурентоспроможності продукції.

Наразі, в умовах цифровізації та інтенсивного розвитку технологій послуги набувають нових форм та змісту, зокрема активізується надання онлайн-сервісів, дистанційного навчання, телемедицини, електронної комерції тощо. Такі трансформації значно впливають на еластичність попиту в цьому сегменті, оскільки змінюються як споживчі вподобання, так і структура витрат населення. Цифрова мобільність і можливість швидкого доступу до послуг зменшують залежність попиту від цінових чинників, водночас підвищуючи роль нематеріальних характеристик, таких як зручність, інноваційність і рівень персоналізації [5].

Крім того, еластичність попиту в секторі послуг тісно пов’язана з рівнем доходів споживачів, ступенем урбанізації, освітнім і культурним рівнем населення. У країнах з розвиненою економікою спостерігається тенденція до збільшення попиту на послуги навіть у періоди економічної нестабільності, що свідчить про високу адаптивність цього сектору. Для України надзвичайно важливо розвивати галузі, пов’язані з інтелектуальною працею, які не тільки генерують високий рівень доданої вартості, але й формують нові ринки праці,

орієнтовані на знання та інновації. Таким чином, зростання еластичності попиту на послуги є важливою передумовою для структурної перебудови економіки та її переходу до моделі сталого розвитку.

У контексті дослідження цінової еластичності попиту важливо розуміти, що вона показує взаємозв'язок між зміною ціни товару та зміною обсягу його реалізації. Це дозволяє оцінити, як саме вплине зниження або підвищення цін на виручку підприємства: якщо зменшення ціни супроводжується зростанням виручки – попит еластичний; якщо ж виручка падає – попит вважається нееластичним.

Основна методологічна складність у визначенні еластичності полягає в необхідності точного вимірювання впливу зміни одного економічного чинника на відповідний результат за умов незмінності інших факторів. У реальній економіці ізольоване вивчення окремого параметра часто є утрудненим через мультифакторний характер впливу на попит чи пропозицію. Зокрема, на поведінку споживача водночас можуть впливати зміни доходів, цін на супутні чи замінювані товари, сезонність, маркетингові стратегії, соціально-культурні вподобання, що ускладнює коректне обчислення еластичності [4].

Ще одна методологічна складність полягає у тому, що ціни на різні товари можуть змінюватися у протилежних напрямках, при цьому обсяги продажів кожного з них також відрізняються. Наприклад, продукція рослинництва зазвичай має нееластичний попит, тоді як товари тваринного походження демонструють вищий ступінь цінової еластичності. Це означає, що попит на м'ясо, молоко чи яйця сильніше реагує на зміну цін, порівняно з зерновими або технічними культурами. Для агропідприємств, орієнтованих на тваринництво, така залежність є критично важливою у процесі стратегічного планування, формування витрат і розрахунку прибутковості. Водночас промислова продукція та послуги мають ще вищу еластичність, що відкриває простір для гнучкого управління цінами, впровадження знижок чи сезонних акцій

Історичним підтвердженням цього є ситуація в Україні у 1990-х роках, коли на фоні гіперінфляції та економічної трансформації попит на товари

тваринництва значно знизився. Споживачі були змушені скорочувати витрати, і в першу чергу – на дорожчі продукти харчування, що є типовою реакцією для еластичних товарів. Водночас попит на основні рослинні продукти, такі як картопля чи зернові, залишався стабільним, навіть за умов зростання цін, демонструючи нееластичний характер. Цей приклад ілюструє, як макроекономічна нестабільність загострює прояви еластичності в різних секторах економіки та підтверджує важливість її врахування у процесі прийняття управлінських рішень.

Еластичність може істотно відрізнятися залежно від того, чи досліджується короткостроковий або довгостроковий період. У короткостроковій перспективі споживачі можуть демонструвати інертність у зміні поведінки, тоді як у довгостроковій – реагувати значно активніше. Це створює додаткові труднощі для формування універсальних моделей, які точно відображали б динаміку еластичності у різних часових горизонтах.

Яскравим історичним прикладом є період нафтової кризи 1973 року, коли різке зростання цін на нафту викликало зміну структури попиту в усьому світі. Хоча ціни зросли в кілька разів, зменшення попиту було незначним у короткостроковій перспективі, що демонструвало низьку цінову еластичність. Однак у довгостроковій перспективі країни-імпортери нафти розпочали активне впровадження енергозберігаючих технологій та розвиток альтернативних джерел енергії, що згодом призвело до зниження залежності від імпортної нафти та підвищення еластичності попиту.

Ще одним прикладом є Велика депресія 1930-х років, коли значне падіння доходів населення супроводжувалося не лише зниженням попиту на товари першої необхідності, а й радикальними змінами у споживчих пріоритетах. У той час класичні економічні моделі не могли точно відобразити поведінку споживачів, оскільки еластичність втратила стабільність через психологічні чинники та загальний економічний шок. Це історично підтвердило важливість урахування не лише цінових факторів, а й ширшого соціально-економічного контексту при оцінці еластичності.

Крім того, статистичні дані, які використовуються для розрахунків, не завжди є повними або достовірними, особливо в умовах нестабільної економіки або в перехідних економічних системах. Це знижує точність оцінки коефіцієнтів еластичності та потребує застосування складних економетричних моделей, які здатні компенсувати наявні прогалини або викривлення у даних. Як наслідок, правильне визначення еластичності потребує не лише технічної точності, а й глибокого розуміння контексту аналізу.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Визначення еластичності є складним багатоаспектним процесом, який вимагає врахування численних економічних, соціальних і часових чинників. Методологічні труднощі виникають як у контексті ізоляції впливу окремих змінних, так і через складність збору достовірних статистичних даних. Історичні приклади, зокрема нафтові шоки 1970-х років, Велика депресія 1930-х, а також економічна криза в Україні 1990-х, яскраво ілюструють, як еластичність змінюється під впливом макроекономічних чинників і поведінкових особливостей споживачів. Це підкреслює необхідність глибокого контекстуального аналізу при застосуванні цього показника в економічних дослідженнях та практиці.

Зокрема, для окремих секторів, таких як сільське господарство, промисловість чи сфера послуг, розуміння еластичності попиту дозволяє формувати обґрунтовану цінову політику, підвищувати ефективність управлінських рішень та адаптувати бізнес-стратегії до змін ринкових умов. У свою чергу, системний підхід до вимірювання еластичності може слугувати інструментом макроекономічного прогнозування та сприяти структурній модернізації економіки. Таким чином, незважаючи на методологічні виклики, аналіз еластичності залишається одним із ключових елементів сучасної економічної науки та практики [3].

Список використаних джерел:

1. Кочевой М. М., Колесник О. О., Власова Г. Ціноутворення як інструмент маркетингового планування: збірник Економічний простір. Вип. №190. Одеса: ОНЕУ, 2024. 276 с. URL: https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/download/1499/1443

2. Сачко П. В. Цінова політика підприємства в умовах посилення зовнішньої конкуренції: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня магістра. Суми: СДУ, 2022. 57 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/90741

3. Дунська А. Р., Жалдак Г. П. Цінова еластичність попиту як основа прийняття ефективних управлінських рішень: збірник Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. №10. 2022 р. 12-17 с. URL: http://global-national.in.ua/archive/10-2016/5.pdf

4. Павлюк Т. І, Середницька Л. Формування комунікаційної стратегії суб”єктів господарювання. м. Одеса Економіка та суспільство. 2024. Випуск 60. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/i ssue/view/60 (0,66/0,33 друк.арк.) (Vernadsky National Library, Google Scholar, Index Copernicus, CiteFactor, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), Directory of Open Access Journals (DOAJ)

5. Довгань Ю. В., Середницька Л. П. Інноваційні технології логістики розповсюдження та їх впровадження. Актуальні питання економічних наук. № 8. 2025. URL: https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/343/351. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.15082918.

УДК 658.8:339.13.07 (043.5)

Танасійчук А. М., доктор економічних наук, професор

ORCID https://orcid.org/0000-0002-7967-0239

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ (PR) ЯК ІНТЕГРАТИВНА ПЛАТФОРМА В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ

У науковому дослідженні розглянуто теоретичні засади зв'язків з громадськістю (PR) як міждисциплінарної галузі, що поєднує комунікаційні, поведінкові, соціологічні, політичні, управлінські та психологічні підходи.

Акцент зроблено на аналізі фундаментальних моделей і теорій PR-діяльності, зокрема чотиримодельної концепції Грюнінга і Ханта, теорії систем, соціального обміну, дифузії інновацій, ситуативної теорії громадськості, а також теорій масової комунікації. Дослідження обґрунтовує інтегративний характер PR як науки й практики управління комунікаційними процесами у складному соціокультурному середовищі.

Ключові слова: *зв'язки з громадськістю, PR, теорії комунікації, громадськість, репутація, інформація, міждисциплінарність, поведінкові теорії, масова комунікація, соціальна взаємодія*

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому та інформаційно насиченому середовищі ефективна комунікація стає ключовим фактором успішного функціонування будь-якої організації – державної, комерційної чи громадської. Водночас комунікаційне поле ускладнюється динамікою суспільних очікувань, зростанням ролі соціальних медіа, кризовими впливами, інформаційними війнами та зниженням довіри до традиційних інституцій.

Тому зростає потреба у створенні цілісного, стратегічно вивіреного інструментарію управління комунікаціями, здатного не лише передавати інформацію, а й формувати суспільні настрої, керувати репутацією, запобігати конфліктам та вибудовувати довготривалі взаємини з різними аудиторіями. Саме таким інструментом виступають зв’язки з громадськістю (PR), які дедалі частіше розглядаються не просто як технологічна функція, а як інтегративна платформа, що поєднує знання з різних галузей (комунікативістики, соціології, психології, менеджменту, політології тощо) для ефективного управління соціальними комунікаціями.

Водночас, попри зростання ролі PR, у науковому дискурсі досі не сформовано єдиного підходу до визначення його теоретичних меж, системної ролі в комунікаційній екосистемі та принципів інтеграції з іншими сферами знань. Це зумовлює актуальність теоретичного переосмислення PR як універсального інструменту стратегічної взаємодії в сучасному суспільстві, що потребує міждисциплінарного підходу та комплексного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Україна має мало вивчену проблематику вивчення зв'язки з громадськістю (PR) як інтегративної платформи в управлінні соціальними комунікаціями.

Формулювання цілей дослідження. Розкрити теоретичну сутність PR як міждисциплінарної галузі знань, що інтегрує концепції комунікативістики, соціології, психології, менеджменту, журналістики та інших наук. Охарактеризувати основні теорії PR-діяльності, зокрема моделі комунікації, теорії поведінки, масової комунікації, управління репутацією та взаємодії зі стейкхолдерами. Сформулювати комплексний підхід до управління соціальними комунікаціями на основі синтезу класичних і сучасних PR-теорій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теорія зв'язків з громадськістю (public relations, PR) охоплює дещо ширший спектр ніж просто вивчення взаємовідносин між організаціями та громадськістю, їхнім спілкуванням і взаємодією. Вона дійсно полягає у вивченні та управлінні взаємовідносинами між організацією (чи особою) та її цільовою аудиторією - громадськістю. Проте PR - це не лише об'єкт вивчення, а й практичний процес (рис.1) [1].

Теорія: вивчає, як формується громадська думка, які інструменти ефективні для комунікації, які моделі взаємодії існують (наприклад, модель Грюнінга: прес-агентство, інформаційна, двостороння асиметрична та симетрична).

Процес: включає планування, розробку стратегій, побудову повідомлень, реалізацію кампаній, оцінку їх ефективності та корекцію. Це все спрямоване на формування довіри, підтримки або зміни іміджу.

Рисунок 1 – Характеристика теорії зв'язків з громадськістю (public relations, PR) як науки, так і практичної діяльності [1]

Отже, зв'язки з громадськістю – це як наука, так і практична діяльність, що охоплює аналіз, планування, комунікацію й управління відносинами між організацією та її зовнішнім і внутрішнім середовищем.

Зв'язки з громадськістю (PR) є міждисциплінарною галуззю знань, що активно інтегрує концепти та методології з низки суміжних наук. Розглянемо

варіанти інтеграції зв'язків з громадськістю (PR) з комунікативістикою (теорія комунікації), журналістикоб, теорією інформації, соціологією, політологією, теорією менеджменту, психологією.

Теорія комунікації є фундаментом для PR, оскільки зв'язки з громадськістю передбачають цілеспрямовану, організовану комунікацію. У межах PR застосовуються як класичні моделі комунікації (Шеннон–Вівер, Лассвелл), так і сучасні теорії діалогічної, інтерактивної та мережевої комунікації. Зв'язки з громадськістю аналізують процеси передавання повідомлень, зворотного зв’язку, семіотики та символічної взаємодії [2].

Журналістика і зв'язки з громадськістю (PR) тісно пов’язані, оскільки обидві галузі працюють з інформаційним простором, проте мають різні функціональні орієнтири. Журналістика прагне до об’єктивного інформування громадськості, а зв'язки з громадськістю (PR) до стратегічного впливу на неї з метою формування позитивного іміджу організації. PR використовує журналістські формати (прес-релізи, прес-конференції), але з урахуванням організаційних інтересів.

Теорія інформації надає зв'язкам з громадськістю (PR) кількісно-якісні методи для аналізу ефективності комунікацій. Важливими є категорії ентропії, інформаційного шуму, ефективності кодування повідомлення. Зв'язки з громадськістю (PR) використовують ці знання для оптимізації каналів поширення інформації та подолання бар’єрів комунікації [3].

Соціологія забезпечує зв'язки з громадськістю (PR) інструментами аналізу соціальних структур, громадської думки, масової свідомості та соціальної стратифікації. Методи соціологічного дослідження (опитування, фокус-групи, контент-аналіз) широко застосовуються в зв'язках з громадськістю (PR) для вивчення цільових аудиторій, визначення їх потреб і очікувань [9].

У сфері політичного PR особливе значення мають теорії політичної комунікації, легітимації влади, маніпуляції, політичного маркетингу. Політологія дозволяє аналізувати, як комунікаційні стратегії формують політичні дискурси, впливають на електоральну поведінку та легітимізацію державних інституцій.

Зв'язки з громадськістю (PR) є важливою складовою системи стратегічного менеджменту. Вона забезпечує управління репутацією, кризовими ситуаціями, організаційними змінами та корпоративною культурою. Теорії менеджменту надають концептуальні рамки для планування PR-кампаній, визначення цілей, KPI, управління ресурсами та командною роботою [5].

Психологічні знання дозволяють PR-спеціалістам ефективно впливати на мотивацію, емоції, сприйняття та поведінку аудиторії. Важливими є теорії соціального впливу (Чалдіні), когнітивні теорії, теорія установок, концепції маніпуляції, а також психологія масової поведінки.

У результаті аналізу можна стверджувати, що зв’язки з громадськістю (PR) є складним міждисциплінарним феноменом, який синтезує теоретичні засади та інструментарій багатьох суміжних наук. Теорія комунікації забезпечує методологічну основу для розуміння процесів інформаційного обміну, журналістика – практичні формати взаємодії зі ЗМІ та аудиторією, а теорія інформації дозволяє кількісно вимірювати ефективність комунікаційних стратегій. Соціологія й політологія розкривають суспільно-політичний контекст PR, надаючи інструменти для аналізу громадської думки, соціальних структур і політичної поведінки. Теорія менеджменту інтегрує PR у загальну систему управління організацією, акцентуючи увагу на стратегічному плануванні, репутаційному менеджменті та антикризовій комунікації. Психологія ж розкриває глибинні механізми впливу на свідомість та поведінку цільових груп.

Таким чином, зв'язки з громадськістю (PR) функціонують як інтегративна платформа, що поєднує знання з різних галузей у єдину систему, орієнтовану на ефективне управління соціальними комунікаціями та побудову взаємовигідних стосунків між організаціями й громадськістю [6].

Існує кілька базових теорій PR-діяльності**,** які пояснюють механізми, моделі та стратегії зв’язків з громадськістю. Вони формують теоретичний фундамент для наукового осмислення і практичного застосування PR. Нижче подано найважливіші з них (табл.1) [3, 9].

Таблиця 1– Характеристика, практичне застосування теорій PR-діяльності

Базові теорії PR-діяльності	Характеристика, практичне застосування PR
Чотири моделі PR за Джеймсом Грюнінгом і Тодом Хантом	Це одна з найвідоміших і фундаментальних класифікацій: Прес-агентська модель (Press Agentry) — одностороння комунікація, головна мета — привернення уваги, часто без перевірки фактів. Типово для шоу-бізнесу. Публічна інформація (Public Information) — також одностороння, але базується на правдивій інформації. Характерна для державного сектору. Двостороння асиметрична модель — використання зворотного зв'язку, але з метою вплинути на аудиторію без зміни позиції організації. Двостороння симетрична модель — комунікація з урахуванням інтересів обох сторін, взаємна адаптація та діалог. Це етичний і стратегічно вигідний підхід.
Теорія систем (Systems Theory)	Розглядає організацію як відкриту систему, яка взаємодіє з оточенням. PR виконує функцію зворотного зв'язку, забезпечуючи адаптацію організації до змін середовища.
Теорія обміну (Social Exchange Theory)	Заснована на ідеї, що взаємодія між організацією та громадськістю відбувається на основі вигоди. Люди схильні підтримувати ті зв'язки, де баланс вигоди перевищує витрати.
Теорія управління репутацією	Фокусується на створенні, підтримці й захисті позитивного іміджу та довіри до бренду чи організації. Тут особливо важливі концепти «корпоративного іміджу», «брендингу» та «кризового PR».
Теорія масової комунікації і маніпуляції	Включає концепції впливу на громадську думку, управління масовою свідомістю через медіа, наприклад, агенду-сеттинг (agenda-setting), фреймінг (framing) та спіралі мовчання (spiral of silence).
Теорія стейкхолдерів (Stakeholder Theory)	PR розглядається як стратегічна діяльність, орієнтована на інтереси всіх зацікавлених сторін — клієнтів, працівників, партнерів, інвесторів, громади тощо.
Теорії взаємовідносин	
Теорія взаємовідносин (Relationship Management Theory)	розглядає PR як процес побудови, підтримання і розвитку довготривалих взаємовигідних відносин між організацією та її громадськістю. Основна мета — не лише інформування, а формування довіри, взаємоповаги й емоційної прихильності. Вона акцентує увагу на двосторонній комунікації, відкритості, чесності й взаємному зворотному зв'язку.
Теорія взаємовідносин (Relationship Management Theory)	Ця теорія розглядає PR як процес побудови, підтримання і розвитку довготривалих взаємовигідних відносин між організацією та її громадськістю. Основна мета — не лише інформування, а формування довіри, взаємоповаги й емоційної прихильності. Вона акцентує увагу на двосторонній комунікації, відкритості, чесності й взаємному зворотному зв'язку.
Теорія систем (Systems Theory)	Розглядає організацію як відкриту систему, яка постійно обмінюється інформацією із зовнішнім середовищем. У цьому контексті PR виконує функцію зворотного зв'язку, виявляючи загрози, очікування та настрої громадськості. Це дозволяє організації адаптуватися до змін, зберігаючи стабільність і репутацію.

Ситуативна теорія громадськості (Situational Theory of Publics, Дж. Грюнінг)	Ця теорія пояснює, чому й за яких умов люди залучаються до комунікації. Вона класифікує аудиторії за рівнем поінформованості, мотивації та активності: Активна публіка — усвідомлює проблему та активно реагує. Пасивна публіка — може отримувати інформацію, але не реагує. Незацікавлена публіка — не бачить проблему як актуальну. PR-стратегії будуються з урахуванням цих груп.
Підходи до розв'язання конфлікту (Conflict Resolution Approaches in PR)	У контексті PR ці підходи базуються на управлінні конфліктами між організацією та громадськістю. Розрізняють: Превентивні стратегії — моніторинг, діалог, раннє виявлення ризиків. Реактивні стратегії — публічне вибачення, компенсація, зміна політики. Колаборативні підходи — переговори, посередництво, пошук «win-win» рішень. Головна мета — відновити довіру і зберегти репутацію.
Теорії пізнання та поведінки	
Теорія механізму дії (Theory of Reasoned Action / Theory of Planned Behavior)	Розроблена Айзеном і Фішбейном, ця теорія пояснює, що поведінка людини є результатом свідомого наміру, який формується на основі особистих переконань (ставлення до дії), соціальних норм (очікування оточення), контролю над поведінкою (у версії TPB). PR використовує цю модель для прогнозування реакцій на кампанії та формування потрібних установок.
Теорія соціального обміну (Social Exchange Theory)	Базується на ідеї, що люди вступають у взаємодію, якщо вважають, що вигода перевищує витрати. У PR це означає, що організації повинні: створювати цінні пропозиції для громадськості, підтримувати взаємну вигоду, демонструвати повагу до інтересів аудиторії. Ця теорія є основою для побудови довготривалих відносин з громадськістю.
Теорія дифузії інновацій (Diffusion of Innovations Theory, Е. Роджерс)	Описує, як нові ідеї, продукти або поведінкові моделі поширюються у суспільстві. Вона класифікує людей на інноваторів, ранніх послідовників, більшість і відстаючих. PR-кампанії, орієнтовані на інновації (технології, бренди, соціальні зміни), враховують: стадії прийняття нововведень, роль лідерів думок, бар'єри сприйняття.
Теорія соціального навчання (Social Learning Theory, А. Бандура)	Ця теорія стверджує, що люди навчаються через спостереження за поведінкою інших і наслідками цієї поведінки. PR може використовувати: моделювання поведінки через ролики, кейси, інтерв'ю, соціальні приклади для зміни ставлень, принцип «нагорода/покарання» для формування очікуваної реакції аудиторії.
Модель удосконаленої правдоподібності (Elaboration Likelihood Model, Petty & Cacioppo)	Пояснює, як люди переконуються через два основні канали: Центральний шлях — логіка, аргументи, глибока обробка інформації. Периферійний шлях — емоції, авторитети, зовнішні сигнали (колір, музика, образи). Ця модель допомагає PR-спеціалістам визначити тип комунікації залежно від рівня зацікавленості аудиторії.

Теорії масової комунікації	
Теорія користі та задоволення (Uses and Gratifications Theory)	Ця теорія зосереджується на активній ролі аудиторії у споживанні медіа. Люди свідомо обирають ті канали й контент, які задовольняють їхні потреби, зокрема: інформаційні (знати більше), розважальні (відпочинок, емоції), соціальні (підтримка контактів), ідентифікаційні (пошук себе, рольові моделі). У PR ця теорія допомагає створювати контент, який відповідає очікуванням цільової аудиторії, підвищуючи ефективність комунікації.
Теорія формування “порядку денного” (Agenda-Setting Theory)	Сформульована Маккомбсом і Шоу, ця теорія стверджує, що медіа не кажуть нам, що думати – вони кажуть, про що думати. Тобто: медіа визначають теми, які стають суспільно важливими, частота й спосіб подачі інформації впливають на сприйняття значущості теми. Для PR це означає, що створення, просування та підтримка тем у публічному просторі – ключ до формування громадської думки та управління увагою аудиторії.

Аналіз базових теорій PR-діяльності свідчить про багатогранність та міждисциплінарність зв'язків з громадськістю як науково-практичної сфери. Усі представлені теорії – від класичних моделей Грюнінга до сучасних когнітивно-поведінкових і масово-комунікаційних підходів – формують концептуальний каркас для розуміння механізмів комунікаційної взаємодії між організацією та її громадськістю. Теорії комунікації (моделі PR, ситуативна теорія, системний підхід) визначають структуру, етапи та ефективність інформаційного обміну. Теорії поведінки (механізм дії, соціальне навчання, обмін, дифузія інновацій) пояснюють, як формується ставлення, мотивація і реакція аудиторії на PR-впливи. Теорії масової комунікації (користі та задоволення, порядок денний) дають розуміння впливу медіа на громадську думку та формування суспільного дискурсу. Репутаційні, конфліктологічні та стейкхолдерські підходи забезпечують стратегічне управління довірою, ризиками та інтересами різних аудиторій. Таким чином, сучасна PR-діяльність спирається на цілісну систему теоретичних моделей, що дозволяє глибоко аналізувати комунікаційне середовище, формувати ефективні стратегії впливу та адаптуватися до соціокультурних викликів [5].

Проведене дослідження підтверджує, що зв'язки з громадськістю є не лише

прикладною діяльністю, а й комплексною науковою дисципліною з розвиненою теоретичною базою. PR інтегрує знання з комунікативістики, соціології, психології, політології, менеджменту та теорії інформації, що дозволяє всебічно розглядати комунікаційні процеси між організаціями та громадськістю. Завдяки багатовимірному підходу PR виступає стратегічним інструментом формування іміджу, управління суспільною думкою, вирішення конфліктів і побудови довготривалих взаємовигідних стосунків. Це підтверджує важливість науково обґрунтованої PR-практики у сучасному інформаційно-комунікаційному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Замкова Н. Л., Поліщук І. І., Буга Н. Ю., Соколюк К. Ю. Поведінка споживачів: навч. посіб. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ.

2. Танасійчук А. М., Поліщук І. І., Громова О. Є., Бондаренко В. М., Гевчук А. В., Поліщук Н. В. Маркетинг: навч. посіб. Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с.

3. Танасійчук А. М. Маркетингові дослідження. Опорний конспект. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 66 с. + Електронна копія.

4. Бондаренко В. М., Танасійчук А. М. Рекламний менеджмент: опорний конспект лекцій. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2015. Ч.1, 2. 66с, 73с. + Електронна копія.

5. Бондаренко В. М., Танасійчук А. М. Рекламний та ПР-менеджмент: опорний конспект лекцій. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2015. Ч.1. 66 с. + Електронна копія.

6. Бондаренко В. М., Танасійчук А. М. Рекламний та ПР-менеджмент: опорний конспект лекцій. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2015. Ч.2. 53 с. + Електронна копія.

7. Замкова Н. Л., Поліщук І. І., Шарко В. В., Довгань Ю. В, Танасійчук А. М. Маркетинговий менеджмент. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2024. 266 с. + Електронна копія.

8. Танасійчук А. М. Методи оцінювання ефективності інтернет-комунікацій підприємств. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: Збірник наукових праць IX Міжнародної науково-практичної конференції. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 14-16 вересня 2021. Ч.3. С.147-159.

9. Гапоненко В. А. Зв'язки з громадськістю. М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». Київ : КНЕУ, 2015. 238 с.

УДК 316.77:355.48(477)

Якушевська О. В., кандидат економічних наук
ORSID https://orcid.org/0000-0001-9351-4200
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ІНФОРМАЦІЙНА СТІЙКІСТЬ, НАРАТИВИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті досліджується трансформація комунікаційних практик в умовах повномасштабної війни в Україні. Комунікація розглядається як один із ключових інструментів спротиву, мобілізації суспільства та формування національної єдності. Аналізуються нові ролі громадян в інформаційному середовищі, зміни у споживанні медіа, вплив соціальних мереж та блогерів, а також феномен довіри як основи інформаційної безпеки. Окрему увагу приділено культурним і мистецьким формам комунікації, брендингу України на міжнародній арені та ролі бізнесу у формуванні наративів. У роботі використано методи контент-аналізу, систематизації та порівняльного аналізу на основі даних соціологічних досліджень та прикладів з українського інформаційного простору 2022–2024 років.

Ключові слова: *інформаційна війна, комунікація, медіа, пропаганда, Україна, соціальні мережі, довіра, брендинг, волонтерство, культурний спротив*

Російсько-українська війна, що триває з 2014 року та набула повномасштабного характеру у 2022-му, стала не лише збройним, але й глибоко комунікаційним конфліктом. В умовах сучасного інформаційного суспільства війна ведеться не лише на фронті, але й у медіапросторі, де кожне слово може рятувати, а правда — впливати на хід історії. Саме в цьому контексті комунікація набуває рис стратегічної зброї, яка має вирішальне значення для національної безпеки, громадянської мобілізації та міжнародної підтримки.

На відміну від традиційного уявлення про комунікацію як передачу інформації, сьогодні вона постає як інструмент психологічного захисту, платформа національної єдності та засіб формування нової культурної ідентичності. Унікальність українського досвіду полягає в органічному поєднанні офіційних джерел інформації, громадянської журналістики, цифрових технологій і мистецьких форм протесту.

Метою цієї статті є аналіз ключових трансформацій у сфері комунікацій в умовах війни в Україні. Це дослідження демонструє, як змінилися функції медіа, як соціальні мережі стали полем для інформаційного спротиву, яким чином українське суспільство відреагувало на виклики пропаганди та фейків, і як культура та бізнес долучилися до формування позитивного міжнародного іміджу держави. Методологічну основу становлять якісні та кількісні методи, зокрема контент-аналіз цифрових платформ, аналіз соціологічних даних, приклади конкретних інформаційних кейсів та наративів.

Комунікація в умовах війни є багатогранним і динамічним явищем, яке охоплює як традиційні інформаційні практики, так і новітні форми цифрової взаємодії. Війна змінює саму суть комунікації – вона перетворюється з інструменту інформування на інструмент впливу, спротиву, згуртування й навіть виживання.

Інформаційна війна визначається як цілеспрямоване використання інформації з метою досягнення політичних, військових чи економічних цілей, включаючи дезінформацію, пропаганду, психологічний тиск. Згідно з працями таких дослідників, як М. Маклюен, Ж. Бодріяр, М. Кастельс, сучасні конфлікти

дедалі більше відбуваються в інформаційному просторі, а не лише на фізичному полі бою.

У цьому контексті комунікація виконує функцію інформаційного щита: вона захищає суспільство від паніки, фейків, маніпуляцій. Водночас вона є і мечем – зброєю наступу, здатною розвінчати пропаганду агресора та донести правду до міжнародної спільноти.

Комунікації під час війни тісно пов'язані з емоціями – страхом, надією, гнівом, солідарністю. Саме тому велика частина воєнного контенту апелює не стільки до фактів, скільки до почуттів. Психологічні теорії стверджують, що в умовах екстремального стресу люди шукають не лише інформацію, а й підтримку – і саме тому емоційно забарвлений контент (відео з фронту, історії порятунку, гумористичні меми) має такий потужний вплив.

Важливою є і роль наративів – послідовно структурованих історій, які пояснюють складні події через зрозумілі образи. Війна породила нові національні міфи, символи й «меми» (у широкому культурному значенні): Пес Патрон, «Привид Києва», «паляниця» тощо.

Цифрова комунікація в умовах війни поєднує онлайн і офлайн-простір, створюючи гібридну реальність. Соціальні мережі (Telegram, TikTok, Instagram, YouTube) стали основним полем битви за правду. Це середовище, де традиційні медіа втрачають монополію, а звичайні громадяни набувають сили «цифрових солдатів».

Український досвід демонструє унікальну здатність суспільства до самоорганізації та інформаційної мобілізації. Від індивідуальних постів до масштабних флешмобів і міжнародних кампаній – інформаційна активність стала формою спротиву, частиною стратегії національної безпеки.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну спричинило глибоку трансформацію інформаційного середовища. Медіа, соцмережі та самі громадяни стали активними учасниками інформаційної війни, виконуючи функції, які раніше належали лише журналістам, державним інституціям або військовим аналітикам.

Однією з найбільш яскравих змін стало перетворення звичайних українців на активних суб'єктів комунікації. Людина з телефоном перетворилась на мікромедіа: вона фіксує події, передає інформацію, розповідає історії. Цей феномен можна назвати «волонтерством на інформаційному фронті».

У доповідях, звітах та інтерв'ю часто згадується, що завдяки громадянській активності світ отримував перші кадри руйнувань в Ірпені, Бучі, Маріуполі. Кожен такий кадр – свідчення, що має вагу у міжнародному праві та в глобальній громадській думці.

Соціальні мережі під час війни стали ключовими каналами комунікації. Згідно з даними дослідження [2], понад 80% українців отримують новини саме через цифрові платформи.

Telegram – головна платформа для оперативної інформації. Канали типу «Труха Україна», «Блискавка» мають мільйонну аудиторію.

TikTok, Instagram – емоційна складова. Мем-контент, короткі відео, персональні історії швидко поширюються і створюють ефект «живої присутності».

YouTube – простір для аналітики, документалістики й глибоких розслідувань. Відомі українські журналісти та блогери використовують цю платформу для пояснення складних подій.

Ці зміни призвели до зниження ролі телебачення як основного джерела новин, особливо серед молоді.

Аналіз медіаактивності показує чіткий віковий розподіл:

- 18–29 років: Instagram, TikTok, Telegram.
- 30–49 років: Telegram, Facebook, YouTube.
- 50+ років: телебачення, Facebook.

Ці дані вказують на потребу багатоканальної комунікації. Комунікатори мають не лише адаптувати формат повідомлень під конкретну платформу, але й синхронізувати наративи у всіх каналах.

Від початку війни українське суспільство пережило кардинальний зсув: від пасивного читача – до активного творця контенту. Блогери, стрімери,

фотокореспонденти-аматори стали новими лідерами думок. Інформаційна система стала децентралізованою, що значно ускладнило ворогу можливість контролювати або атакувати її цілісно.

У контексті війни довіра до джерел інформації набула критичного значення. Вона стала не лише запорукою ефективної комунікації, але й засобом виживання – у буквальному значенні. В умовах постійної інформаційної атаки з боку агресора, масових фейків та спроб дестабілізації суспільства, лише довірені джерела могли забезпечити спокій, впевненість і згуртованість.

Соціологічні дослідження [2] показують, що найбільшу довіру українці в умовах війни виявляють до родини, друзів та особистих знайомств. Це явище характерне для кризових ситуацій: у моменти високої невизначеності люди шукають інформацію у найближчому колі, спираючись на емоційний і соціальний капітал.

Таке зміщення джерел довіри створює горизонтальні мережі комунікації, де передача інформації відбувається «від людини до людини», минаючи офіційні інституції. Це не лише ефективно, а й часто швидше за традиційні канали.

Після 2022 року значно зросла довіра до офіційних державних джерел, зокрема Офісу Президента, Генштабу ЗСУ, СБУ, телемарафону «Єдині новини». Їхня комунікація стала регулярною, зрозумілою, послідовною, що дозволило знизити паніку і підтримати бойовий дух.

Паралельно виник унікальний феномен – блогери, активісти, військові журналісти (наприклад, Сергій Стерненко, Юрій Бутусов, Олексій Лаченков) стали «голосами правди» для мільйонів. Їхня оперативність, людяність і прямота дозволили створити високий рівень довіри – навіть вищий, ніж до окремих телеканалів.

На тлі фрагментованого медіаполя телемарафон «Єдині новини» став символом узгодженості та централізованої інформаційної політики. Він виконує не лише інформативну, а й емоційно-психологічну функцію: підтримує відчуття контролю, зменшує тривожність, слугує ознакою стабільності в хаосі.

У цьому проєкті відбувається синергія державних повідомлень, журналістської аналітики та людських історій, що посилює довіру до офіційного наративу.

Одним із найбільш вражаючих досягнень українського комунікаційного фронту стало формування нового іміджу держави на міжнародній арені. До початку повномасштабної війни Україна сприймалась у світі здебільшого через призму пострадянського минулого, катастрофи в Чорнобилі чи спортивних перемог. Після 24 лютого 2022 року відбулося повне переформатування образу країни – з жертви геополітичної гри до суб'єкта героїчного спротиву, символу боротьби за свободу.

Українська комунікація транслює чітке і послідовне повідомлення: «Україна – це країна героїв, солідарності, технологій і гідності». Масштабна міжнародна підтримка – як урядова, так і громадська – багато в чому була досягнута саме завдяки ефективному комунікаційному супроводу.

Флешмоби, графіті, мурали, дипломатичні акції, виступи Президента України у парламентах світу – усе це стало потужним фактором впливу на громадську думку.

Однією з найбільш успішних інформаційних кампаній став міжнародний бренд-меседж «Be brave like Ukraine». Його можна було побачити на вулицях понад 140 міст світу, у вигляді білбордів, цифрових екранів, сувенірної продукції. Це приклад глибоко емоційної комунікації, яка активує універсальні цінності – свободу, хоробрість, солідарність.

До інформаційної дипломатії активно долучались українські митці, спортсмени, музиканти. Кожен їхній виступ, інтерв'ю чи нагорода ставали комунікаційним інструментом – від «Оскара» за фільм «20 днів у Маріуполі» до перемог Kalush Orchestra та Джамали.

Українські бренди – від «Укрзалізниці» до «Rozetka» – стали прикладом гуманітарного фронту. Їхня комунікація під час війни демонструвала відповідальність, турботу та ефективність. У міжнародному контексті ці бренди зміцнювали образ держави як організованої, людяної, інноваційної.

Також велике значення мали культурні проєкти: виставки, концертні тури, серії муралів, кампанії на підтримку переселенців. Усе це створювало багатогранний, глибоко людяний образ України, який виходив далеко за межі військових репортажів.

У війні за свободу особливої ваги набуває не лише зброя, а й культура. Мистецтво, музика, література, мова, одяг, гумор – це форми комунікації, які не лише передають сенси, але й формують ідентичність, зміцнюють моральний дух і слугують інструментами міжнародного впливу. Український досвід показав: культура – це не тил, а фронт.

Культура стала мовою опору, а митці – комунікаторами від імені народу.

- Музика: «Стефанія» гурту Kalush Orchestra перетворилась на новий гімн свободи; «Ой у лузі червона калина» у виконанні Андрія Хливнюка, підхоплена гуртом Pink Floyd, стала символом спротиву.

- Кіно: документальний фільм «20 днів у Маріуполі», який здобув «Оскар», став голосом тих, хто не зміг вижити – і тих, хто знімає правду попри небезпеку.

- Література: Сергій Жадан, Юрій Андрухович, Оксана Забужко стали не лише голосами епохи, а й культурними амбасадорами України на міжнародній арені.

Під час війни виникли нові народні символи – прості, емоційні, легко пізнавані:

- Пес Патрон – уособлення хоробрості й людяності;

- «Паляниця» – символ мовної ідентичності й розпізнавання «свого»;

- Півник із Бородянки, Привид Києва, трактор, що тягне танк – метафори спротиву, гумору й віри у перемогу.

Ці наративи поширюються через меми, графіті, принти на одязі – і формують новий культурний код.

Меми під час війни – це не лише розвага, а форма психологічного захисту. Гумор допомагає перетворити страх на силу, знецінити ворога, зберегти психічне здоров’я в умовах постійної небезпеки. Він перетворився на колективну психотерапію, яка об’єднує та підтримує.

Масове носіння вишиванок, футболок з тризубами, патріотичних слоганів – це невербальна комунікація, що транслює гордість, опір і національну єдність. Українські бренди випускають тематичні колекції, прибутки з яких ідуть на ЗСУ. Це поєднання естетики, ідеології й соціальної відповідальності.

Одним з найпотужніших феноменів комунікаційного ландшафту в умовах війни стала мобілізація українського суспільства як єдиного інформаційного організму. Громадяни, медіа, волонтери, митці, бізнес і державні структури діють синхронно – без централізованого керівництва, але в повному узгодженні. Ця «інформаційна самоорганізація» є прикладом стратегічної комунікації, що формує потужну горизонтальну систему національного спротиву.

З перших днів повномасштабної війни мільйони українців самоорганізувались: хтось почав готувати їжу для військових, хтось – фіксувати злочини окупантів, хтось – інформувати іноземну аудиторію. Така комунікація ґрунтується не на наказі, а на ціннісному імпульсі – на розумінні, що кожна дія має значення.

Українське суспільство продемонструвало унікальну модель «мережевої згуртованості», яка відображає одночасну присутність солідарності, швидкості й адаптивності.

Маріуполь, Буча, Ірпінь, Гостомель, Харків, Чернігів, Херсон – ці міста стали не лише географічними точками, але й символами незламності. Їхні назви трансформувалися у наративи: героїзму, трагедії, гідності.

Медіаактисти, документалісти, місцеві жителі поширювали історії, які створювали емоційне тло глобального сприйняття: кадри з Азовсталі, фото півника на шафці в Бородянці, свідчення тих, хто вижив із Бучі. Це була не просто інформація – це був меседж: «Ми живі. Ми боремось. Ми варті підтримки».

За даними різних досліджень, до волонтерства під час війни долучено понад 60% українців. Цей рух охоплює збір коштів, логістику, виготовлення амуніції, гуманітарну допомогу, ведення соціальних сторінок, інформаційні кампанії.

Комунікація волонтерів – це завжди про довіру, прозорість, людяність. Вони часто виконують роль «народних PR-менеджерів» ЗСУ, координуючи ресурси, наративи й емоції. Їхня діяльність є доказом того, що не лише медіа, а й конкретна дія формує інформаційний простір.

Війна в Україні стала не лише випробуванням на витривалість, але й

каталізатором масштабної трансформації у сфері комунікацій. Комунікація перестала бути лише каналом передачі інформації – вона стала зброєю, опорою, формою опору, способом єднання та інструментом міжнародного впливу. Зміни відбулися на всіх рівнях: від структури медіаполя до емоційного контенту, від довіри до особистих знайомств – до динаміки соціальних мереж і брендингу країни.

Головними характеристиками нової інформаційної реальності стали:

- Децентралізація комунікації: кожен громадянин перетворився на джерело інформації;

- Мобілізація довіри: горизонтальні мережі замінили централізовані медіа;

- Гібридність форматів: офіційні повідомлення поєднуються з мемами, документальним кіно, вуличним мистецтвом;

- Символічний капітал культури: музика, література, кіно й візуальні образи стали рівноправними інструментами спротиву;

- Міжнародна комунікація через дію: кожен культурний, економічний, політичний жест – це повідомлення світові про незламність і гідність.

Україна стала прикладом того, як нація може не лише вижити у війні, але й змінити глобальне уявлення про себе через силу слова, зображення, музики і правди.

У майбутньому ця модель може стати основою для переосмислення національної інформаційної політики, культури безпеки, освітніх програм та стратегії міжнародного брендингу. Комунікація в умовах війни – це не тимчасове явище, а нова реальність, яку українці вже опанували й продовжують вдосконалювати.

Список використаних джерел:

1. Азарова В. Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця : монографія / за заг. ред. Л. Компанцевої. – Київ : НА СБ України, 2021. – 500 с. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/items/010651d4-7b0d-405c-af4a-b20e024b2f4e (дата звернення: 07.05.2025).

2. InMind. Українські медіа, ставлення та довіра 2024 : результати загальнонаціонального дослідження / InMind ; на замовлення Internews Network. – Київ : Internews, 2024. – 102 с. URL https://drive.google.com/file/d/1kwsclr3Qm2QaqaIVv0_l4saWRFY_NXWb/view?fbclid=IwY2xjawGZtdJleHRuA2FlbQIxMAABHeDRAgL0x2IuaA0v_R5DO2x0MSeuM3Xn0L-5LCZZfMQPwEI2kAHUb4pJag_aem_NFjiaaXogBFH-91vYh-uAg&pli=1 (дата звернення: 05.05.2025).

3. Липовська Н., Сахарова К. Стратегічні комунікації в умовах війни: публічноуправлінський аспект. *Наукові перспективи*. 2023. № 10(28). С. 45–52. DOI: https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-6(48)-181-192. URL: http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/12754 (дата звернення: 07.05.2025).

4. Плахова Є. Кризова комунікація в соціальній роботі в умовах війни. *Соціопростір*. 2023. № 1. С. 85–92. URL: https://periodicals.karazin.ua/socioprostir/article/view/21437 (дата звернення: 06.05.2025).

5. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. Комунікація під час війни: довіра, правда, гібридні виклики. – Київ : Центр стратегкомунікацій, 2023. – 64 с. URL: https://spravdi.gov.ua (дата звернення: 05.05.2025).

УДК 338.48:659.2

Антонюк К. Г., доктор філософії за спеціальністю «Економіка», доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0003-4566-7792
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

У статті досліджено сутність та роль комунікацій у туристичному бізнесі як ключового інструменту взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності. Особлива увага приділена значенню сучасних цифрових технологій у забезпеченні ефективної комунікації. Обґрунтовано, що налагоджена система комунікацій є визначальним чинником успішності туристичного бізнесу в умовах високої конкуренції та змінного середовища.

Ключові слова: *туристичний бізнес, комунікації, клієнтоорієнтованість, маркетинг, цифрові технології, взаємодія.*

Постановка проблеми. Сучасний туристичний бізнес функціонує в умовах високої конкуренції, динамічних змін споживчих запитів і стрімкого розвитку цифрових технологій. У таких умовах ефективна комунікація стає критично важливим чинником не лише для залучення та утримання клієнтів, а й для побудови стійких партнерських відносин, репутаційного іміджу та оперативного реагування на зміни ринку. Проте на практиці багато туристичних компаній зіштовхуються з проблемами недостатньої уваги до стратегічного планування комунікаційної діяльності, що призводить до втрати лояльності клієнтів,

неефективного просування послуг і зниження конкурентоспроможності. Це зумовлює необхідність теоретичного обґрунтування та практичного аналізу сутності, функцій і значення комунікацій у системі туристичного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика комунікацій у сфері туризму є об'єктом досліджень багатьох українських та зарубіжних науковців. Теоретичні аспекти маркетингових і міжособистісних комунікацій розглядалися у працях таких вчених, як Аврята А. В., Прохоренко О. В., Брінь П. В, Ковшик В. І., Середа О. О., Дунська А. Р., Чорна К. В., Синєгуб П. С., Погоріла Ю. В. та Ковальська Л. А., Гострик О. М., Гапоненко Г., які акцентували увагу на специфіці комунікацій у сфері послуг, зокрема в туристичній діяльності. Водночас більшість наявних праць зосереджуються переважно на загальних питаннях комунікацій або маркетингу в туризмі, тоді як питання цілісного аналізу сутності комунікацій та їхнього стратегічного значення в сучасному туристичному бізнесі потребує подальшого вивчення, з урахуванням цифровізації та змін споживчої поведінки.

Мета статті полягає у з'ясуванні сутності комунікацій у туристичному бізнесі, визначення їх ролі в забезпеченні ефективної діяльності туристичних підприємств, а також обґрунтування значення комунікацій як ключового чинника конкурентоспроможності та клієнтоорієнтованості в умовах сучасного ринку туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу. Комунікація відіграє значну роль в туризмі. Комунікація в туризмі може розглядатися як спілкування, взаємодія, зв'язок між різними суб'єктами, передача інформації (повідомлень) або інформаційний обмін як процес, а також в прикладному плані – як спосіб трансляції знань (досвіду) [4, с. 491].

Це стосується туризму як комерційної діяльності з надання послуг, а також туризму як подорожей. Системна та якісна комунікація є умовою підвищення ефективності туризму, покращення туристичних стандартів та успіху туристичних підприємств [1, с. 241].

Комунікація в туризмі – це не просто обмін інформацією, а мистецтво

створення незабутніх вражень та побудови довготривалих відносин з клієнтами. Вона охоплює весь цикл взаємодії туроператора, турагента та туриста, починаючи від першого контакту і закінчуючи зворотнім зв'язком після подорожі [3, с.45].

Комунікації в туризмі є важливими, адже сприяє створенню довіри – ефективна комунікація допомагає клієнтам відчувати себе впевнено і комфортно, що є запорукою успішної подорожі; сформувати позитивний імідж – чітка і зрозуміла комунікація сприяє створенню позитивного іміджу туристичної компанії; збільшенню продажів – якісна комунікація перетворює потенційних клієнтів на реальних; підвищенню лояльності – задоволені клієнти рекомендують компанію своїм друзям і знайомим.

Комунікації в туризмі мають свої особливості, зокрема:

1. Міжкультурний аспект. Туризм – це міжнародна діяльність, що вимагає розуміння культурних особливостей різних народів.

2. Емоційний компонент. Подорожі пов'язані з емоціями, тому комунікація має бути не тільки інформативною, але й емоційно привабливою.

3. Використання різних каналів. Сучасний туризм використовує широкий спектр каналів комунікації: сайти, соціальні мережі, мобільні додатки, email-розсилки тощо.

Комунікація в туризмі – це не лише передача інформації, а важливий інструмент взаємодії між усіма учасниками туристичного процесу. Постачальники послуг мають інформувати клієнтів про пропозиції через сайти, рекламу, соціальні мережі та інші канали, формуючи привабливий образ дестинації.

Туристи також комунікують із місцевим середовищем, і така взаємодія відіграє значну роль у сприйнятті культури та традицій. Ефективна комунікація дозволяє краще розуміти потреби клієнтів, забезпечувати індивідуальний підхід, що сприяє задоволеності та лояльності туристів.

Використання нових інформаційних технологій та дистанційних комунікацій керівниками у процесі дистанційного менеджменту туристичного

підприємства дозволяє оперативно вирішувати різні завдання: від управління організацією чи підприємством, допомоги у прийнятті управлінських рішень до виконання поточних завдань. Взаємодія на всіх рівнях управління в дистанційному форматі вимагає постійної актуалізації ефективного інструментарію ведення ділових комунікацій, розподілу функцій і завдань з використанням сучасних інформаційних технологій [5, с. 128].

Важливість комунікацій в туризмі пояснюється такими її аспектами як створення довіри, адже, ефективна комунікація допомагає клієнтам відчувати себе впевнено і комфортно, що є запорукою успішної подорожі; формування позитивного іміджу, оскільки чітка і зрозуміла комунікація сприяє створенню позитивного іміджу туристичної компанії; збільшення продажів, завдяки якісній комунікації потенційні клієнти (туристи) перетворюються на реальних; підвищення лояльності – задоволені клієнти рекомендують компанію своїм друзям і знайомим.

Туристичний менеджмент характеризується наявністю комунікативної складової. Багатство, точність, змістовність, інформативність комунікації забезпечують вербальні та невербальні її форми, кожна з яких володіє відповідним набором засобів. Водночас комунікація разом з інтеракцією і перцепцією характеризують процес спілкування. Неабияку роль у змістовому наповненні комунікативної складової туристичного менеджменту належить технологіям і інструментам комунікативного менеджменту. Зокрема, такі його технології, як пропаганда, «паблік рілейшнз», ситуаційна модель керування комунікаціями є цілком прийнятними і для туристичних підприємств. Це дає змогу стверджувати, що різноманітність форм комунікації, їх точний добір сприятимуть підвищенню ефективності туристичного менеджменту, а, відтак, подальшому розвитку індустрії туристичної галузі як однієї з перспективних з економічної, культурної, соціальної точок зору [6].

Сучасна комунікація стабільно прогресує відповідно до розвитку технологій. З цієї причини суспільство обирає віртуальні засоби комунікації, які пропонують різні комунікаційні платформи. Для контенту, формату та пошуку

інформації в інтернеті використовуються різні технічні платформи [2, с. 58]. Крім того, важливою складовою ефективної комунікаційної складової діяльності туристичних підприємств є розробка стратегії комунікації. Узагальнюючи досвід у галузі формування стратегії маркетингових комунікацій, науковцями Соколовою Ю. О. та Кисельовою К. О. розроблено послідовність етапів її розроблення та реалізації для підприємства, яке планує свою комунікаційну діяльність у мережі Інтернет (рис. 1) [7, с. 97].

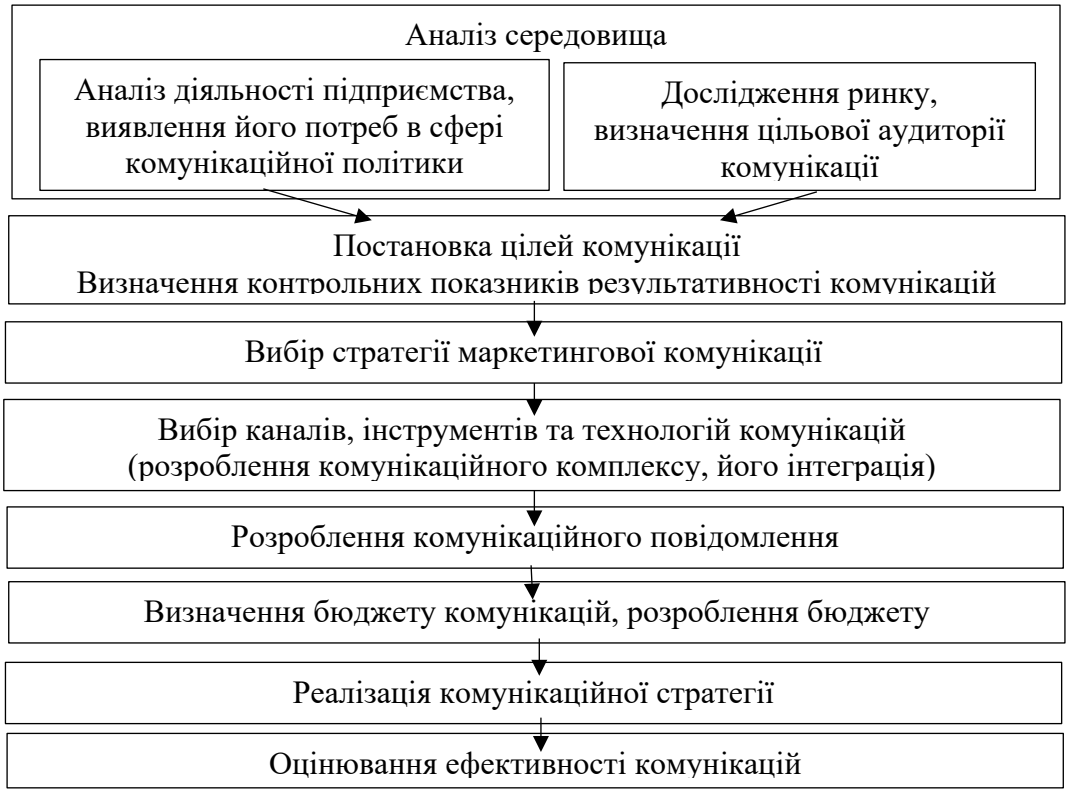


Рисунок 1 – Пропонована послідовність етапів розроблення та реалізації стратегії маркетингових комунікацій в мережі Інтернет [7, с. 97]

Стратегію маркетингових комунікацій необхідно розглядати як певний комунікаційний мікс, тобто «суміш» інструментів, каналів, технологій комунікації, які визначаються станом зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства та умовами їх взаємодії, що визначають можливості реалізації комунікаційних цілей підприємства. Дослідження свідчать про те, що в мережі Інтернет комунікація має низку особливостей, пов’язаних із характером взаємодії між підприємством та його контактними аудиторіями.

Аналізуючи дану поетапність, запропоновану науковцями Соколовою Ю. О. та Кисельовою К. О. [7, с. 97], вважаємо, що її застосування є можливим та адаптивним до підприємств туристичного бізнесу. Така адаптація пропонованих етапів формує процес розробки комунікаційної стратегії туристичного підприємства. Виходячи з цього, основними завданнями маркетингової комунікаційної стратегії будуть наступні (рис. 2):

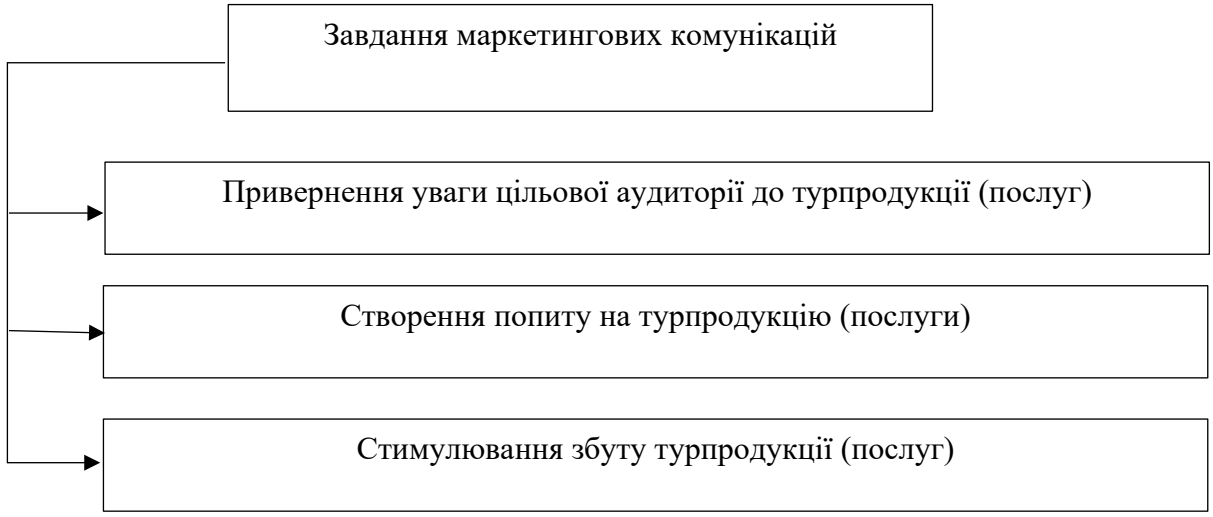


Рисунок 2 – Завдання маркетингової комунікаційної стратегії туристичних підприємств

Окремої уваги заслуговують бізнес-комунікації, що виконують функцію підтримки та розвитку підприємницької діяльності та мають переважно ділове спрямування. Серед основних типів бізнес-комунікацій виділяють: комерційні, які забезпечують взаємодію підприємства з клієнтами, партнерами, постачальниками та посередниками; інституційні, що спрямовані на комунікацію з державними структурами, фінансовими установами, засобами масової інформації тощо; конкурентні, які охоплюють взаємозв’язки між конкуруючими компаніями. Об’єктами просування в межах бізнес-комунікацій виступають як сама компанія та її працівники, так і бренд, імідж та ділова репутація. У цілому засоби бізнес-комунікацій можна розподілити на чотири основні види (табл. 1): іменні; організаційні; поліграфічні; електронні.

Таблиця 1 – Основні засоби бізнес-комунікацій турпідприємства

Іменні	Організаційні	Поліграфічні	Електронні
– назва компанії; – логотип компанії; – місце розташування компанії; – види діяльності компанії; – персонал; – корпоративний стиль	– зв'язки з громадськістю: прес-конференції; презентації; публічне підписання договорів; – виставки; – пресрелізи; – рекламні акції	– постери та реклама на різних носіях; – візитні картки, ЗМІ; – сувеніри; – буклети, каталоги	– Інтернет-сайт; – сторінки в соціальних мережах; – масмедіа; – телефон (callcenter); – E-mail

У процесі розроблення стратегії бізнес-комунікацій необхідно насамперед провести попередні аналітичні заходи, спрямовані на визначення ринкової ніші та громадської думки про туристичне підприємство, його продукти в туристичному ринковому сегменті. Однією з форм збирання відомостей є анкетування або опитування, які повинні забезпечити отримання об'єктивної оцінки ставлення споживачів до певного турпродукту. Подібне дослідження проводиться з метою з'ясування, де, коли та що спонукало споживача до вибору певного туристичного продукту, чи був цей вибір випадковий, що привернуло увагу. Також слід визначити, чи дійсно ті засоби бізнес-комунікацій, які використовує підприємство, сприяють виходу на потенційних клієнтів (туристів).

Висновки і перспективи подальших досліджень. У результаті проведеного дослідження встановлено, що комунікації відіграють ключову роль у забезпеченні ефективної діяльності туристичних підприємств. Вони виступають основою взаємодії між компанією та споживачами, формують імідж бренду, сприяють підвищенню рівня довіри й лояльності клієнтів, а також забезпечують оперативне реагування на зміни ринкового середовища. Сучасні тенденції, зокрема цифровізація, персоналізація обслуговування та зростання впливу соціальних мереж, вимагають від туристичних компаній впровадження нових підходів до комунікаційної політики. Водночас встановлено, що в науковій літературі недостатньо комплексно розглянуто взаємозв'язок між

комунікаційними стратегіями та конкурентоспроможністю туристичних підприємств, а також вплив новітніх технологій на якість та ефективність комунікацій, що може бути актуальним при подальших дослідженнях даної тематики.

Список використаних джерел:

1. Бугіль С. Я. Роль маркетингових комунікацій у розвитку туризму та підвищенні конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації :* тези доп. IX Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Київ, 14-15 квіт., 2022 р.). Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2022. С. 239-242.

2. Глазова С., Ліпич В., Горбенко І. Мовні аспекти комунікації в інтернет-середовищі: виклики та перспектив. *Вісник науки та освіти*. 2023. №. 9 (15). С. 49-61.

3. Голованова М., Каменєва З. Лояльність клієнтів і метрики її вимірювання. *Маркетинг в Україні*. 2019. №1. С. 43-46.

4. Жила В. Б. Види та шляхи розвитку комунікації в туризмі. *Проблеми та перспективи розвитку бізнесу в Україні:* матер. III Міжнар. наук.-практ. конф. Молодих вчених і студентів (м. Львів, 2 березня 2023 р.). Львів : Львівський торговельно-економічний університет. 2023. С. 490-492

5. Котис Н. Дистанційний менеджмент: особливості комунікацій. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах війни та післявоєнної відбудови України:* Всеукр. наук.-практ. конф. З міжнар. участю. (Тернопіль, 31 трав. 2022 р.). Тернопіль : ЗУНУ, 2022. С. 126-130.

6. Маковецька Н. В., Сидорук А.В. Сутність комунікативної складової туристичного менеджменту. *Економіка та суспільство.* 2021. Вип. 29. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/555/533 (дата звернення: 08.05.2025)

7. Соколова Ю. О., Кисельова К. О. Особливості стратегії маркетингових комунікацій підприємства в мережі Інтернет. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво.* 2019. № 6 (111). С. 96-100.

УДК 664.69:615.874

Божок О. С., кандидат технічних наук
ORCID https://orcid.org/0009-0004-5127-2775
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА БЕЗГЛЮТЕНОВИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

Актуальність дослідження зумовлена зростанням поширеності целіакії, непереносимості глютену та зростаючим попитом на безглютенову продукцію серед широких верств населення, включаючи прихильників здорового харчування. Створення якісних безглютенових виробів функціонального призначення залишається актуальною науковою і практичною проблемою. Вона потребує пошуку ефективних технологічних рішень для підвищення харчової цінності, поліпшення органолептичних властивостей і забезпечення стійкості продукції при зберіганні. Отримані дані можуть бути використані для вдосконалення рецептур безглютенових продуктів з урахуванням вимог до харчової та споживчої цінності.

Ключові слова: *безглютеновий хліб, безглютенове борошно, глютен, хлібопекарські властивості, текстура.*

Постановка проблеми. Аналіз виробництва безглютенових продуктів функціонального призначення показує, що на сьогоднішній день основну частку ринку безглютенових продуктів харчування в Україні займають вироби імпортного виробництва, що свідчить про актуальність розробки та впровадження вітчизняних технологій та рецептур виготовлення безглютенових продуктів. Впровадження у виробництво нових технологій з використанням рослинної сировини функціонального призначення для кафе, ресторанів та інших закладів громадського харчування є також актуальним завданням у зв’язку з розвитком туристичного бізнесу в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найпростіший спосіб створення безглютенових виробів, що органолептично імітують традиційні глютенвмісні кондитерські та хлібобулочні вироби, є розробка технологій на основі нативних крохмалів (із безглютенової сировини) з додаванням гідроколоїдів та хімічних розпушувачів.

Такий підхід є дуже прийнятним для кондитерської борошняної продукції, оскільки дозволяє отримувати вироби, які за структурою та органолептикою не поступаються традиційним [4]. Проте, для хлібобулочного виробництва приготування виробів із пружною пористою хлібною м'якушкою вимагає як основу використовувати не крохмалі, а безглютенове борошно, що свідчить про актуальність дослідження.

Мета статті: аналіз сучасних технологій виробництва безглютенових кондитерських та хлібобулочних виробів.

Виклад основного матеріалу. Міжнародна комісія Codex Alimentarius ВООЗ визначає клейковину (глютен) як фракцію білків, які отримані з пшениці, ячменю, жита, вівса чи їх гібридів, відсутність толерантності до якої знайдена у деяких групах населення і яка не розчиняється у воді та 0,5 М розчині NaCI [2]. Білки складають 75-86 %-ків сухих речовин клейковини, а залишок - вуглеводи і ліпіди, які приєднались до глютенової матриці. Клейковина містить дві білкові фракції - глютенін та гліадин. Внаслідок гідратації остання утворює грубу, резиноподібну масу, в той час як при гідратації глютеніну утворюється в'язка рідка маса. Таким чином, внаслідок присутності вказаних двох компонентів, клейковина характеризується когезивністю і еластичністю. Безглютенове тісто більш рідке, ніж тісто з пшеничного борошна, і за своєю консистенцією подібне до тіста кексів. Клейковина зумовлює більшість визначальних і важливих властивостей тіста, а саме розтяжність, стійкість до розриву, сприяння перемішуванню, газоутримуючу здатність. Клейковину іноді називають «структурним» білком, необхідним для виробництва хлібобулочних виробів. Відсутність клейковини призводить до отримання тіста рідкої консистенції і хліба з крихкою текстурою з поганим кольором і рядом інших дефектів [3].

Наразі більшість розроблених рецептур хліба містять безглютенове борошно (або їх суміш), крохмалі (або без них), структуроутворювачі (гідроколоїди), а технології потребують проведення не хімічного, а біологічного способу розпушення тіста, тобто дріжджового бродіння.

Світовий досвід виробництва безглютенових продуктів свідчить, що промисловий випуск безлютенових продуктів здійснюють такі фірми, як Dr. Shar (Італія), Glutano (Німеччина), Finax (Швеція), Moilas, Valio (Фінляндія) та ін. Вони пропонують досить широкий вибір продуктів для харчування хворих на целіакію – хліб, макаронні вироби, печиво, основи для піци, суміші для випічки та ін. Такі продукти запатентовані, їх відрізняє наявність на упаковці маркування «gluten-free».

На сьогоднішній день в Україні кількість виробників, які займаються виробництвом безглютенової продукції має тенденцію до зростання. На вітчизняному ринку можна зустріти продукцію, з надписом «Gluten free» – «вільний від глютену». Крім того, для виробників розроблено та діє з 2017 р. знак якості «Перекреслений колосок», який свідчить, що виробник дотримується всіх європейських стандартів для виготовлення безглютенових продуктів та перевіряється за усіма правилами і проходить контроль на виробництві. На рис. 1 зображено знак якості «Перекреслений колосок» на безглютенові продукти.

Рисунок 1 – Знак якості «Перекреслений колосок»

Крім того, в Україні існує «Українська спілка целіакії», заснована в 2007 р., яка займається діагностикою споживачів з непереносимістю глютену та дозволяє визначити чи шкодить їм глютен, чи треба їм обстежуватися. «Українська спілка

целіакії» офіційний член асоціації європейських спілок целіакії (AOECS) і правовласник торгової марки «Перекреслений колосок» (Crossed Grain TM), що гарантує якість та безпеку продукції без глютену на міжнародному рівні [1].

Потрібно відмітити, що в Україні розроблено та діє стандарт CODEX STAN 118-1979 на безглютенову продукцію, який містить нормовані показники якості такої продукції та дозволяє визначити вміст глютену. Відповідно до діючого стандарту, продукти не повинні містити глютен або повинні не перевищувати встановлену норму 20 мг/кг.

Відомо, що тісто хліба може лише тоді утримувати газ, коли інші гідроколоїди заміщують глютен. Виготовлення безглютенових вермішелі і макаронів надзвичайно складне завдання, зважаючи на те, що глютен зумовлює утворення міцної білкової матриці, яка захищає вироби від розчинення при приготуванні їжі. Проблеми, які виникають під час розробки безглютенових хлібо-булочних виробів і макаронів, менш характерні для печива і бісквітів, в яких більше значення має желатинізація крохмалю [3].

Для виробництва безглютенових харчових продуктів використовуються різні підходи, включаючи застосування певних типів крохмалю, гум та гідроколоїдів, псевдозлакових, молочних продуктів, білків, які не містяться в клейковині, пребіотиків та інших інгредієнтів, які забезпечують покращення текстури, смаку і подовжують термін придатності виробів [3].

Вирішенню проблеми вдосконалення технологій безглютенових хлібобулочних та борошняних кондитерських виробів присвячено роботи вітчизняних та закордонних вчених, таких як: В. Дробот, А. Дорохович, О. Шаніної, В. Дорохович, N.Aguilar, C. Cappa, E. Arendt, R. Moreira, E. Gallagher, C. Rosell та ін. Для компенсації відсутньої клейковини, вченими запропоновано використовувати функціональні можливості інших рецептурних компонентів та новітніх технологічних процесів (використання білкових добавок, ферментних препаратів, ВТО, екструдування та пророщування сировини, заквашування тіста та ін.).

Для поліпшення текстури виробів з борошна в хлібопекарській промисловості застосовують крохмалі і гідроколоїди. Крохмаль, отриманий з рису, характеризується відсутністю клейковини, низьким вмістом натрію і великою кількістю низькомолекулярних вуглеводів [3]. Проте, відсутність клейковини викликає певні технологічні ускладнення, для усунення яких використовують гідроколоїди, включаючи ГПМЦ, КМЦ, гуарову і ксантанову гуму, карагенани, агар тощо [3]. Гуми та згущувачі виконують у безглютенових виробах різні функції, включаючи драглеутворення і згущення, утримання вологи і покращення текстури [3].

Одним з перспективних напрямків виробництва безглютенових виробів є використання комбінацій гідроколоїдів, які виконують різні функції. Так, присутність гуарової гуми приводить до отримання більш рівної структури м'якушки, а включення в рецептуру гуми рожкового дерева забезпечує збільшення висоти буханки хліба, і обидва ці інгредієнти затримують черствіння хліба. Оптимальний рівень цих гум становить 2-4 %. З метою покращення якості безглютенового хліба використовують також модифікований рисовий крохмаль із різним ступенем гідролізу. Його вміст у кількості 3-9% забезпечує відмінний колір виробів, зменшення твердості м'якушки і швидкості черствіння [3].

Як приклад, рецептура виробника безглютенового хліба Dr. Shar (Італія) – містить такі сировинні інгредієнти як, вода, кукурудзяний крохмаль, рисове борошно, олія, цукор, загусники: гуарова камедь та гідроксипропілметилцелюлоза, люпиновий білок, дріжджі, сіль, яблучна клітковина, ароматизатор, емульгатор: моно- та діацетиловий ефір. Загалом в рецептурі зазначено, що використання молока при розробці безглютенових хлібобулочних виробів не слід уникати, але рекомендується виготовляти вироби, які не містять лактозу. Казеїнат натрію, молочний білковий ізолят та інші інгредієнти, які містять малу кількість лактози, дозволяють збільшити об'єм виробів і зміцнити м'якушку, поглибити забарвлення скоринки [3]. Ці вироби мають темний колір скоринки і білий м'якушки.

В технології безглютенових хлібобулочних виробів важливе місце займають харчові волокна. У безглютенових продуктах, які звичайно отримують з очищеного крохмалю, міститься невелика кількість харчових волокон, і хворі на целіакію відчувають дефіцит їх і інших важливих нутрієнтів [3]. Тому збагачения харчовими волокнами є важливим фактором при розробці технологій безглютенових харчових продуктів. Інулін в технології безглютенових виробів відіграє роль пребіотика, стимулюючи ріст корисних бактерій в кишківнику. При додаванні його до безглютенового хліба збільшується стійкість тіста, об'єм хліба, поліпшуються різальні властивості виробів, і утворюється м'якушка з відмінною текстурою [3]. Галахер та співавт. застосували добавку 8% інуліну у технології безглютенового хліба. Це дозволило збільшити вміст харчових волокон з 1,4% до 7,5%-ка і отримати скоринку з більш інтенсивним забарвленням внаслідок утворення фруктози при частковому ензиматичному гідролізі інуліну, яка інтенсивно вступає в реакції Майяра і карамелізації. Швидке черствіння є чи не найголовнішим недоліком безглютенових хлібобулочних виробів. Наявність гідроколоїдів, емульгаторів (моногліцеридів) та а-амілази дозволяє збільшити термін придатності не тільки звичайних, але й безглютенових виробів. Вважається, що для гальмування черствіння безглютенових хлібобулочних виробів необхідно вносити а-амілазу із середньою термічною стабільністю для запобігання надлишкового утворення декстринів і руйнування структури м'якушки [3].

Останніми роками все більшого значення набуває застосування псевдозлакових для виробництва хлібопекарських, макаронних і борошняних кондитерських виробів, зокрема, амаранту, гречки, квіноа, які забезпечують значне зростання харчової цінності цих продуктів. Вміст білків у псевдозлакових є більшим, ніж у пшениці та інших злакових. Крім того, білки амаранту, квіноа та гречки, в основному, складаються з глобулінів і альбумінів і майже не мають проламінів – основних білків злакових культур, які є токсичними для хворих на целіакію.

Псевдозлакові містять значну кількість харчових волокон, є відмінним джерелом вітамінів В та Е, рибофлавіну, фолієвої кислоти, тіаміну, піродоксину, мікроелементів магнію, заліза, кальцію, гострий дефіцит яких відчувають хворі на целіакію. Застосування квіноа, амаранту та гречки перспективне в технологіях харчових продуктів із зниженим глікемічним індексом. Але інгібітори пептидаз, які містять гречка, здатні викликати алергічну реакцію, зокрема астму, лихоманку, анафілактичний шок. Тому слід враховувати кількість гречки, яка додається до рецептур безглютенових виробів. Заміна картопляного крохмалю борошном цих псевдозлакових приводить до помітного зростання у безглютеновому хлібі кількості білків, харчових волокон, кальцію, заліза та вітаміну Е. При застосуванні гречки та квіноа істотно зростає об'єм хліба, а всі вироби, виготовлені з псевдозлаковими, характеризуються відмінною якістю м'якушки [3]. Борошно амаранту застосовують для виробництва безглютенових бісквітів, крекерів та печива. Хрусткість печива зменшується в ряду гречка>квіноа>амарант, а вироби, які містять амарант та гречку, мають відмінні сенсорні характеристики. Квіноа, амарант та гречка також використовуються для виробництва безглютенових макарон та спагеті [3].

Звичайно, для виробництва безглютенового печива, бісквітів та кексів використовують крохмаль рису, картоплі, сої, кукурудзи, гречки, проса, сорго, а також різні джерела жирів . Для виготовлення кексів, призначених для хворих на целіакію, пшеничне борошно повністю або частково заміщують на борошно із сорго [3].

Суміш рисового, кукурудзяного та картопляного крохмалів разом з мікроінкапсульованими молочними інгредієнтами з високим вмістом жирів дозволяє отримати бісквіти, якість яких є подібною до виробів, виготовлених з пшеничного борошна. Заміна його на суміш з 70%-ків борошна лушпинного рису, 10%-ків кукурудзяного, 10%-ків картопляного крохмалю і 10%-ків соєвого борошна дає відмінні результати. Борошно амаранту також застосовують у виробництві безглютенових бісквітів [3].

Висновки і перспективи подальших досліджень. З метою розширення асортименту та удосконалення технологій виробництва продуктів функціонального призначення, є актуальними розробки, впровадження інноваційних технологій та рецептур виготовлення безглютенових продуктів. Такі розробки є актуальними з огляду на зростаючу кількість споживачів із целіакією, глютеновою непереносимістю, а також прихильників здорового способу життя. Сучасні тенденції у харчовій промисловості орієнтовані на створення безпечних, збалансованих за хімічним складом та високоякісних за органолептичними показниками продуктів.

Особлива увага приділяється використанню альтернативної сировини – таких як борошно з рису, гречки, кукурудзи, амаранту, кіноа, а також природних загущувачів, харчових волокон і ферментів, які дозволяють поліпшити текстуру, зовнішній вигляд і поживну цінність готової продукції. Важливим напрямом є застосування технологій екструзії, мікрокапсулювання, ферментації та біоактивації компонентів для підвищення біодоступності поживних речовин. Розвиток технологій виробництва безглютенових продуктів не лише задовольняє потреби споживачів із дієтичними обмеженнями, але й сприяє формуванню культури здорового харчування в суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Українська спілка целіакії. URL: https://celiac.org.ua (дата звернення: 10.04.2025р.)

2. The Codex Alimentarius, or «Food Code». URL: https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius (дата звернення: 10.04.2025р.)

3. Полумбрик М. О. Вуглеводи в харчових продуктах і здоров'я людини. К: Академперіодика, 2011. 487 с

4. Юдіна Т., Романенко Р., Безрученко О. Підвищення технологічного потенціалу аглютенової борошняної сировини. *Товари і ринки*. 2020. № 4 (36). С. 93–103.

УДК 338.4

Вівсюк І. О., доктор філософії за спеціальністю «Економіка»
ORCID https://orcid.org/0000-0001-9170-0886
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті досліджено теоретичні аспекти послуг підприємств готельного господарства, розкрито їхню сутність як специфічного виду економічної діяльності, що спрямована на задоволення потреб споживачів у тимчасовому розміщенні та супутніх сервісах. Особливу увагу приділено дослідженню класифікації послуг готельних підприємств. Визначено значення систематизації послуг для ефективного управління діяльністю готельних підприємств, розробки маркетингових стратегій та підвищення рівня задоволеності клієнтів.

Ключові слова: *готельне господарство, послуги, сутність послуг, класифікація послуг, основні послуги, додаткові послуги.*

Постановка проблеми. Готельно-ресторанний бізнес доволі швидко реагує на будь-які зміни економічного та соціального напрямку. Проблема відновлення та розвитку індустрії гостинності в сучасних умовах, значно ускладнена наслідками пандемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення, потребує чіткої взаємодії, консолідації діяльності підприємств сфери послуг, пошуку нових шляхів співробітництва, одним з яких є інвестування. Незважаючи на повномасштабне вторгнення, готельна галузь продовжує залишатись привабливою для закордонних інвесторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні науковці Грищенко М. Ю., Копейченко Є., Куниця К., Рогова Н. В., Окіпна А. А., Рябенька М. О., Чагайда А. О. у своїх працях досліджують питання діяльності підприємств готельного господарства, класифікації готельних послуг, акцентуючи увагу на особливості класифікації додаткових послуг. В умовах технологічного розвитку та важливості оновлення стандартизації дане питання залишається актуальним.

Мета статті полягає у поглибленому дослідженні сутності послуг підприємств готельного господарства та розробці комплексної і систематизованої класифікації цих послуг, що відображає сучасні тенденції розвитку галузі та потреби споживачів.

Виклад основного матеріалу. У сучасному конкурентному середовищі готельної індустрії, важливо мати унікальну концепцію, інноваційні ідеї та високий рівень обслуговування, щоб виділитися серед інших готелів і привернути увагу вибагливих гостей [3].

Ринок готельно-ресторанних послуг динамічно розвивається відповідно до нових запитів клієнтів, що призводить до спеціалізації закладів розміщення при одночасному прагненні підкреслити індивідуальність та унікальність. Подальший розвиток індустрії гостинності вже практично неможливий без використання сучасних технологій по залученню клієнтів, водночас акцент на додаткові послуги може стати вирішальним фактором обрання закладу розміщення. Заклади готельно-ресторанного бізнесу для підвищення конкурентоспроможності та привабливості постійно розширюють асортимент послуг на основі застосування технічних та соціальних інновацій [5].

Помилково створюється враження, що послуги готельного та ресторанного господарства задовольняють потреби нижчого рівня піраміди потреб Маслоу − потреби сну й голоду, а саме фізіологічні потреби, що доповнюються хіба що потребою в безпеці клієнта або його майна. Проте у міру задоволення елементарних потреб готельні та ресторанні послуги задовольняють потреби вищого рівня, наприклад:

– суспільні потреби – приналежність до групи людей, які користуються послугами закладів вищого рівня обслуговування;

– потреби поваги й визнання − здатність користуватися перевагами «постійного клієнта»;

– потреби самореалізації – матеріальна здатність користуватися послугами готельно-ресторанного господарства тощо [4].

Найвагомішою складовою готельної індустрії сміливо можна вважати

послуги, що пропонуються у готелях, готельних комплексах, хостелах. Враховуючи категорію готелю асортимент та цінова політика послуг варіюється, проте не зважаючи на це всі послуги, що надаються засобами розміщення можна поділити на основні, до яких належать проживання, харчування та додаткові послуги [1].

Додаткові послуги готельного підприємства можна класифікувати за метою задоволення потреб гостя, частотою попиту, економічною ознакою, за формою організації їх надання. Різноманітність додаткових послуг залежить як від рівня комфорту готелю, так і від його спеціалізації. Готелі можуть надавати додаткові послуги самостійно, використовуючи власну інфраструктуру, а можуть використовувати послуги інших підприємств на договірній основі (комунально-побутових, транспортних, банківських, торговельних тощо). До елементів інфраструктури готелю, що забезпечують можливість розвитку додаткових послуг, належать: фотоательє, більярд, обмін валют, конференц-зал, бізнес-центр, казино, паркування, пральня, хімчистка, перукарня, фітнес-центр, пункт першої медичної допомоги, сауна, обслуговування в номерах, бронювання авіаквитків, бронювання залізничних квитків, нічний клуб, казино, магазин і торговельні кіоски, кредитні картки, басейн.

Сучасними тенденціями є те, що готелі прагнуть створити таку інфраструктуру для надання якісних додаткових послуг, щоб клієнт найбільше часу проводив у готелі, користуючись саме його послугами [2]. Найбільш розповсюдженими можна вважати такі додаткові послуги, як [1]: користування більярдною, спортивним залом; користування басейном, банею, сауною; користування камерою зберігання чи сейфом; оренда конференц-залу або інших приміщень; ремонт одягу та взуття, прання та хімчистка; послуги перукаря; доставка квітів та подарунків; продаж друкованої та сувенірної продукції; прокат автомобілів; виклик таксі; прокат різноманітного інвентаря, побутових приладів; продаж квитків на транспортні чи розважальні послуги; організація екскурсій; замовлення послуг перекладачів та гідів; замовлення місць в ресторанах міста.

Незважаючи на розмаїття асортименту додаткових послуг, їх доцільно розділити на групи [2]:

І. Залежно від сфери задоволення попиту:

1. Послуги, які покращують знаходження гостей у готелі та туристичній зоні: інформаційні послуги; комунальні та побутові; посередницькі; сервіси для автотуристів; надання друкованих матеріалів і настільних ігор; продаж різних товарів; прокат спортивного та пляжного обладнання, друкарських машинок, автомобілів, техніки для копіювання тощо; зберігання кореспонденції та цінностей.

2. Послуги, які розширюють знання туристів про регіон та країну (зустрічі, організація екскурсій, переглядів фільмів, святкових заходів на честь національних свят).

3. Послуги, які покращують комфорт у номерах, включають доставку закусок і напоїв, медичні та косметичні процедури, установку додаткового обладнання, організацію спортивно-оздоровчих заходів, а також створення умов для проведення конференцій тощо.

4. Послуги, які відповідають специфічним потребам гостей, таких як діячі мистецтва, спортсмени, бізнесмени та інші, включають надання музичних інструментів, особистого екскурсовода, перекладача, секретаря, а також оснащення телексним зв'язком, комп’ютером тощо.

ІІ. За способом надання додаткові послуги можуть бути платними або безкоштовними.

Згідно з «Правилами користування готелями та аналогічними засобами розміщення і надання готельних послуг», готель повинен безкоштовно надавати клієнту такі послуги: виклик медичної(швидкої) допомоги, доставку кореспонденції до номера, будильник на зазначений час, а також забезпечення необхідним інвентарем відповідно до категорії готелю [2].

Система надання додаткових послуг у готелях охоплює такі етапи: планування та проведення рекламних заходів щодо послуг, організація прийому замовлень, контроль за їх виконанням або виконання замовлень, доставка послуг, а також організація розрахунків.

Готелі, які мають категорію 4 або 5* повинні самостійно надавати всі

додаткові послуги, не залучаючи сторонні компанії. Для цього в них є добре розвинена мережа власних підрозділів (перукарню, ресторан, кафе, бар, відділення зв'язку та банку, крамниці, кіоски, хімчистку, касу з продажу квитків на всі види транспорту тощо), що виробляють і реалізовують різноманітні додаткові послуги.

Додаткові послуги, подібно до основних, також потребують сертифікації. Процедуру обов'язкової сертифікації готельних послуг виконують акредитовані органи, які діють відповідно до встановлених норм у Системі сертифікації.

Отже, управління асортиментом додаткових послуг у готелях є ключовим фактором для підвищення рівня задоволеності клієнтів і конкурентоспроможності закладу. Правильне планування та постійна адаптація асортименту до потреб гостей дозволяють не тільки збільшити прибутковість, але й створити унікальний сервіс, що вирізняє готель серед інших. Ефективне управління включає аналіз попиту, гнучкість у пропонуванні нових послуг і підтримку високої якості обслуговування, що в сукупності сприяє довгостроковій лояльності клієнтів і зміцненню бренду готелю.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження дозволило поглибити розуміння сутності послуг підприємств готельного господарства як важливої складової туристичної індустрії. Визначено, що послуги готелів є специфічним видом економічної діяльності, спрямованим на комплексне задоволення потреб клієнтів у тимчасовому проживанні та широкому спектрі супутніх сервісів. У статті здійснено критичний аналіз існуючих підходів до класифікації послуг готельного господарства, що виявив необхідність у більш системному та всебічному їхньому розмежуванні. Перспективи подальших досліджень у даній сфері можуть бути пов'язані з вивченням впливу цифрових технологій на трансформацію послуг готельного господарства, аналізом споживчої поведінки та розробкою інноваційних підходів до надання готельних послуг з урахуванням принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності.

Список використаних джерел:

1. Грищенко М. Ю. Виклики сучасності та їх вплив на діяльність готельних підприємств України. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 1(01). С. 10-14.

2. Копейченко Є., Куниця К. Управління асортиментом додаткових послуг у готелях: від спа-послуг до бізнес-центрів. *Розвиток туристичного бізнесу, економіки та підприємництва: виклики сьогодення* : матеріали 2-ї Всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених, 26-27 вересня 2024 р. / відп. ред.: Л. С. Безугла ; М-во освіти і науки України, НТУ «Дніпровська політехніка». Дніпро: НТУ «ДП», 2024. С. 49-51.

3. Рогова Н. В., Окіпна А. А. Інновації додаткових послуг в готелях. *Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті* : тези доповідей XLVII Міжнар. наук. студ. конф. (м. Полтава, 25 квітня 2024 р.). Полтава : ПУЕТ, 2024. С. 604-606.

4. Рябенька М. О. Оцінка якості послуг у готелях і ресторанах. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52-2. С. 46-51.

5. Чагайда А. О. Тенденції розвитку комплексу додаткових послуг для створення конкурентних переваг готелю. *Економіка, управління та адміністрування*. 2020. № 1(91). С. 60-65.

УДК 664.655.1

Іваніщева О. А.

ORCID https://orcid.org/0000-0002-0500-3652

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ РОСЛИННИХ ЗБАГАЧУВАЧІВ У ТЕХНОЛОГІЇ ЗАВАРНИХ ТІСТЕЧОК

У статті досліджено можливості удосконалення технології виробництва тістечка із заварного тіста на основі традиційних рецептур, обґрунтовано

доцільність внесення функціональних рослинних збагачувачів до складу крему, досліджено поживні властивості, органолептичні та фізико-хімічні показники удосконаленого виробу.

Ключові слова: *кондитерські вироби, тістечка, заварне тісто, крем, збагачувачі, функціональні властивості, удосконалення, технологія.*

Постановка проблеми. У XXI столітті в концепції здорового харчування особлива роль відводиться функціональним інгредієнтам, які отримують за інноваційними технологіями й розглядають не як джерела пластичних речовин та енергії, а й як складний немідемикаментозний комплекс, що позитивно впливає на фізіологічний стан людини та має лікувальні, профілактичні та оздоровчі властивості [2].

Найважливішим на сьогоднішній день є вирішення найважливіших завдань розроблення нових харчових продуктів оздоровчого призначення зі збалансованим хімічним складом і високим вмістом речовин, які виконують в організмі роль імуномодуляторів. Вони не є лікарськими засобами, проте перешкоджають виникненню окремих хвороб, сприяють росту і розвитку дітей, гальмують старіння організму [3].

Внаслідок рафінування, дистиляції, перекристалізації, консервування та інших видів технологічного оброблення процесів сучасні харчові продукти втрачають значну кількість природних БАР. Тому необхідно підвищувати вміст захисних компонентів в їжі з метою адаптації людини до таких факторів щоденного життя, як збільшення техногенного забруднення навколишнього середовища, постійний психологічний стрес та інші шкідливі фактори. удосконалення способу виробництва харчового продукту [5].

Традиційний кондитерський борошняний виріб – заварне тістечко – є популярним серед населення, тому внесення функціональних рослинних збагачувачів у його рецептуру є шляхом насичення організму людини дефіцитними нутрієнтами. Дана проблема є недостатньо вивченою та потребує подальших досліджень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемі збагачення

борошняних кондитерських виробів, удосконалення їх рецептур та розробки нових технологій у кондитерській справі присвячені роботи ряду вітчизняних вчених, а саме Сімахіної Г.О., Діхтярь А. М. (технологія продукції із заварного тіста з використанням олії соняшникової високоолеїнового типу), Дорохович А. М. (кондитерські вироби і харчові концентрати), Люк Г.М., Максимець О. Б., Максимець В. Л. (технології тортів, тістечок, цукерок), Ростовський В. С., Кукуєва О. М., Сирохман І. В., Лебединець В. Т. (асортимент і якість кондитерських виробів), Гайдук О. В., Герлянд Т. М., Дрозіч І. А., Кулалаєва Н. В., Романова Г. М. (особливості сучасних технологій кондитерського виробництва).

У своїх працях вони описують техніки приготування різних груп кондитерських виробів, досліджують сучасні тенденції у світі кондитерії та іноваційні підходи до створення тортів та тістечок.

Мета статті – удосконалення технології виробництва тістечка із заварного тіста на основі традиційного кондитерського борошняного виробу, обґрунтування внесення функціональних рослинних збагачувачів до складу крему: пюре хурми кавказької, борошна з волоських горіхів та картопляного крохмалю.

Виклад основного матеріалу. Асортимент кондитерських виробів вітчизняних підприємств наочно демонструє нераціональне, розбалансоване харчування на фоні постійно зростаючих потреб організму людини внаслідок складних екологічних умов проживання в багатьох регіонах України та призводить до зростання кількості захворювань населення [2].

Тож важливими питаннями, які вимагають науково обґрунтованого рішення, при розробленні продуктів функціонального харчування є вибір збагачувальних нутрієнтів, їхніх фізико-хімічних форм та поєднань [5].

Всі існуючі на сьогоднішній день методи підвищення повноцінності виробів з борошна можна умовно поділити на декілька основних груп:

- збагачення продуктів з пшеничного борошна білком;

- покращення якості пшеничних виробів за допомогою біополімерів – полісахаридів;

- підвищення харчової цінності за допомогою хімічних препаратів;

- підвищення харчової цінності пшеничних виробів за допомогою рослинних добавок;

- вітамінізація виробів, використання ферментних препаратів і комплексних поліпшувачів;

- інтенсифікація технологічних процесів [5].

Істотним недоліком складу класичного заварного тістечка є підвищена енергетична цінність та невисока біологічна цінність. Хімічний склад заварного напівфабрикату та начинки потребує збалансованості за вмістом макро- та мікроелементів, вітамінів та харчових волокон.

Шляхи вирішення зазначених недоліків можливі за рахунок виробництва заварних напівфабрикатів з біологічно активними інгредієнтами підвищеної біологічної цінності з заданими фізико-хімічними властивостями, високими смаковими якостями, підвищеним вмістом макро- та мікроелементів, вітамінів та харчових волокон [3].

Корекція рецептурного складу має забезпечити спрощення та прискорення виготовляння тістечка, а також виключення загрози мікробіологічного забруднення та подовження терміну реалізації готового виробу [5].

У якості базового тістечка обрано виріб «Трубочка заварна з заварним кремом», що заповнюється заварним кремом, який є висококалорійним продуктом та сприятливим для розвитку бактерій, що загрожує мікробіологічним забрудненням і скорочує термін зберігання готових виробів. Виробництво крему потребує дороговартісних продуктів, додаткового устаткування.

На підставі рецептури класичного заварного тістечка «Трубочка заварна із заварним кремом (ДСТУ 4803:2013 Торти і тістечка. Загальні технічні умови) [6]. Збірник рецептур борошняних кондитерських і булочних виробів для підприємств громадського харчування. Технологічна карта №340 тістечко «Трубочка заварна із заварним кремом», крем заварний №082, заварний напівфабрикат №022) та проведення досліджень був розроблений проєкт

рецептури збагаченого продукту – тістечка «Трубочка заварна з плодово-горіховою начинкою».

На першому етапі було здійснено розрахунок рецептур, за якими готували дослідні зразки. У якості контролю була взята традиційна рецептура та технологія заварного напівфабрикату.

Для подовження терміну зберігання кондитерських виробів і надання їм функціональних властивостей нами запропоновано замість класичного крему використати плодову масу із плодів хурми кавказької та борошна з волоського горіха, а як структуроутворювач – використати картопляний крохмаль. Оптимальний склад компонетів начинки визначається співвідношенням – 1,7: 1:0,14.

Удосконалена рецептура виробу «Трубочка заварна з плодово-горіховою начинкою» представлена у табл. 1.

Таблиця 1 – Проєкт рецептури тістечка «Трубочка заварна з плодово-горіховою начинкою»

Напівфабрикат	Вміст сухих речовин, %	Розрахунок сировини, кг			
		На 1 тонну фази		На 1000 кг готової продукції	
		натура	сухі речовини	натура	сухі речовини
Заварний напівфабрикат	77	386	297,22	386	297,22
Фруктово-горіхова начинка	86	614	526,96	614	526,96
Разом		1000	825,18	1000	825,18

Удосконалена рецептура напівфабрикату – плодово-горіхової начинки для тістечка заварного представлена у табл. 2.

Таблиця 2 – Проєкт рецептури плодово-горіхової начинки

Назва сировини та напівфабрикатів	Масова частка сухих речовин, %	Витрати сировини			
		на 1 т фази		на 614 кг напівфабрикату	
		в натурі	в сухих речовинах	в натурі	в сухих речовинах
Пюре хурми	86,00	600	516,00	368,4	316,824
Борошно горіхове	85,50	350	299,25	214,9	183,739
Крохмаль картопляний	86,00	50,00	43,00	30,7	26,402
Разом		1000	858,25	614	526,97

Опис технологічного процесу

Борошно вищого сорту перед подачею на виробництво просіюють через просіював для відокремлення сторонніх домішок і пропускають через пристрій для видалення металомагнітних домішок.

Сіль добавляють у тісто у вигляді профільтрованого розчину. Воду для технологічних процесів доводять до необхідної температури, нагріваючи парою. Пюре підігрівають до 35-40°С та пропускають через протиральну машину з комірками діаметром не більше 3 мм. Крохмаль модифікований просіюють.

У варильний казан з паровою сорочкою наливають воду, кладуть нарізане на шматки вершкове масло та сіль і, помішуючи, нагрівають до кипіння. До киплячої маси додають борошно вищого сорту і протягом 5-8 хв швидко перемішують масу лопаткою або вінчиком на машині до одержання однорідної маси без грудочок. Під час заварювання крохмаль борошна клейстеризується, зв'язуючи значну кількість води і утворюючи дуже в'язку масу. Температура завареної маси становить 80-85 ºС, вологість 38-39 %. Масу переносять у місильну, де вона під час перемішування охолоджується до 60-70 ºС [4].

Після цього на малому ходу машини поступово додають меланж (і протягом 15-20 хв здійснюють заміс тіста до однорідної маси без грудочок. Завдяки волозі, що міститься в меланжі, вологість тіста підвищується до 53%. Проте, завдяки наявності клейстеризованого крохмалю й великої кількості білка (за рахунок меланжу) тісто має в'язку консистенцію й не розтікається на листі. Готове заварне тісто з вологістю 56 % і температурою 40 ºС відсаджується вигляді паличок довжиною від 5 до 12 см у залежності від маси тістечка шириною 15 мм з інтервалами 3-4 см. Довжина мілких тістечок 3,5- 4,0 см.

Випікають за змінного температурного режиму 170...200...170 ºС протягом 35...40 хв. Готовність напівфабрикату визначається по світло-коричневому кольору скоринки й наявності деяких тріщин на поверхні. Випечені заготовки заварних тістечок вологістю 21-28% слід охолодити до температури 30°С [4].

Для приготування фруктово-горіхової начинки пюре хурми кавказької, повножирове борошно із волоських горіхів та модифікований крохмаль завантажують у змішувач та ретельно перемішують до однорідного пастоподібного стану впродовж 7...10 хв.

Напівфабрикати після випікання охолоджують і заповнюють фруктово-горіховою начинкою з кондитерського мішка з гладкою трубочкою.

Параметри технологічного процесу представлено у табл. 3.

Таблиця 3 – Технологічні параметри виготовлення тістечка «Трубочка заварна з плодово-горіховою начинкою»

Технологічні показники	Значення	
	Класичний спосіб	Вдосконалений спосіб
1. Приготування заварної маси:		
температура, ºС	80-85	80-85
вологість, %	38-39	38-39
тривалість перемішування, хв	5-10	5-10
2. Приготування тіста:		
температура, ºС	60-70	60-70
вологість, %	52-56	52-56
тривалість перемішування, хв	15-20	15-20
3. Формування тіста:		
температура, ºС	40	40
вологість, %	52-56	52-56
4. Випікання:		
температура печі, ºС	180…210…180	170…200…170
тривалість випікання, хв	35-40	35-40
5. Охолодження виробів:		
температура, ºС	22-25	22-25

Відповідно до наведених рецептур, хімічний склад відповідних напівфабрикатів наведено в табл. 4 – 6.

Таблиця 4 – Вміст макронутрієнтів у фруктово-горіховій начинці

Рецептурні інгредієнти	Х,%	білок, %	вуглеводи, %	жири, %
Горіхове борошно	35,00	17,30	16,35	51,45
Пюре хурми	60,00	0,58	14,99	0,19
Крохмаль модифіков.	5,00	1,00	83,50	0,60
Разом	100,00	6,45	18,89	18,15

Таблиця 5 – Вміст мінеральних речовин у фруктово-горіховій начинці

Рецептурні інгредієнти	Х,%	мінеральні речовини, мг%					
		Mg	Ca	P	Fe	Na	K
Горіхове борошно	35,00	225,00	70,00	435,00	3,70	12,00	597,00
Пюре хурми	60,00	9,00	8,00	17,00	0,15	1,00	161,00
Крохмаль модифікований	5,00	1,00	17,00	20,00	0,00	30,00	15,00
Разом	100,00	84,20	30,15	163,45	1,39	6,30	306,30

Таблиця 6 – Вміст вітамінів у фруктово-горіховій начинці

Рецептурні інгредієнти	Х,%	вітаміни, мг%			
		А	В1	В2	Е
Горіхове борошно	35,00	0,00	0,20	0,20	10,94
Пюре хурми	60,00	81,00	0,03	0,02	0,73
Крохмаль модифікований	5,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Разом	100,00	48,60	0,09	0,1	4,27

Як можна побачити із таблиць, у наведених рецептурах міститься достатня кількість БАР, що дозволить зробити з базового тістечка оздоровчий продукт.

Порівняльний вміст макронутрієнтів у базовому та збагаченому десерті наведено в табл. 7.

Таблиця 7 – Порівняльний вміст макронутрієнтів у контрольному та удосконаленому тістечках

Рецептурні інгредієнти	Білок, %	Вуглеводи, %	Жири, %	Калорійність, ккал
Заварний напівфабрикат	9,77	23,41	18,72	122
Плодово-горіхова начинка	6,45	18,89	18,15	203
Трубочка заварна з плодово-горіховою начинкою	7,73	20,64	18,37	290
Добова потреба	70,00	365,00	71,00	2000-3000
Інтегральний скор	11,05	5,65	25,87	
Трубочка з заварним кремом	4,50	29,00	30,00	399
Інтегральний скор	6,43	7,95	42,25	

Як видно з наведених даних, істотно покращилось співвідношення між Б:Ж:В, яке становить 1:2,4:2,67, що практично наближене до норми (1:1:4).

Внесення до рецептури тістечка пюре хурми та борошна з горіхів волоських дало змогу суттєво знизити енергетичну цінність продукту на 27%, що можна означити позитивним ефектом.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, за рахунок використання плодово-горіхової начинки значно спрощується процес підготовки сировини та зменшується час приготування напівфабрикату, що призведе до зменшення витрат виробництва на приготування нового продукту. Удосконалене заварне тістечко «Трубочка заварна з плодово-горіховою начинкою» відповідає вимогам чинної нормативної документації та може бути рекомендоване до виробництва у промислових масштабах.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 4803:2013 Торти і тістечка. Загальні технічні умови. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=85808 (дата звернення: 05.05.2025).

2. Лисюк Г. М. Технологія борошняних кондитерських і хлібобулочних виробів. Навчальний посібник. Суми: Університетська книга, 2023. 466 с.

3. Максимець О. Б., Максимець В. Л. Технології кондитерських виробів (торти, тістечка, цукерки): навч. посіб. Київ: Видавець ФО-П Піча Ю. В., 2021, 168 с.

4. Ростовський В. С., Кукуєва О. М. Технологія виробництва борошняних кондитерських виробів : навч. посіб. Київ : Кондор, 2018. 497 с.

5. Сучасні технології кондитерського виробництва: підручник. / Гайдук О. В., Герлянд Т. М., Дрозіч І. А., Кулалаєва Н. В., Романова Г. М. Житомир: «Полісся», 2020. 514 с.

6. Як роблять горіхове борошно. *Харчі-інфо:* Веб-сайт. URL: https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/yak-roblyat-gorihove-boroshno (дата звернення: 10.05.2025).

УДК 911.3:796.5:502.1(477.83/.86)

Кізюн А. Г., кандидат географічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0003-2838-9428
Вінницький торговельно-економічних інститут ДТЕУ

ГЕОГРАФІЧНИЙ ТА РЕСУРСНИЙ АСПЕКТИ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ПОДІЛЛЯ

У статті досліджено поняття екстремального туризму та географічні передумови й ресурсний потенціал розвитку екстремального туризму на території Поділля. Розглянуто природно-ресурсний потенціал регіону, його

особливості та об'єкти, що сприяють популяризації екстремальних видів туризму. Наведено приклади існуючих локацій для скелелазіння, сплавів, спелеотуризму. Визначено перспективні напрями розвитку галузі.
Ключові слова: *екстремальний туризм, Поділля, природні ресурси, географічні аспекти, туристичний потенціал, карстові печери, каньйони.*

Постановка проблеми. Зростання популярності екстремального туризму в Україні потребує ретельного аналізу регіонального потенціалу. Поділля, з його різноманітним рельєфом, річковими системами та унікальними геоморфологічними формами, має значні передумови для розвитку екстремальних туристичних маршрутів. Проте відсутність належної інфраструктури, маркетингових стратегій та нормативної підтримки ускладнює реалізацію потенціалу регіону.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі розвитку екстремального туризму присвячені праці багатьох українських та іноземних науковців, серед яких Н. Паньків, Н. Дрозд, В. Казаков, О. Колотуха, В. Притков, А. Жердьов, В. Абрамов, О. Вабкін, В. Гулєв, Р. Гусейнов, Ю. Дмитрієвський, Д. Мангушев, К. Оплаканець, А. Романов, В. Соколова, Н. Тимків, Я. Ярін та ін. Питання природно-ресурсного потенціалу Поділля як регіону, сприятливого для розвитку екстремального туризму були розглянуті у роботах Г. Денисика, В. Канського, В. Канської, І. Войни, А. Глєбової, А. Зозулі та інші.

Мета статті – дослідити географічні передумови та ресурсний потенціал Поділля як регіону, сприятливого для розвитку екстремального туризму, з урахуванням природно-ландшафтних, кліматичних, водних і рекреаційних характеристик території, а також окреслити можливості ефективного використання цих ресурсів у туристичній діяльності.

Виклад основного матеріалу. Туризм давно став широко поширеним соціальним явищем. Але кожний вид туризму має певні умови та ресурси для розвитку. Такі умови має і екстремальний туризм.

Запит на здоровий спосіб життя наприкінці XX початку XXI ст. у цивілізованих країнах світу сприяв пожвавленню більш активних форм

відпочинку. На противагу купально-пляжному та культурно-пізнавальному туризму починає зростати інтерес до активного (й навіть екстремального) туризму. Найбільш затребуваними активні види туризму стають серед молоді. Однак і люди старших вікових груп не лишаються осторонь.

Екстремальний туризм з'явився як результат потреби сучасної людини не стільки у відпочинку, скільки у бажанні отримати заряд адреналіну, випробувавши себе в умовах, що створюють реальну загрозу не лише здоров'ю, але й життю туриста. Він свідомо йде на ризик і готується до нього. Потяг до екстриму, до «гострих відчуттів» найбільш притаманний мешканцям сучасних урбанізованих територій [6].

Екстремальний туризм – це вид пригодницького туризму, що характеризується відвідуванням природних або штучно створених людиною об'єктів, пов'язаних із певним ступенем ризику для туриста, під час якого відбувається мобілізація фізичних та психологічних резервів людини, у результаті якого вона отримує позитивний адреналін, емоції і незабутні враження [5].

Різноманіття видів екстремального туризму в наш час просто вражає. Аби лиш привабити туристів та просто любителів гострого відчуття, туристичні підприємства країн вигадують щось особливе, цікаве, захопливе. Сучасний прискіпливий турист вимагає нестандартного підходу до відпочинку. Його приваблює змагання з природою, пригоди та «адреналінова» діяльність: підкорення гірських річок, відвідання небезпечних печер, подорожі пустелями, переборення бурхливих вод океанів та морів, підкорення неба на повітряній кулі, відвідання самих холодних територій землі і, навіть, польоти на декілька днів у космос. І саме екстремальний туризм може надати можливість такої діяльності.

Екстремальний туризм є одним із способів легального задоволення потреби гострих відчуттів, тому завойовує з кожним роком все більшу популярність серед жителів сучасного світу. Формуванням попиту на екстремальні розваги є, по-перше, бажання туристів, по-друге, це елемент новизни, по-третє, екстремальні види туризму максимально сприяють зняттю стресу і викиду

надлишку енергії, яка найбільш характерна для людей середнього віку. І більшість науковців та туризмознавців вважають, що екстремальний туризм є доволі перспективним напрямком туризму XXI століття.

Кількість туристів, які цікавляться екстремальними розвагами, точно оцінити неможливо. Але з публікацій, присвячених даній тематиці, відомо що у Європі близько 30% відпочиваючих хоча б один раз у тиждень виїжджають на джип-сафарі, рафтинг, екскурсію на яхті тощо. З економічним розвитком суспільства збільшується кількість видів відпочинку (в тому числі й екстремального), а також число бажаючих урізноманітнити дозвілля незвичайними враженнями [4].

Якщо в Європі екстремальні види туризму найбільш популярними й масовими стали в кінці 80-х років XX століття, то для України екстремальний туризм – відносно нове явище, яке розвивається й набуло популярності не тільки серед професіоналів, а й серед простих туристів з початку XXI століття.

Україна зі своїм ресурсним потенціалом є країною майже безмежних можливостей для організації активного й екстремального відпочинку. Екстремальні розваги – це нова конкурентна перевага для будь-якого туристичного місця або маршруту.

Дослідження показують, що у межах такої дестинації як Поділля природні умови і ресурси у низці випадків є сприятливі для розвитку окремих, достатньо популярних, видів екстремального туризму, зокрема тих, що формуються на основі геолого-геоморфологічних та гідро-кліматичних особливостей території Поділля.

Географічне розташування Поділля сприяє розвитку різноманітних форм туризму. Регіон охоплює частину Вінницької, Хмельницької та Тернопільської областей, характеризується помірно-континентальним кліматом, густою мережею річок і численними карстовими утвореннями.

Основна форма рельєфу Поділля – Подільська височина, яка відповідає схилу Українського кристалічного масиву, що понижується на південний захід. Більше того, в межах Подільської височини та в найближчих її околицях

розташовані найвищі позначки не лише рівнинної частини України, але і Східноєвропейської рівнини: гора Камула (+473 м) південно-східніше м. Львова в Гологорах та гора Берда (+515 м) в межах Хотинської височини. У рельєфі також чітко виділяються Вороняки (+436 м), Кременецькі гори – г. Бона (+409 м). Значні коливання висот (до 220 м) у Придністер'ї надають цій частині Подільської височини характеру передгір'я [7]. Тут знаходиться один із найоригінальніших геологічних та геоморфологічних об'єктів Європи – Великий каньйон Дністра.

Каньйон річки Смотрич біля Кам'янця-Подільського є знаковим місцем для скелелазів. Природна архітектура каньйону дозволяє створювати маршрути різної складності, що приваблює як новачків, так і професіоналів.

Дністровський та Смотрицький каньйони – ідеальні для водного туризму та каякінгу, а також скелясті узвишшя – для альпінізму та роуп-джампінгу.

Візитною карткою Поділля є спелеологічні туристичні ресурси, а саме поверхневі форми карсту – западини, панорами, карри, давні долини («поплави») та озера. Туристичного значення карсту Поділля надають підземні карстові порожнини представлені печерами. Серед них найдовші у світі гіпсові печери Оптимістична (165,0 км), Озерна (107,3 м), Золушка (82,0 км) та інші.

Схилами Подільської височини можна прокласти велотуристичні маршрути ІІ категорії складності, автомаршрути ІІ категорії складності. Річки Поділля оцінені ІІ категорією складності – порожисті ділянки річища Південного Бугу від Меджибожа (Хмельницька обл.) до Гайворона (Кіровоградська обл.), р. Смотрич, р. Збруч. Першою категорією складності оцінюються пішохідні, лижні та вітрильні (Бузькі водосховища) туристичні маршрути. В межах Вінницької області нараховується 52 водосховища, найбільше Ладижинське – є ще Глибочанське (с. Глибочок, Тростянецький р-н, Дмитренківське (р. Соб) с. Дмитренки, Гайсинський р-н) [3].

У межах Середнього Побужжя (а саме Печеро-Сокілецької ділянки долини Південного Бугу) та його приток наявні оригінальні каскади порогів з кристалічних порід Українського щита, що займають річище на відстані до 7 км

(так звані брояки). За структурою, ці пороги є найскладнішими і найпотужнішими не лише у межах Поділля, але і всієї Східноєвропейської рівнини. Їх з успіхом можна використовувати й частково уже використовують (Стрільченці-Сокілець) для таких екстремальних водних видів туризму як рафтинг, а в перспективі можливо й рафтинг-тури всіх шести категорій складності, каякінг, зокрема слалом і сплав та ін. [2].

Освоєння ресурсів Поділля з метою розвитку екстремальних видів туризму лише розпочалось і потребує детальних туристично-ландшафтознавчих досліджень. Такі дослідження розпочато у 2016 р. і продовжуються зараз.

Можливість розвитку різноманітних видів екстремального туризму відповідно до районів Поділля представлено в табл. 1.

Таблиця 1 – Регіональні структури екстремального туризму Поділля [1]

Райони	Види екстремального туризму
Кременецькогорбогірний	маунтінбайкинг, лижний, джипінг, альпінізм, балунінг, дельтапланеризм, парапланеризм, Х-гонки
Західноподільський	тремпінг, трекінг, піший каньйонінг маунтінбайкинг, спелеотуризм, мисливський, джайлоо
Товтровий	тремпінг, лижний, маунтінбайкинг, джипінг, рафтинг, альпінізм, спелеотуризм, мисливський, спортивне орієнтування, Х-гонки
Подільського Придністер'я	тремпінг, трекінг, піший каньйонінг, лижний, кінний, джипінг, рафтинг, каякінг, дайвінг, альпінізм, Х-гонки, парашутний, балунінг, дельтапланеризм, парапланеризм, спелеотуризм, спортивне орієнтування, джайлоо, комбінований
Центральноподільський	тремпінг, трекінг, лижний, велосипедний, кінний, автомото, парашутний, мисливський, спортивне орієнтування, комбінований
Середньобузький	трекінг, маунтінбайкинг, кінний, автомото, парашутний, мисливський, каякінг, спортивне орієнтування, дайвінг, альпінізм, комбінований,

За районуванням різновидів екстремального туризму у межах Поділля у відповідності із ресурсними можливостями можна зробити висновок, що у межах Поділля можуть розвиватися різноманітні види екстремального туризму.

Можливості сталого розвитку передбачають впровадження екотуристичних практик, сертифікацію маршрутів, розвиток місцевого бізнесу та створення партнерств із громадами.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Поділля володіє потужним природно-географічним потенціалом для розвитку екстремального туризму, що проявляється у наявності різноманітного рельєфу, річкових систем, печер, каньйонів, урвищ і природних парків. Основними групами природних чинників, які сприятимуть розвитку екстремального туризму у вище зазначених районах Поділля є геологогеоморфологічні та гідрокліматичні. Найбільш сприятливими для розвитку екстремального туризму є Середнє Придністер'я і Середнє Побужжя, Подільські Товтри і Кременецькі гори.

Географічне розташування регіону сприяє доступності туристичних маршрутів як для внутрішніх, так і для іноземних туристів. Поділля знаходиться у зручній транспортній доступності з основних міст України.

Станом на сьогодні, розвиток екстремального туризму обмежується російсько-українською війною, недостатнім рівнем туристичної інфраструктури, інформаційної підтримки та маркетингу, що потребує активного втручання з боку держави та приватного сектору.

До перспективних досліджень слід віднести необхідність детального картографування потенційних територій для розвитку окремих видів екстремального туризму (рафтинг, скелелазіння, спелеотуризм тощо), аналіз ризиків і безпеки в екстремальному туризмі з урахуванням геофізичних та кліматичних особливостей території та розробку стратегічної програми сталого розвитку екстремального туризму Поділля із залученням місцевих громад і туристичних операторів.

Список використаних джерел:

1. Денисик Г. І., Кізюн А. Г., Война І. В. Регіональні особливості розвитку екстремального туризму у межах Поділля. *Рекреаційна географія і туризм. Наукові записки.* 2023. № 1. С. 115–120.

2. Кізюн А. Г. Природні умови розвитку екстремального туризму у межах Поділля. *Наукові записки ВДПУ імені Михайла Коцюбинського. Серія: Географія.* 2016. Вип. 28. № 3-4. С. 178-185.

3. Колотуха О. В. Туристсько-спортивні дестинації України. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Географічні науки*. 2016. Вип. 5. С. 101-111.

4. Кравчук О., Басюк Д. Розвиток повітряного екстремального туризму в Україні. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d6e6d5cf-37c1-45ce-bc40-8a56b3540c7b/content (дата звернення: 09.05.2025).

5. Кухтій А., Тимошенко Л., Лабарткава К., Ковалишин В. Наукові підходи до дослідження екстремального туризму. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення*: збірник матеріалів XIII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 7-8 жовт. 2022 р.). Львів, 2022. С. 219-222.

6. Миргородська О. Л., Бобух М. Екстремальний туризм як світовий тренд. Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні: матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Херсон, 25 квітня 2023 р.) Херсон: ХДАЕУ, 2023. 172 с. С.103-104.

7. Рябоконь О. В. Основні природні чинники формування натурально-антропогенних ландшафтів Поділля. URL: https://library.vspu.edu.ua/polki/akredit/kaf_3/rabokon3.pdf (дата звернення: 09.05.2025).

УДК 664.922.3:664.062.86

Крижак Л. М., кандидат технічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/ 0000-0002-4882-897X
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

КАРАГЕНАН ЯК ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ІНГРЕДІЄНТ У ТЕХНОЛОГІЇ КОВБАС

Основним напрямком інноваційної діяльності м'ясопереробних підприємств є виробництво економічно доступної продукції стабільної і високої якості, здатної задовольнити низьку купівельну спроможність населення України. Досягнення цієї мети буде забезпечено за рахунок введення різних харчових добавок (емульгаторів, стабілізаторів, що підвищують жорсткість тощо), які вигідно відрізняються значну частину основної сировини з метою поліпшення його функціонально-технологічних властивостей при створенні харчових систем.

Ключові слова: *варені ковбаси, добавки, карагенан, готова продукція, якість.*

Основне завдання м'ясопереробної галузі – задоволення потреби населення в якісній м'ясній продукції, розширення асортименту продукції та використання ресурсозберігаючих технологій для зниження витрат на виробництво і вирішення проблеми збалансованого здорового харчування.

Провідні напрямки розвитку галузі передбачають подальше збільшення виробництва продуктів харчування з високим показником якості, екологічно нешкідливим і відповідним санітарно-гігієнічним нормам. Для вирішення цих завдань, крім збільшення виробництва продуктів харчування, не менш важливим показником є якість. Оскільки при виробництві варених ковбас використовується широкий спектр вологоутримуючих добавок, доцільно порівняти їх вплив на вихід готової продукції, органолептичні, фізико-хімічні та якісні показники ковбас [1, 2].

Історія використання харчових добавок налічує тисячі років. Кухонна сіль і дим використовувалися з часів неоліту, а оцет використовували стародавні єгиптяни. З ростом виробництва продуктів харчування розширився асортимент використовуваних харчових добавок. У 20 столітті харчові добавки стали настільки поширеними, що їх довелося класифікувати. Як критерій були обрані технологічні функції. За технологічним призначенням тих чи інших добавок їх відносять до певного технологічного класу [1, 3].

М'ясо тварин містить значну кількість вологи. Воду, що міститься в м'язовій тканині тварин, умовно ділять на зв'язану і вільну. Частина води пов'язана з хімічними білками, особливо з водневими зв'язками, називається гідратаційною. Її не можна стискати навіть під високим тиском, так як має температуру замерзання нижче 0°С і має деякі корисні властивості. Кількість гідратаційної води становить близько 22 г на 100 г білка м'язової тканини теплокровних тварин. Кількість вільної води, що утримується м'язовою тканиною тварин, набагато більше. Вільна вода має механічно утримувану структуру білкових міцел і електростатичну взаємодію між пептидними ланцюгами і слабо зв'язану вільну воду, яка вивільняється під дією низького

тиску [4]. Величина здатності м’яса утримувати вологу визначається вмістом імобілізованої води. У живій м’язовій тканині оптимальний вміст вологи регулюється міофібрлярними білками актинами, а міозин – природним аденозинтрифосфатом (АТФ) в м’язах.

Після забою в м’язовій тканині відбувається ряд біохімічних реакцій, які призводять до швидкого руйнування АТФ. Значення pH тканин падає, м’язові білки стискаються, утворюючи актоміозиновий комплекс і втрачаючи здатність утримувати вологу. Вода, яка слабо пов’язана з білками м’язової тканини, може легко втрачатися у вигляді тканинного соку, особливо при зберіганні в холодильнику. Коли тканинний сік витікає з м’яса, смак і текстура погіршуються, а харчова цінність знижується через втрату білків, вітамінів і мінералів, розчинених у воді [1, 3, 5].

Фосфати використовуються при виробництві майже всіх ковбасних виробів. Фосфати зазвичай використовуються при виробництві варених ковбас в дозуванні 300-500 г на 100 кг м’ясного фаршу або на 100 кг несолоної сировини. Надходження фосфатів в варені ковбаси регламентується офіційною документацією.

Суміші фосфатів для емульгованих м’ясних продуктів переважно містять дифосфати, які можуть відносно швидко взаємодіяти з білком протягом 10 хвилин процесу перемішування. Фосфати завжди додають в фарш на початку процесу нарізки, щоб збільшити час витримки; в основному фосфатні суміші рівномірно розподіляються по поверхні сировини. Разом з фосфатами в начинку варених ковбас додають сіль, яка підсилює дію фосфатів [5].

Сольові білки, актин і міозин, мають кращу емульгуючу здатність, ніж водорозчинні білки, оскільки вони містять як гідрофільні, так і ліпофільні групи. Розчинний міозин в основному емульгує жир, а активований актин міцно пов’язує воду. Однак розчинний міозин і актин краще працюють разом, ніж окремо. Розчинені міозин і актин утворюють тривимірну структуру білкових шарів, що руйнують жирові частинки. Шари білка також запобігають об’єднання часток жиру в процесі термообробки, запобігаючи утворенню бульйоного жирового набряку.

Іноді замість фосфатів разом з сіллю використовуються солі харчових кислот, найчастіше цитрати. Сіль з цитратами сприяє набухання волокон, відповідальних за високу іонну силу, але не розчиняє актин і міозин в такій мірі, як суміш з фосфатами. Цитрати додаються в кількості 3-5 г на 1 кг фаршу. Практика показує, що суміш 20 г солі і 2 г фосфатів на 1 кг м'ясного фаршу розчиняє приблизно в п'ять разів більше білка, ніж суміш 20 г кухонної солі і 5 г цитрату на 1 кг фаршу.

Варені ковбаси, приготовлені з використанням солей харчових кислот замість фосфатів, зазвичай виглядають тьмяними, позбавленими міцності, щільності, погано нарізуються. Причина всіх цих недоліків – низька концентрація розчинених білків. Крім того, це призводить до високого ризику утворення в таких продуктах після термічної обробки бульйоного і жирового набряку. Однак при ретельному виборі безфосфатних добавок і їх дозуванні можна домогтися позитивних органолептичних властивостей варених ковбас.

При приготуванні фаршу в сухому вигляді або у вигляді водного розчину при переробці нежирного сировини рекомендується додавати карагенан і КМЦ (карбоксиметилцелюлоза). Важливо, щоб білок м'яса вивільнявся до введення КМЦ в начинку, при цьому необхідно враховувати, що ефект від введення КМЦ проявляється не відразу, а протягом кількох годин. Дозування гідроколоїдів залежить від здатності утримувати вологу, типу сировини, рецептури продукту, співвідношення м'язової, жирової та сполучної тканини, використання нем'ясних інгредієнтів (тваринних і рослинних білків, багатофункціональних сумішей).

Зазвичай дозування карагенанів становить 0,5-1,0 кг на 100 кг несолоної сировини, іноді до 2,5 кг на 100 кг, а дозування КМЦ становить 1,0-5,0 кг на 100 кг сировини. Також рекомендується включати КМЦ до складу жирових емульсій, які використовуються при виробництві варених ковбас. Залежно від кількості жирової емульсії в рецептурі ковбаси і змісту інших гідроколоїдів дозування КМЦ становить 5-15 кг на 100 кг емульсії. Після введення КМЦ необхідно витримати емульсію протягом часу, достатнього для дії добавки (не

менше 4 годин). Емульсію можна використовувати тільки після вбирання вологи і отримання однорідної маси. Використання карагенану вимагає збільшення кількості солі і спецій в рецептурі продуктів, крім того, можна збільшити кількість води, що додається [5].

Карагенан при виробництві варених ковбас, сосисок, сардельок, м'ясного рулету дозволяють збільшити вихід, поліпшити консистенцію, поліпшити товарний вихід готової продукції, зменшити брак продукції за рахунок зменшення утворення бульйону і набряку жиру при термічній обробці, ефект відділення вологи в розфасованої дрібно подрібненої продукції. Розчинна в холодній воді камедь, така як гуар, додається в яловичий фарш, щоб зменшити втрати упакованого продукту.

Гуарова камідь може замінити гірчичний порошок в рецептурі ковбасних виробів: вона також пов'язує воду, але не надає продукту гіркого смаку. Цей же гідроколоїд використовується в жирових емульсіях дешевих сортів ковбас в якості замінника жирної сировини з метою зниження виробничих витрат.

Крім того, при обробці м'яса вологозв'язуючими добавками, можна розділити їх на дві категорії:

– ті, які самі не зв'язують вологу, але підвищують здатність білків м'яса пов'язувати вологу (сіль, фосфати);

– ті, які самі по собі добре зв'язують вологу, але не впливають на здатність білків м'яса пов'язувати вологу (крохмаль, клітковина, молочні білки, рослинні білки, рослинні полісахариди).

Одним з традиційних вологозв'язуючих агентів першого типу, широко використовуваних в м'ясопереробці, є фосфати. Моно-, ди-, три-, піро- і поліфосфати затверджені для харчової промисловості: фосфат калію Е340; фосфати кальцію Е341, Е342; фосфат магнію Е343; фосфат натрію Е339; пірофосфат Е450; трифосфат Е451; поліфосфати Е452 окремо або в комбінації. Ці фосфати можуть вводитися в м'ясні продукти в кількості до 5 г фосфатів на 1 кг сирого м'яса [15].

У м’ясопереробці доцільно використовувати тільки фосфати, добре розчинні у воді і розчинах солей, особливо в міцних. На практиці в м’ясопереробної промисловості використовуються натрієві і калієві солі фосфорних кислот:

– монофосфати (ортофосфати) Е339, Е340, солі ортофосфорної кислоти;

– ди- або пірофосфати Е450, солі пірофосфорної кислоти;

– трифосфати Е451, солі тріполіфосфорной кислоти;

– поліфосфати Е451, суміші солей поліфосфорних кислот.

Як правило, фосфати із значенням pH від 7,0 до 8,3 більше підходять для емульгованих м’ясних продуктів, а фосфати із значенням pH від 9,0 до 9,3 використовуються при виробництві розсолу для цільном’язових м’ясних продуктів. Додавання кислого монозаміщеного ортофосфату натрію в яловичий фарш знижує pH яловичого фаршу і не впливає на його здатність утримувати вологу. Додавання нейтрального моногідропірофосфату натрію і лужного пірофосфату натрію збільшує здатність м’ясного фаршу утримувати вологу.

Зовні фосфати являють собою порошок білого кольору, іноді вони випускаються у вигляді гранул. Гранульовані форми краще розчиняється в холодній воді. Калієві солі фосфорних кислот також більш розчинні у воді, ніж натрієві. Монофосфат отримують з попередньо очищеної фосфорної кислоти і лужних розчинів харчового якості. Пірофосфати і трифосфати – дегідратацією гідроортофосфат, полімерні поліфосфати – конденсацією моно- і діфосфатов.

Діфосфати володіють властивостями, аналогічними АТФ, і можуть відновлювати природну здатність білків утримувати вологу. Вони «нейтралізують» зв’язок між актином і міозином і сприяють розпаду актоміозинового комплексу на окремі волокна.

Фосфати послаблюють електростатичну взаємодію всередині актоміозинового комплексу; ця функція відома як «специфічний ефект» на м’язові білки, що призводить до значного збільшення розчинності м’язових білків. Тільки фосфати здатні розщеплювати актин і міозин, і це основна причина широкого використання фосфатів.

Практично всі фосфати і їх суміші, що використовуються в м’ясопереробці, мають лужну реакцію. Додавання лужних фосфатів в слабо кисле м’ясо призводить до збільшення значення pH продуктів і, як наслідок, до збільшення здатності білків зв’язувати вологу. Кислі фосфати використовуються для розм’якшення і набухання білків сполучної тканини і для поліпшення появи кольору. Додавання фосфатів збільшує іонну силу м’язової тканини і змінює співвідношення активованих білків, тим самим імобілізуючи додану воду і емульгуючи жир.

Фосфати можуть утворювати хелатні комплекси з іонами важких металів (заліза, міді), тим самим пов’язуючи їх і зменшуючи дію іонів металів. Завдяки вищевказаним ефектам фосфати збільшують вихід готової продукції, зменшують втрату вологи і міграцію при відтаванні, термообробці, скорочують тривалість засолу, покращують текстуру і текстуру, колір і смак готових м’ясних продуктів, уповільнюють процес згірклості жирів. М’ясні продукти, оброблені фосфатом, соковитіше і ніжніше. Фосфатування м’яса відбувається тільки перед термообробкою, тобто фосфати взаємодіють з нативними, неденатурованими білками. Індивідуальні фосфати рідко використовуються в сучасних промислових технологіях переробки м’яса. Часто використовують суміші фосфатів різних марок з певними властивостями (pH, розчинність в холодній воді і сольових розчинах), оптимальними для товарної групи, для якої рекомендована суміш, при чому промисловість не виробляє тільки механічні суміші, але і хімічні.

Хімічні суміші виготовляються за особливою технологією, яка дозволяє вводити фосфати на молекулярному рівні без перемішування. На відміну від механічної суміші фосфатів, продукт, отриманий таким чином, має набагато кращу розчинність, швидкість розчинення і більш високу стабільність в фізіологічному розчині. Такі хімічні фосфатні суміші діють в сухому стані відразу після додавання в подрібнювач і розчиняються в розсолі з концентрацією до 24% навіть при температурах нижче 0°C, в той час як звичайні механічні фосфатні суміші необхідно спочатку розчинити у воді, перш ніж додавати в подрібнювач. Фосфатні суміші випускаються як в сухому вигляді, так і у вигляді розчинів.

Желатин за зовнішнім виглядом являє собою гранули, крупинки або порошок від коричневих до білих прозорих пластинок без стороннього запаху зі смаком свіжого бульйону. Він є частиною тваринного колагену сполучної тканини, з якого отримують желатин: знежирені кістки, хрящ, свиняча шкіра 18 або бичача кислота (желатин А) або луг (желатин В), він перетворюється в розчин і піддається термічному гідролізу.

Колаген і обидва типи желатину мають незвично високий вміст рідкісної амінокислоти гідроксипроліну. Важливою характеристикою желатину є міцність його желе (холодцю), виміряна по Блуму. Чим нижче число Блума, тим менше утворюється желатину. Зазвичай розрізняють желатин з низьким (40-100), середнім (100- 200) і високим (200-280) числом Блума [6].

Желатин утворює гелі, які легко тануть у роті. Утворення гелю починається при температурі нижче 30°С, а гель знову тане при 32-35°С. Його сила залежить від pH середовища, найбільша сила спостерігається в діапазоні pH від 5,5 до 11,0.

Гелеутворення можна повністю запобігти додаванням солей. Желатин зазвичай використовують у вигляді розчину желатину, який готують наступним чином: спочатку желатин замочують у воді при кімнатній температурі на 20-40 хвилин для набухання, а потім нагрівають до температури 65-70°С. Чим більше желатину, тим повільніше він розчиняється.

Агар (агар-агар) Е406 отримують з червоних водоростей різних видів. Він розчиняється в воді тільки при кип’ятінні, хоча в холодній воді набухає. Агар зазвичай являє собою пластинки або зерна від світло-жовтого до коричневого кольору, які необхідно замочувати, промивати і набухати для видалення плям. При концентрації 0,4% агар утворює термозворотний гель після охолодження розчину нижче 32-39°С. Важливою характеристикою агару є міцність його холодцю, виміряна Блумом.

Цитрати використовуються при виробництві м’ясних продуктів, особливо безводного трьохзаміщеного цитрату натрію (тринатрійцитрат Е331). Це натрієва сіль лимонної кислоти, яка виходить при взаємодії лимонної кислоти і гідроксиду натрію.

Цитрат натрію являє собою білий порошок або безбарвні кристали без запаху з солоно-гірким смаком, легко розчинні у воді. Значення pH 1% водного розчину тринатрійцитрат становить 7,0-9,0. Цитрат тринатрію додають в м'ясні продукти для зміни іонної сили м'язової тканини. Зазвичай використовується дозування 3-5 г на кілограм готового продукту.

Цитрат калію Е332, цитрат кальцію Е333, цитрат натрію Е331 окремо або в комбінації в кількості, дозволеному технічними умовами, можуть бути додані в якості текстуруючих агентів до м'ясних продуктів відповідно. На відміну від фосфатів цитрати не роблять специфічної дії на білки.

Технологам м'ясопереробних підприємств рекомендується варіювати тип і кількість використовуваних солей харчових кислот в залежності від потреб і умов виробництва конкретного продукту. Нерозчинні волокна різного походження (пшениця, соя, овес, горох, яблука, цитрусові тощо) все частіше використовуються в якості вологозв'язуючих добавок, які не взаємодіють з білками. Зазвичай вони складаються з 70-75% целюлози і 30-25% геміцелюлози: 1 частина волокна може пов'язувати 4-9 частин води і 3-7 частин жиру [28]. Причиною широкого використання карагенану Е407 і Е407 в м'ясопереробці є їх надзвичайно висока здатність утримувати вологу: 1 частина карагенану може пов'язувати від 20 до 120 частин води. Один кг карагенану, розчиненого у відповідній кількості води, утворює термозворотний гель [6].

Карагенан використовується виробниками м'яса в якості компонента, який зв'язує воду і текстуруючий агент з 1980 року. Спочатку карагенан використовувався для зберігання натуральних соків в м'ясі, які втрачалися при варінні і копченні або виявлялися у вигляді бульйону і жирових набряків у вакуумних упаковках. Поведінка карагенану в м'ясних продуктах до кінця не вивчено. Карагенан і розсіл для жилування можуть утворювати водний гель, який проникає в міжвузли м'язового волокна, надаючи йому силу і регулюючи синерезис.

Каппа-карагенан може повністю розчинятися і утворювати міцний гель при охолодженні, якщо температура охолодження (65-75°C) нижче температури

плавлення або розчинення карагенана. Відповідно до іншої моделі, частинки карагенану після кип'ятіння набухають і при охолодженні утворюють набряклі частки карагенану, коагульований гель міозину надає текстуру продукту і вологозв'язуючі властивості.

Можна виділити наступні технологічні переваги карагенану:

– менше набухання частинок в холодному розсолі, що призводить до засмічення голки і кращому проникненню в м'язову тканину;

– зменшений синерезис і набряк карагенану.

Перевага використання карагенану для виробника полягає в тому, що він дає більш соковитий продукт, більш приємний зовнішній вигляд упаковки і збільшує вихід кінцевого продукту [5].

Тому при виробництві варених ковбас використовують добавки, що сприяють більшому утриманню вологи. Вони збільшують вихід готової продукції, зменшують втрату вологи і міграцію при термічній обробці, скорочують тривалість засолювання, покращують текстуру і консистенцію, колір і смак готових ковбас, уповільнюють згіркнення жирів.

Список використаних джерел:

1. Янчева М. О., Пешук Л. В., Гащук О. І. Технологія м'ясопродуктів з нетрадиційної м'ясної сировини. К.: Центр навч. літер. 2017. 296 с.

2. Янчева М. О., Пешук Л. В., Дроменко О. Є. Фізико-хімічні та біохімічні основи технології м'яса і м'ясних продуктів. К. Центр навч. літер., 2017. 304 с.

3. Дубіна А. А., Хацкевіч Ю. М., Попова Т. М., Ленерт С. О. Загальна технологія харчових виробництв. Навчальний посібник. Х.: ХДУХТ, 2016. 497 с.

4. Теличкун В. І., Гавва О. М., Теличкун Ю. С., Губеня О. О., Десик М. Г. Технологічні комплекси харчових виробництв. Навчальний посібник К.: Сталь, 2017. 456 с.

5. Тараненко В. В. Карантин, як захід попередження поширення інфекційних захворювань: МНАУ, 2021, С. 61-63.

6. Пасічний В. М. Внесення колагенвмісних сумішей у фаршеві системи / В. М. Пасічний, М. М. Полумбрик. *Науковий вісник ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького. Технічні науки. Серія «Харчові технології». Частина 4.* 2016. Том 18, № 2(68). С. 150—152.

УДК 504.4:338.48(045)

Лук'янець А. В.
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9973-5386
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

НАДЗВИЧАЙНІ СИТУАЦІЇ ПРИРОДНОГО ХАРАКТЕРУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ТУРИСТИЧНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНІВ

У статті досліджується вплив надзвичайних ситуацій природного характеру на туристичну привабливість регіонів. Проаналізовано типи природних катастроф, їхній вплив на туристичну інфраструктуру, безпеку подорожей і поведінку туристів. Також розглянуто приклади з міжнародного та українського досвіду, запропоновано стратегії адаптації та підвищення стійкості туристичних регіонів.

***Ключові слова**: природні катастрофи, туризм, ризики, стійкість, безпека, адаптація, туристична привабливість.*

Всі блага природи, якими є: річки, озера, моря, ліси, поля, коралові рифи і т.п. без міри використовують організатори та учасники туристичної діяльності. Без даних ресурсів туристична діяльність не мала б права на існування, адже потрібно пам'ятати про непередбачуваність та надважливий вплив природи на туристичну привабливість регіонів.

Туризм є однією з найбільш динамічних і водночас вразливих галузей економіки. Зміни клімату, зростання частоти природних катастроф, глобальні пандемії та інші чинники створюють серйозні загрози для функціонування туристичних систем.

Постановка проблеми. Аналіз туристичної діяльності після впливу природніх катаклізмів виявляє, що такі події можуть мати як негативні, так і позитивні наслідки. Негативні - це затримка розвитку туристичної галузі через пошкодження інфраструктури, втрату рекреаційних ресурсів та погіршення іміджу. Позитивні - це можливість заново оцінити цінність природи, переглянути підходи до туристичного розвитку, а також збільшення інтересу до місць, що пережили катаклізми, після їхнього відновлення.

Стихійні лиха призводять до відмови туристів від поїздок у постраждалі регіони через страх за власну безпеку та обмеження у пересуванні, що в свою чергу призводить до значного зменшення туристичних доходів та доходів пов'язаних з туризмом. У сучасних умовах глобального потепління, кліматичних змін і зростання частоти природних катастроф, туристична галузь стає дедалі більш вразливою до надзвичайних ситуацій природного характеру. Зокрема, стихійні лиха – землетруси, повені, урагани, пожежі, пандемії – мають деструктивний вплив як на інфраструктуру туристичних регіонів, так і на їхню репутацію та привабливість в очах потенційних туристів. Однак, попри очевидну актуальність проблеми, у багатьох регіонах, зокрема й в Україні, питання готовності туристичної інфраструктури до НС ПХ не є достатньо вивченим і впровадженим на практиці. Це створює необхідність комплексного аналізу типів природних загроз, їхніх наслідків для туристичної привабливості та розробки ефективних стратегій адаптації до подібних викликів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій щодо впливу надзвичайних ситуацій природного характеру на туристичну привабливість регіонів розглянуто в працях видатних вчених: Безугла Л. О., Гуменюк І. В., Кириченко О. В., Коваль О. Г. та інших. Вони проаналізували причини впливу глобальних, а саме природніх чинників на туристичну індустрію. Але і досі питання вприву природи на туризм залишається недостатньо дослідженим.

Метою статті є комплексне дослідження впливу надзвичайних ситуацій природного характеру на туристичну привабливість регіонів, з аналізом типів природних катастроф, їхніх наслідків для туристичної інфраструктури та поведінки туристів, а також обґрунтування ефективних стратегій адаптації й підвищення стійкості туристичних дестинацій у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Для детального вивчення даного питання спочатку потрібно здійснити класифікацію природних катастроф та їхній вплив на туризм. Природні катастрофи поділяються на кілька основних типів.

По перше це геофізичні явища до яких відносять: землетруси, вулканічна активність, зсуви ґрунту. Такі події можуть знищити туристичну

інфраструктуру, створити тривале відчуття небезпеки. Наприклад, землетрус у Непалі 2015 року зруйнував численні пам'ятки ЮНЕСКО і призвів до суттєвого зменшення туристичного потоку.

До гідрометеорологічних катастроф відносимо повені, урагани, циклонічні бурі, снігопади. У 2021 році повені в Німеччині та Бельгії суттєво вплинули на регіональний туризм. В Азії тайфуни щороку призводять до закриття курортів і евакуації туристів.

Кліматичні зміни мають широкий і складний вплив на туристичну сферу, як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Основні аспекти впливу: підвищення температури: південні теплі регіони можуть стати надто спекотними влітку, що знижує їх привабливість; збільшується попит на північніші регіони або на подорожі в міжсезоння; туристи переорієнтовуються на прохолодніші місця або змінюють періоди подорожей; зменшення снігового покриву призводить до втрати стабільності сезону через недостатній сніг на гірськолижних курортах; підняття рівня моря а також зростання частоти екстремальних погодних явищ.

Збільшення температур, посухи, лісові пожежі. Австралійські пожежі 2019–2020 років не лише знищили природні парки, а й знизили туристичну активність у багатьох регіонах на роки вперед.

На цьому тлі запрацював проект PESETA (Прогнозування економічних наслідків зміни клімату в секторах Європейського Союзу на основі висхідного аналізу), основна мета якого полягає в тому, щоб сприяти кращому розумінню можливих фізичних та економічних наслідків, спричинених зміною клімату в Європі протягом усього періоду 21 століття [3].

Пандемії, спалахи захворювань. Пандемія COVID-19 стала глобальним шоком для всієї туристичної галузі, викликавши не лише тимчасове припинення подорожей, а й перегляд стандартів безпеки, гігієни, медичної готовності туристичних регіонів.

Надзвичайні ситуації істотно знижують туристичну привабливість регіонів. Вони формують уявлення про небезпеку, впливають на поведінку туристів і

економіку дестинацій. Для збереження конкурентоспроможності регіони повинні інвестувати в стійкість, безпеку та управління ризиками.

Наслідки надзвичайних ситуацій для туристичної привабливості:

1. Фізичне руйнування інфраструктури: знищення готелів, аеропортів, транспортної мережі, туристичних об’єктів. Це спричиняє значні витрати на відновлення і вимагає часу.

2. Зниження іміджу та довіри до дестинації: регіон, що постраждав від катастрофи, сприймається як небезпечний. Це зменшує попит і впливає на конкуренцію на туристичному ринку.

3. Зміна туристичних маршрутів: туристи переорієнтовуються на безпечніші дестинації. Наприклад, після землетрусу в Туреччині у 2023 році спостерігалося зростання інтересу до Грузії як альтернативи.

Аналіз туристичної діяльності після впливу природніх надзвичайних ситуацій вимагає врахування кількох факторів, зокрема, впливу на інфраструктуру, зміну туристичних потоків, економічні наслідки та відновлення природи. Враховуючи ці фактори, можна оцінити як природні надзвичайні ситуації впливають на туристичну галузь та як вона може відновлюватися.

Стратегії адаптації регіонів до надзвичайних ситуацій природнього характеру:

1. Профілактика та моніторинг: встановлення систем раннього попередження, співпраця з метеорологічними службами, навчання місцевого персоналу.

2. Підвищення готовності туристичних об’єктів: наявність планів евакуації, сертифікати безпеки, страхування, резервні плани прийому туристів.

3. Інформаційна політика: вчасне інформування туристів, робота зі ЗМІ, збереження репутації регіону. Прикладом може бути Японія, яка регулярно інформує туристів про сейсмічну активність без створення паніки.

4. Стратегічне планування розвитку туризму: формування дестинацій, стійких до природних ризиків, розвиток внутрішнього туризму, страхові та компенсаційні механізми.

Україна також стикається з природними загрозами: повені в Карпатах, зсуви в Криму, посухи на півдні. Проте системна підготовка туристичних регіонів до подібних подій часто відсутня. Необхідно розробляти регіональні програми адаптації, зміцнювати матеріальну базу, проводити тренінги для готельєрів та гідів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Надзвичайні ситуації природного характеру мають суттєвий вплив на туристичну привабливість регіонів. Вони можуть змінювати попит, спричиняти фінансові втрати, трансформувати стратегічне бачення розвитку туризму. Проте завдяки ефективному управлінню ризиками, превентивним заходам та стратегічному плануванню туристичні регіони можуть не лише відновитися, а й зміцнити свою стійкість у довгостроковій перспективі. Відновлення туристичної привабливості вимагає комплексного підходу: від кризового управління та безпекового планування до стратегій репозиціонування дестинації.

Список використаних джерел:

1. Безугла Л. О. Вплив надзвичайних ситуацій на розвиток туризму в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Економіка.* Ужгород. 2020. Вип. 31(2). С. 123–127.

2. Гуменюк І. В. Кризові ситуації в туризмі та управління ними. *Вісник Львівського університету. Серія географічна.* Львів. 2019. Вип. 56. С. 94–101.

3. Кириченко О. В. Вплив кризових явищ на розвиток міжнародного туризму в країнах ЄС. *Економіка та суспільство*. Київ. 2022. Вип. 42. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-39.

4. Коваль О. Г. Туристична привабливість територій в умовах зовнішніх загроз. *Економіка та суспільство.* Київ. 2021.Вип. 27. С. 158–163.

5. World Tourism Organization (UNWTO). *Tourism and Crisis Management: Responding to Challenges.* Madrid: UNWTO, 2018. 92 p.

УДК 641.5(045)

Мазуркевич І. О., кандидат економічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0001-6648-9994
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ПЕРЕДУМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ КУХОНЬ

Дана стаття присвячена дослідженню національної кухні як важливого елементу культурної спадщини народу. Розглядаються історичні, географічні та соціокультурні чинники, що впливають на її формування та розвиток. Аналізуються ключові особливості становлення національних кухонь. Висвітлюється роль національної кухні у формуванні ідентичності, збереженні традицій та її значення для сучасного гастрономічного туризму.

Ключові слова: *національна кухня, кулінарні традиції, гастрономія, особливості кухні, культурна спадщина, ідентичність, регіональна кухня, локальна кухня, місцева кухня, історія кухні.*

Постановка проблеми. Національна кухня є не лише набором рецептів, а й важливою складовою культурної ідентичності народу, що відображає його історичний розвиток, географічні умови, релігійні традиції та соціальні звичаї. Дослідження передумов і особливостей становлення національних кухонь дозволяє глибше зрозуміти, як формувалась культура харчування в різних регіонах світу, які зовнішні й внутрішні чинники впливали на її еволюцію. Особливо важливим це є в контексті відродження національної самосвідомості та збереження культурної спадщини в умовах сучасних викликів. Вивчення цієї теми сприяє не лише академічному пізнанню, але й практичному застосуванню в багатьох сферах: туризму, ресторанного бізнесу, міжкультурної комунікації та освіти. Тому дослідження передумов і особливостей становлення національних кухонь є своєчасним, важливим і має значну наукову та практичну цінність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед українських дослідників

особливостей становлення та розвитку національних кухонь слід виділити таких як: С. Кириленко та О. Плюти, які аналізували харчову культуру з культурологічного погляду. З позицій етнографічного контексту вчені Л. Артюх, М. Маркевич, В. Наулко досліджували їжу як частину повсякденного життя та побутової культури, а В. Ніколенко досліджувала вплив гастрономії на розвиток суспільства. Це свідчить про зростання інтересу до теми харчування, їжі та кухонь в цілому, проте відсутній комплексний підхід до розуміння національної кухні як важливого елементу гастрономічної культури.

Мета статті. Метою написання даного дослідження є узагальнення існуючих поглядів щодо формування визначення сутності поняття «національна кухня» як вагомого елементу гастрономічної культури нації.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи національну кухню, зазвичай мають на увазі спільні уявлення про харчові практики певної нації. Ці уявлення охоплюють характерні страви та продукти, тісно пов'язані з конкретною територією. Важливо, що ці уявлення є стабільними, поділяються всіма членами даної культурної спільноти та передаються за її межі. Об'єднуючи ці два аспекти, можна дійти висновку про двоїсту природу поняття «національна кухня». З одного боку, вона постає як суто кулінарне явище, що еволюціонує органічно, під впливом власних внутрішніх законів розвитку. З іншого боку, традиції, які лежать в її основі, часто формуються під впливом зовнішніх чинників – політичних, економічних та культурних. Отже, уявлення про національну кухню, тобто про типові страви та харчові звички конкретного народу, можуть формуватися двома шляхами: по-перше, всередині самої національної культури, а по-друге, представниками інших культур. Таким чином, існують внутрішньокультурні та зовнішньокультурні уявлення про національну кухню [3].

В таблиці 1 систематизовано різні існуючі підходи до розуміння сутності поняття «національна кухня». Як бачимо, у науковому дискурсі національна кухня має безліч трактувань. Зокрема, її визначають і як їжу, і як сукупність кулінарних прийомів і страв, притаманних певній спільності людей. Національна

кухня включає в себе безліч взаємопов'язаних між собою компонентів: колективні уявлення і смакові переваги, обумовлені місцем проживання, культурою і релігійними вимогами; перелік страв (повсякденних, святкових, дитячих, дорослих та ін.); тваринницьку продукцію, характерну для регіону; вирощувані в просторі знаходження етносу сільськогосподарські і плодові культури; способи їх обробки, технології приготування; кухонне начиння; етикетні правила [1, с. 31].

Таблиця 1 – Дослідження сутності поняття «національна кухня»

Автор	Визначення
Плюта О.П.	Національна кухня – це система колективних уявлень про харчові звички нації, що включає в себе страви, які вважаються репрезентативними для даної гастрономічної культури, і так звані спеціалітети, тобто продукти, специфічні для конкретної місцевості
Шевель І.П.	Національна кухня – є основною частиною її культурного, своєрідного відображення масової свідомості, історичного досвіду, соціально–економічного стану країни
Капкан М.	Національна кухня - система колективних уявлень про харчові звички нації, ті страви, які вважаються репрезентативними для певної гастрономічної культури, і так звані спеціалітети, тобто продукти, специфічні для конкретної місцевості
Ліч Е.	Національна кухня – це процеси приготування їжі, організовані в модельні конфігурації так, щоб включати закодовану інформацію за аналогією зі звуками, словами звичайної мови
Бурдьє П.	Національна кухня має стійкий характер практик харчування, обумовлених досвідом минулого як «придбаної системою породжуючих схем»
Красовський С.О.	Національна кухня - гастрономічний код етносу, тобто впорядкований спосіб споживання їжі, обумовленого середовищем проживання, культурно-історичним розвитком і релігійним компонентом.
Ніколенко В. В.	Національна кухня визначає моделі поведінки і рефлексії щодо їжі, допомагає людині орієнтуватися у процесах соціальної комунікації, створює відповідне тло для формування сталих міжособистісних та міжгрупових відносин

Кулінарні традиції кожної держави є фундаментальною складовою її культурної ідентичності, унікальним віддзеркаленням колективної свідомості, накопиченого історичного шляху та соціально-економічного контексту країни. Будь-яка нація володіє знаковими стравами, які слугують її кулінарними візитними картками, вирізняючи її серед інших. Зростання інтересу до популяризації національних кухонь стимулювало розвиток гастрономічного туризму, що, своєю чергою, спричиняє певні трансформації в структурі ресторанної індустрії.

Різні регіони однієї країни демонструють власні кулінарні переваги, що знаходить своє відображення у створенні тематичних закладів харчування. На вибір кухні також впливають усталені споживчі смаки та переваги щодо певних видів продуктів. Спостерігається зростаюча тенденція серед ресторанів до акцентування на використанні натуральних інгредієнтів, а не на складних технологіях приготування. Серед різноманітних кулінарних напрямків особливої популярності набуває авторська кухня, яка надає можливість творчо переосмислювати існуючі кулінарні традиції світу та створювати оригінальний продукт, що приваблює споживачів своєю унікальністю.

Слід зазначити, що останнім часом особливої уваги набувають дослідження понять «регіональна кухня», «локальна кухня», та «місцева кухня». Всі ці поняття виходять із поняття ієрархічного рівня походження. У процесі вивчення гастрономічної культури важливо розрізняти рівні її прояву за масштабом поширення та характером кулінарних традицій. Поняття національної, регіональної, локальної та місцевої кухонь є взаємопов’язаними, проте мають суттєві змістові відмінності, які впливають на підходи до їх дослідження та інтерпретації [4].

Національна кухня охоплює кулінарні традиції, що вважаються репрезентативними для цілого народу. Вона формується як результат історичного розвитку, об'єднує типові страви, техніки приготування, продукти та ритуали харчування, що закріпилися в національній свідомості. У випадку України до національної кухні традиційно відносять борщ, вареники, сало, узвар, куліш, які набули загальнодержавного символічного значення.

Регіональна кухня є частиною національної, однак зберігає свої відмінності завдяки природно-кліматичним умовам, етнічному складу населення та історичному розвитку певної території. Наприклад, гуцульська кухня характеризується широким використанням грибів, кукурудзяної крупи, бринзи, тоді як південна кухня має середземноморські риси через близькість до моря.

Щодо локальної кухні, то вона охоплює кулінарні практики окремої громади, села чи невеликого міста. Вона відзначається високим рівнем

автентичності та збереженням традицій, які часто передаються виключно усно. Такі кухні можуть включати унікальні рецепти (наприклад, банош по-рахівськи чи специфічна страва із Закарпаття), що не є загальновідомими навіть у межах регіону.

Місцева кухня часто вживається як синонім локальної, однак у ширшому сенсі може стосуватись будь-якої кухні, притаманної певній місцевості. У гастрономічному туризмі цей термін використовується як універсальний для позначення кулінарної ідентичності конкретного пункту призначення – без точного визначення його масштабу.

Таким чином, ієрархія кухонь вибудовується від найвищого рівня узагальнення (національного) до найдрібнішого і найавтентичнішого (локального/місцевого). Такий підхід дозволяє більш точно аналізувати гастрономічну культуру як культурний код етносу, враховуючи її багаторівневу структуру.

Формування національної кухні тісно переплітається з двома взаємодіючими процесами: об'єднанням (інтеграцією) та розмежуванням (диференціацією). Процес інтеграції корениться у зміцненні та чіткому визначенні зовнішніх меж культурної спільноти. З одного боку, відбувається внутрішнє злиття окремих складових в цілісну «національну культуру». Це об'єднання створює спільний фундамент для стабільного колективного існування. Як зазначається, перетворюючись на «народ», громадяни країни формували певну спільність (хоча часто й уявну), що спонукало їх до пошуку та знаходження об'єднуючих елементів, таких як звичаї, видатні постаті, спільні спогади, знакові місця та символи. Відповідно, історична спадщина різних частин, регіонів та провінцій, що увійшли до складу нової «нації», могла бути об'єднана в єдину загальнонаціональну традицію [2].

У процесі становлення єдиної національної держави відбувається об'єднання окремих територій, що призводить до поступового згладжування внутрішньокультурних відмінностей. Кулінарія перестає бути виключно регіональним явищем, зазнаючи уніфікації завдяки взаємодії кулінарних

традицій різних регіонів і культурних груп, що входять до складу держави. Відбувається акумуляція різноманітних регіональних та етнічних кулінарних практик, які в сукупності формують уявлення про національну кухню. Цьому процесу сприяє розвинена система комунікацій, що забезпечує вільний обмін регіональними стравами та місцевими делікатесами, тобто продуктами, характерними для певних територій. Таке зникнення розбіжностей у регіональній кухні сприяє формуванню почуття національної єдності. В результаті харчові звички нації сприймаються як щось гомогенне та недиференційоване в межах усього культурного простору.

Інтеграція проявляється в кількох аспектах. По-перше, на зміну чіткому соціальному розшаруванню середньовічної кулінарії приходить національна кухня, яка постає як явище, що об'єднує всі соціальні верстви нації в єдину спільноту, яка, з незначними варіаціями, споживає подібну їжу. Буржуазія, прагнучи відмежуватися як від селянства, так і від аристократії, водночас у своїх пошуках унікальності неминуче вдається до синтезу цих кулінарних традицій. По-друге, соціокультурні фактори (особливості харчових традицій, уявлення про символічну цінність їжі) та технологічні чинники (методи обробки продуктів) призвели до появи, поряд із народною, так званої вченої кухні (ця послідовність запропонована Ж. Ф. Ревелем [2].

Щодо диференціації або розмежування, то формування національної кухні відбувалося на основі диференціації харчових традицій кожної нації. Загальновідомо, що чимало страв зустрічаються в різних культурах, демонструючи практичну ідентичність у способі приготування, смакових якостях та контексті споживання – прикладами можуть слугувати різноманітні борщ, бограч, каші, млинці чи пельмені. Однак, набуваючи статусу національних страв, вони, як правило, обростають зафіксованими в усній (а іноді й письмовій) традиції легендами, що покликані підкреслити їхню унікальність та символічний зв'язок з національною історією, особливостями національного характеру тощо. Таким чином, вони дистанціюються від схожих рецептів інших культур завдяки своєму символічному навантаженню, що дозволяє трактувати «страви-двійники» інших народів як «несправжні» або «імітації».

Національна кухня є особливим культурним феноменом Нового часу, що виник у зв'язку з певними соціально-політичними змінами та трансформаціями у світогляді. З одного боку, вона зберігає елементи традиційних способів передачі кулінарного досвіду, що сприяє її визнанню та узаконенню. З іншого боку, національна кухня реагує на вимоги нової культурної епохи. На думку дослідників, еволюція національної кухні відіграє значущу роль не лише в популяризації певних харчових продуктів, але й в адаптації їжі до потреб та вимог людини, що відповідають сучасним культурним нормам [5].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, національна кухня є складним і багатогранним феноменом, який розглядається науковим дискурсом з різних точок зору. Її визначають як сукупність харчових звичок, кулінарних прийомів і страв, характерних для певної нації, що включає в себе не лише саму їжу, але й пов'язані з нею колективні уявлення, смакові переваги, традиційні продукти, способи їх обробки, кухонне начиння та етикет. Окрім того, встановлено, що національна кухня є важливим елементом культурної ідентичності кожної країни, відображаючи її історичний досвід, соціально-економічний стан та колективну свідомість. Знакові страви стають своєрідними кулінарними символами нації, сприяючи розвитку гастрономічного туризму та структурним змінам у ресторанному бізнесі. Важливою особливістю є ієрархічна структура гастрономічної культури, яка включає національну, регіональну, локальну та місцеву кухні. Національна кухня є найбільш узагальненим рівнем, що об'єднує кулінарні традиції, які вважаються репрезентативними для всієї нації. Регіональні кухні, будучи частиною національної, зберігають свої унікальні риси, зумовлені географічними, етнічними та історичними факторами. Локальні та місцеві кухні відображають кулінарні практики окремих громад і характеризуються високим рівнем автентичності.

Щодо особливостей формування національної кухні, то вона є результатом взаємодії двох взаємопов'язаних процесів – інтеграції та диференціації.

Інтеграція проявляється в об'єднанні окремих регіональних кулінарних традицій у загальнонаціональну, нівелюванні внутрішніх відмінностей та формуванні спільного харчового простору, що сприяє відчуттю національної єдності. Диференціація ж полягає у наданні унікального символічного значення певним стравам, навіть якщо вони мають аналоги в інших культурах, з метою підкреслення національної самобутності. У сучасному світі, де глобалізаційні процеси дедалі більше впливають на спосіб життя та харчові вподобання людей, зростає інтерес до збереження і популяризації національної кулінарної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Красовський С. О. Національна кухня як складник гастрономічної культури етносу: сутність і методи дослідження. *Культура і сучасність* : альманах. 2021. №1. С. 30-35.

2. Плюта О. П. Кухня як репрезентант гастрономічної культури сучасного суспільства. *Питання культурології*. 2017. Вип. 32. С. 128–147.

3. Плюта О. П. Українська кухня: передумови виникнення і трансформації. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2017. Вип. 25. С. 77–87.

4. Постова В.В. Локальна кухня: сучасний тренд у ресторанному бізнесі. *Інновації, гостинність, туризм*: наука, освіта, практика : зб. тез доп. IV Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених з міжнар. уч., м. Львів, 30 трав. 2024 р. Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. С. 84-86.

5. Яценко С. А. Традиційна народна їжа як предмет етнографічного дослідження. URL: http://eprints. zu.edu.ua/2018/1/3.pdf. (дата звернення: 12.05.2025).

УДК 338.484

Онищук Н. В., кандидат економічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0002-1635-0801
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ГОСТИННОСТІ

У статті розглядаються стратегії просування та стимулювання збуту послуг індустрії гостинності через соціальні мережі; використання соціальних мереж як стратегічного інструменту у просуванні і збуті послуг та визначення їхнього впливу на формування попиту та вибір послуг гостинності.
***Ключові слова**: стратегія, соціальні мережі, індустрія гостинності, збут, просування.*

Постановка проблеми. Зростання впливу соціальних мереж на прийняття рішень споживачами в сфері гостинності визначає необхідність ретельного розгляду та аналізу стратегій просування послуг у цьому віртуальному просторі. Все більше споживачів звертаються до соціальних мереж для знаходження інформації та отримання рекомендацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження щодо можливості використання соціальних мереж для просування та стимулювання збуту послуг гостинності висвітлені в наукових працях як вітчизняних так, і зарубіжних науковців, зокрема: В. Ліма, Р. Лакха, Р. Язданіфарда, П. Салкхорд, Т. В. Ємчук, М. І. Даниленко, М. А. Зубарєвої, Ю. А. Мірошник.

Метою статті є дослідження використання соціальних мереж як стратегічного інструменту в індустрії гостинності та визначення їхнього впливу на формування попиту та вибір послуг.

Виклад основного матеріалу. Стратегія просування є частиною загальної картини, якою є маркетингова стратегія. Визначення маркетингової стратегії стосується стратегічного планування та довгострокових дій будь-якої організації з метою досягнення визначених цілей.

Стратегія просування визначається планом і тактикою, яку застосує компанія у своєму маркетинговому плані для збільшення попиту на послугу.

Таблиця 1– Функції стратегій просування комплексу маркетингу

№	Функції стратегії	Її значення
1.	Формувати обізнаність	Компанія починає інформувати свою цільову аудиторію про свій бренд. Для його побудови спочатку потрібно визначити профіль людей, яких вона хочете охопити.
2.	Зацікавити людей	Як тільки компанія отримає свою послугу, вона повинна створити інтерес навколо неї та зацікавити людей, привабивши потенційних покупців, вона одночасно відрізняє свій бренд від конкурентів.
3.	Створити попит на послугу	На цьому кроці люди почнуть емоційно ставитись до послуги компанії, бачачи те, що може їм принести користь.
4.	Змусити покупців вжити заходів	Компанія повинна створити спосіб для своєї цільової аудиторії взаємодіяти з послугою. Розмістити на своєму веб-сайті, електронних листах, оголошеннях, профілях у соціальних мережах кнопку із закликом до дії або спокусити їх невідмовною пропозицією.

Стратегії просування відіграють життєво важливу роль у комплексі маркетингу (товар, ціна, розміщення та просування), і вони обертаються навколо:

– цільової аудиторії – для кого продається та які їх інтереси;

– бюджету – скільки компанія готова вкласти в просування;

– плану дій – яку стратегію компанія буде реалізовувати для досягнення своїх цілей та здійснення продажів.

Розглянемо найефективніші маркетингові стратегії, які можуть привести потенційних клієнтів та перетворити потенційну аудиторію на лояльних клієнтів.

І. Залучення високого трафіку за допомогою контент-маркетингу.

Контент-маркетинг – одна з ключових маркетингових стратегій, яка може допомогти підприємству представити свій бренд перед аудиторією. Це форма донесення інформації до клієнтів компанії про послуги, які вона пропонує, та пов'язані теми у галузі підприємства.

Звичайно, контент-маркетинг – це більше, ніж просто контент. Процес починається зі створення (на основі надійної стратегії цифрового вмісту), а потім супроводжується просуванням, вимірюванням та постійною оптимізацією.

Існує декілька видів маркетингу цифрового вмісту, які активно використовуються.

Дописи в блозі – поширена, але потужна форма вхідного маркетингу, публікації в блогах допомагають компанії просувати внутрішній та зовнішній контент, включати інформацію про послуги або просто інформувати аудиторію щодо теми з ніші підприємства.

Статті – ідеальний спосіб підвищити рейтинг веб-сайтів і безкоштовно покращити цільові сторінки. Компанії потрібно провести невелике дослідження перед написанням, щоб вона також змогла включити маркетинг вмісту SEO.

Інфографіка – чудова форма візуалізації зображень та даних. Вони цікаві та легкі для розуміння, оскільки побудовані на основі короткого тексту, цифр, даних та графіки. Підприємство може поділитися ними як окремим вмістом або включити їх у публікації в блозі та ще краще підтримати ідею.

Подкасти – деякі люди добре справляються з багатозадачністю, тому вони можуть тренуватися, займатись своїми справами одночасно стимулюючи розум. [5]. Крім того, спеціалісти завжди зможуть перепрофілювати свої публікації в блозі на подкасти або навпаки.

Відеомаркетинг – це потужний спосіб збільшити кількість конверсій та підвищити рентабельність інвестицій. Підтвердженням цього є 87% відео-маркетологів, які кажуть, що відео збільшило відвідуваність їх веб-сайту.

II. Дослідження сили впливу соціальних медіа.

Оскільки понад 3,6 мільярда людей користуються соціальними мережами у всьому світі, маркетинг у соціальних мережах – це ефективний спосіб поділитися своїм рекламним вмістом.

На сьогоднішній день компанія може використовувати кілька платформ соціальних мереж, залежно від аудиторії, на яку вона хоче орієнтуватися. Є можливість експериментувати з рекламою у Facebook, Instagram, Pinterest, Linkedin, Snapchat або YouTube і переконатися, яка з них найбільше підійде під концепцію підприємства [2].

Створення профілю та публікації випадкових матеріалів та контенту іноді

недостатньо. Незважаючи на це, багато компаній, схоже, не мають певного плану маркетингу в соціальних мережах, який допоможе їм досягти успіху. На перший погляд, це може здатися не серйозною проблемою, але відсутність чіткого плану в соціальних мережах і чітко визначеного процесу може призвести до того, що маркетингові зусилля в соціальних мережах не принесуть бажаних результатів.

Виділимо ключові кроки у розробці стратегії у соціальних мережах:

1. Формування мети. Перше, що потрібно зробити при створенні стратегії в соціальних мережах, це встановити чітко визначені цілі (конкретні, вимірювальні, досяжні, актуальні, тимчасові). Цілі компанії повинні бути унікальними та одночасно доповнювати інші цілі.

Тим не менш, варто визначити стандартні категорії цілей у соціальних мережах:

– підвищення впізнаваності вашого бренду: Соціальні мережі – відмінний інструмент для формування «голосу бренду», підвищення обізнаності щодо проблем, які компанія підтримує, та просування моралі та цінностей бренду компанії;

– збільшення розміру аудиторії: розмір аудиторії та швидкість її зростання, як правило, визначають успіх у соціальних мережах. Чим більша аудиторія, тим більше у компанії шансів на залучення потенційних клієнтів, продажу та лояльну клієнтську базу;

– підвищення залучення спільноти: у той час як кількість аудиторії має вирішальне значення для впливових осіб, частка людей, які відвідують сторінку компанії в соціальних мережах і ставить лайки, коментують або діляться нею, значно важливіша, особливо з алгоритмами соціальних мереж;

– збільшення трафіку на сайт компанії: хоча наявність великої кількості залучених передплатників – це фантастика, соціальні мережі зрештою повинні використовуватися для направлення відвідувачів на сайт для збільшення продажів;

– збільшення кількості потенційних клієнтів та продажів: якщо компанія хочете, щоб стратегія у соціальних мережах була успішною, потрібно побачити збільшення потенційних клієнтів та продажів безпосередньо в результаті цього.

2. Визначити свою аудиторію. Одна з найпоширеніших помилок підприємств у соціальних мережах, у тому, що їх підписники не корисні йому. Безглуздо мати велику кількість підписників, якщо вони не призводять до конверсій.

3. Створення високоякісного привабливого контенту. Коли справа доходить до створення контенту, ціль – це все. Тут не може мова йти про випадкові пости, особливо якщо вони не резонують із аудиторією підприємства.

4. Публікації. Незважаючи на те, що компанія може опублікувати весь свій контент у соціальних мережах вручну, це може забрати багато часу і не дати гарних результатів. Більшість платформ соціальних мереж тепер використовують такий алгоритм для фільтрації інформації, який вони надають користувачам. Це означає, що якщо компанія публікує пост в той час, коли його цільова аудиторія не знаходиться в мережі, матеріал може залишитися непомітним.

5. Використання відеоконтенту. Прямий ефір проявляє себе як найкращий контент у соціальних мережах, підписники хочуть бути візуально і емоційно залученими [3].

При цьому «прямий ефір» є найпопулярнішим. Алгоритми соціальних мереж на сьогоднішній день підтримують відеоконтент на вершині популярності всіх каналів через окремі зображення та «каруселі».

Соціальні мережі – це середовище, що швидко розвивається. Нові платформи виникають постійно, в той час, як інші проходять регулярні зміни з новими функціями, які з'являються щотижня. Тому маркетингова стратегія компанії в соціальних мережах повинна бути живим організмом, який налаштовується і змінюється. Правильним рішенням буде знайти відповідну платформу соціальних медіа для бренду компанії та скористатись усім, що вона може запропонувати. Спілкування з аудиторією в Інтернеті дає свої плоди. Маркетинг у соціальних мережах є чудовим посередником між потенційними клієнтами та брендом компанії.

III. Використання маркетингу за допомогою електронної пошти для стимулювання зацікавленості та продажів.

Електронний маркетинг може бути частиною стратегії вхідного просування, а також стратегії вихідного просування. Електронний маркетинг повинен відігравати ключову роль у маркетингу, особливо якщо підприємство орієнтується на існуючих клієнтів. На відміну від просування в соціальних мережах, немає жодних припущень щодо алгоритмів, реклами чи інших факторів, які можуть вплинути на ваше охоплення.

Фактично, 90,9% інтернет-користувачів використовують електронну пошту і що багато хто з них бажають отримувати повідомлення про бренди через цей канал комунікації. Змінивши тему листа, компанія можете збільшити відкритість та залучити більше потенційних клієнтів.

Крім того, такі інструменти, як сегментація, можуть допомогти прискорити споживача за рахунок створення персоналізованих повідомлень, що відображатиме інтереси, потреби та минулі рішення клієнтів компанії про покупки.

Електронна пошта – чудовий засіб для такого спілкування, оскільки дослідження показують, що 49% опитаних хотіли б отримувати щотижневі розсилки електронною поштою від своїх улюблених брендів. Сегментуючи свій список, підприємство може бути впевненим, що надсилає їм лише найрелевантніші пропозиції. При правильному використанні маркетингова кампанія за допомогою електронної пошти виявляється надзвичайно ефективною в маркетинговій стратегії бренду.

IV. Співпраця з інфлюенсерами для підвищення обізнаності про бренд.

Робота з інфлюенсерами – це про те, як зробити найкраще з традиційного маркетингу з вуст в уста, але в цифровому середовищі. І це ще краще, тому що компанія також може виміряти його ефективність за допомогою оцінок «Подобається», публікацій, залучення до соціальних мереж, переходів, кліків та конверсій.

89% маркетологів стверджують, що рентабельність інвестицій така ж чи навіть краща, як інші маркетингові стратегії, а 71% стверджує, що маркетинг з часом приносить їм якісних потенційних клієнтів та кращий трафік [4].

Якщо компанія вирішить співпрацювати з «лідерами думок», вона зможе охопити тисячі, а то і мільйони потенційних клієнтів [5;6].

Розглянемо можливі шляхи співпраці з інфлюенсером. Маркетинг для інфлюенсерів є економічно вигідним, особливо якщо компанія вирішила співпрацювати з мікрофлюенсерами, що також є надзвичайно ефективним та надійним варіантом.

Коли справа доходить до вибору платформ соціальних медіа для просування бренду компанії через маркетингові кампанії з інфлюенсерами, варто зосередитись на тих, де цільова аудиторія підприємства проводить свій час.

За даними нашого дослідження 89% маркетологів кажуть, що Instagram є життєво важливим для їх маркетингової стратегії впливу, за ним слідують Instagram Stories – 73% та YouTube – 56%.

Висновки. Отже, стратегію просування важко реалізувати, зосереджуючись виключно на елементах комплексу маркетингу (тобто продукт, ціна, розподіл і просування), головним чином тому, що багато інших важливих параметрів беруть участь у їх концептуалізації, наприклад, управління відносинами, розвиток ринку та бізнесу, питання інновацій. Проте, здається, що кожен канал комунікації має різну спрямованість маркетингового комплексу: стратегія соціальної комерції акцентує увагу на рекламі та продажах, стратегія соціального контенту з акцентом на брендинг і комунікацію, стратегія соціального моніторингу з акцентом на розробку послуг і продуктів, а стратегія соціальної CRM акцентує увагу на управлінні клієнтами та інноваціях.

Список використаних джерел:

1. Підгірна В., Данілова О., Ємчук Т. Використання інструментів соціальних медіа в готельному господарстві (на прикладі готелів міста Чернівці). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* 2020. Том 31(70). С. 143–149.

2. Даниленко М. І. Соціальні медіа у готельному бізнесі: гармонізація експансії. *Економіка: реалії часу*. Науковий журнал. 2019. № 5(21). С. 124–130.

3. Зубарєва М. М. Інструменти популяризації готелю у соціальних мережах. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2020. № 4. С. 738–742.

4. Малюга Л. М., Кожухівська Р. Б. Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сферу готельного бізнесу. *Інфраструктура ринку.* 2020. Вип. 19. С. 128–134.

5. Мирошник Ю. А., Абрамова А. Г., Пушка О. С Використання можливостей соціальних мереж в індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск № 38.

6. Forbes. URL: https://forbes.ua/news/instagram-u-2023-rotsi-obignav-tiktok-za-kilkistyu-zavantazhen-08032024-19742 (дата звернення: 12.05.2025).

УДК 641.56:613.2(045)

Пахомська О. В.
ORCID https://orcid.org/0000-0003-3573-9422
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

СУПЕРФУДИ: ПОЖИВНІ ЧУДО-ПРОДУКТИ ДЛЯ ОРГАНІЗМУ ЛЮДИНИ

У статті досліджено, що суперфуд – це продукт харчування, що має високий вміст корисних речовин, таких як вітаміни, мінерали, антиоксиданти та клітковина. За поживність ці продукти вважаються особливо цінними для здоров'я людини. Суперфуди як частина збалансованого раціону можуть допомогти частково покрити потребу в жирах, білках та вуглеводах, а також мікро- та макроелементах.

Ключові слова: *суперфуд, білки, корисні речовини, обмін речовин, здоров'я.*

Постановка проблеми. Існує думка, що слово суперфуд ще за часів Першої Світової війни використала американська компанія з продажів екзотичних фруктів для позначення банана. Банан назвали суперфудом, бо він смачний, доступний за ціною та росте одразу в натуральній упаковці. Далі в науковій літературі починають з'являтись статті на тему користі певних продуктів в

лікуванні захворювань. Але вони залишаються на рівні статей-роздумів науковців та дієтологів. Час від часу з'являються продукти на кшталт ягід годжі, які не були широко відомі європейцям і їх «продають», як унікальний суперфуд. Пізніше було доведено, що на території Європи їх супер якості можна замінити різноманітними ягодами темного кольору, які містять в собі таку ж концентрацію антиоксидантів. Так само і насіння чіа родом з Латинської Америки за своїми якостями подібне до насіння льону.

За майже столітню історію суперфудів більшість досліджень фінансували їхні виробники. На сьогодні не існує жодного наукового обґрунтування поняття суперфуд, як панацеї від усіх хвороб та незамінного компонента для здорового раціону (про що часто розповідають в рекламі). Водночас існує доказова база, що певні продукти (насіння, зернові, овочі, фрукти, ягоди, риба тощо) містять у своєму складі високу концентрацію корисних та поживних речовин. Значно вищу ніж в інших продуктів тієї ж групи. Їх ми й називаємо суперфудами.

Вживання таких продуктів має загальний позитивний вплив на здоров'я людини, підвищує імунітет, підтримує організм в боротьбі з хворобами. Завдяки своєму вітамінно-мінеральному складу вони здатні насичувати організм всім необхідним, навіть якщо ваш щоденний раціон не надто різноманітний. Наприклад взимку, коли асортимент свіжих овочів та фруктів дещо обмежений. Або під час активних подорожей, відряджень, коли важко підтримувати здорові харчові звички. Як перекуси серед насиченого робочого дня [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі дослідженню основних аспектів харчування суперфудів, присвячені праці таких авторі як: Пешук, Л. В., Новікова Н. В та інші.

Мета статті. Дослідження продуктів харчування - суперфудів, як інноваційного способу познайомитися з культурою здорового харчування та дізнатися про поживну цінність їжі для організму людини.

Виклад основного матеріалу. Суперфуди - продукти харчування, які містять високу концентрацію корисних речовин (вітамінів, мінералів, антиоксидантів, клітковини). Щоденне споживання суперфудів (superfoods) дає змогу людині отримувати речовини, необхідні для підтримання здоров'я, навіть за умови не дуже різноманітного харчування.

Антиоксиданти, що містяться в супер-продуктах, допомагають захистити клітини організму від пошкодження вільними радикалами, знижуючи ризик серцево-судинних і онкологічних захворювань. Суперфуди корисні для схуднення, оскільки добре насичують і дають змогу контролювати апетит.

Омега-3 жирні кислоти, наявні в складі супер-харчування, підвищують еластичність кровоносних судин, знижують артеріальний тиск, знімають запалення, мінімізують ризик розвитку цукрового діабету. Завдяки високій концентрації вітамінів і мінералів суперфуди корисні для шкіри. Вони активізують вироблення колагену, підвищуючи еластичність шкірного покриву тазапобігаючи утворенню зморшок. Споживання супер-продуктів дає змогу поліпшити рухливість суглобів, знизити ймовірність розвитку артрозу й артриту.

Суперфуди корисні для головного мозку, оскільки покращують пам'ять і концентрацію уваги, мінімізують ризик появи деменції (недоумства). Супер-продукти стимулюють вироблення білих кров'яних клітин, які борються з інфекціями та прискорюють імунну реакцію організму на проникнення патогенів [3].

Користь суперфудів для дітей полягає в їх здатності підтримувати правильний фізичний і розумовий розвиток. Суперфуди містять довгі (корисні) вуглеводи, які є джерелами енергії, необхідної для забезпечення активного способу життя дітей. Зображення суперфудів представлено на рисунку 1.

Рисунок 1 – Продукти, що відносяться до суперфудів

Корисні властивості суперфудів:

- Амінокислоти – їх головна функція це утворення білків, які сприяють розвитку та росту м’язів. Також вони знижують рівень холестерину та покращують роботу шлунково-кишкового тракту. Шкірі вони забезпечують пружність, еластичність та швидке загоєння шкірного покриву.

- Антиоксиданти – мають позитивний вплив на якість шкіри, волосся та нігтів.

- Омега-3 жирні кислоти – покращують рухливість суглобів, забезпечують еластичність вашим кровоносним судинам, знижують ризики розвитку цукрового діабету, артриту та артрозу, знімають різні види запалення, зменшують артеріальний тиск.

- Корисні вуглеводи – забезпечують організм енергією для активного способу життя дорослих та дітей.

- Вітамін А – підтримує сітківку ока та загалом має позитивний вплив на здоров’я зору.

- Кальцій – відповідає за міцність кісток та сполучної тканини.

- Вітамін С – допомагає організму опиратись вірусним захворюванням зміцнюючи імунітет.

- Флаваноїди – незамінні помічники для серцево-судинної системи.

Класифікація суперфудів:

- Насіння – льон, коноплі, гарбузове, соняшникове, чіа, гуарана.

- Злакові – гречка, просо, вівсянка, коричневий рис, кіноа, амарант.

- Горіхи – волоський, фундук, мигдаль, пекан, бразильський.

- Фрукти – гранат, ківі, манго, папая, авокадо.

- Ягоди – горобина, бузина, лохина, чорниця, малина, ожина, журавлина, фізаліс, годжі, асаї.

- Овочі – гарбуз, буряк, морква, томат, різні види капусти (чорна, брюссельська, білокачанна, цвітна, кольрабі), часник.

- Листова зелень (темного кольору) – мангольд (листовий буряк), листова ріпа, гірчиця, рукола, шпинат, кучерява (чорна) капуста калі.

- Бобові – чорна та червона квасоля, горох, сочевиця, нут, соя, какао-боби.

- Гриби – лисички, їжовичок гребінчастий, білі, шиїтаке.

- Водорості – спіруліна, хлорелу.

- Олія – лляна, розторопші, обліпихова, оливкова, кунжутна, кокосова, амаранту.

- Кисломолочні продукти – кисляк, кефір, йогурт, закваски

- Риба – форель, сардини, лосось, тунець, скумбрія, оселедець [2].

Корисні властивості українських суперфудів.

Насіння льону – насичене омега-з жирними кислотами, рослинними білками, розчинними харчовими волокнами у вигляді слизу та лігнанами. Останні – це антиоксиданти здатні нормалізувати структуру клітин, мають протизапальні властивості та уповільнюють процеси старіння шкіри.

Насіння конопель – містять високу концентрацію мінералів магнію, заліза, цинку та фосфору. Насичене омега-3 жирними кислотами та білками альбуміну й глобуліну. Саме глобулін в крові людини допомагає зміцнювати імунітет борючись з вірусами та бактеріями.

Чорниця, малина, ожина, журавлина – мають високий вміст вітаміну С та антиоксидантів. Підвищують імунітет, знімають запалення. Допомагають при лікуванні застуди.

Буряк – містить вітаміни А, С, В6 і В9, магній, калій, залізо клітковину й антиоксиданти. Виводить токсини з організму, покращує травлення. Його мінеральний склад допомагає знижувати артеріальний тиск. Людям з низьким тиском варто обережно вживати в їжу сирий буряк.

Гарбуз – суперфуд для здоров’я очей завдяки високому вмісту вітамінів А, С, і Е та калію. Клітковина, якою насичений гарбуз сприяє травленню та є чудовою профілактикою застою жовчі. Вітаміни та мікроелементи у складі гарбуза здатні підвищувати еластичність судин та знижувати артеріальний тиск.

Томат – ще один помічник для вашого зору. В його складі є антиоксидант лікопін, який здатний запобігати катаракті. Саме лікопін надає томату насиченого червоного кольору. Також він знижує холестерин, являється чудовою профілактикою атеросклерозу та тромбоутворення.

Різні види капусти – насичені вітамінами С і К, фолієвою кислотою та клітковиною. Завдяки чому покращують травлення та засвоєння корисних речовин. Мають позитивний вплив на імунну систему. Антиоксиданти, що містяться в капусті запобігають запальним процесам в організмі.

Часник – має високий вміст клітковини, фосфору, заліза, кальцію, міді, калію, вітаміну В1. Зміцнює імунітет завдяки противірусній та антибактеріальній властивостям антиоксиданту аліцину. Зловживання часником викликає біль в шлунку та може призвести до гастриту.

Сочевиця – багата на рослинний білок, залізо, клітковину та фолієву кислоту. Покращує травлення та чудово підтримує бадьорість і енергію в організмі. Разом з тим може викликати здуття живота, що призводить до певного дискомфорту.

Горіхи – містять вітаміни В1, В3, В5, В9, Е, магній, кальцій, цинк, калій. А також омега-3 жирні кислоти та корисні жири. Підвищують активність мозкової діяльності, підтримують серцевий м’яз, регулюють рівень цукру в крові.

Кисломолочні продукти – поліпшують роботу ШКТ та підтримують здорову мікрофлору кишківника. Одночасно допомагають нарощуванню м’язів, оскільки мають гарний вміст білків та підтримують здоров’я кісток і зубів завдяки вмісту Кальцію і вітаміну В12 [2].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Сьогодні кожен обирає власний зручний формат суперфудів. Одні додають насіння, злакові й заморожені ягоди у свої сніданки. Інші готують на вечерю рибу, салати з авокадо, листкової зелені та горіхів. Ринок українських виробників такої продукції постійно розширюється. Суперфуди – це не чарівна пігулка для здоров’я, але вони можуть стати корисним доповненням до раціону. Вони насичують організм цінними речовинами, урізноманітнюють харчування та є чудовим варіантом для швидкого перекусу.

Перспективою подальших досліджень є аналіз ринку снеків із суперфудів, таких як: чипси з фруктів та овочів, сушені ягоди, батончики з горіхів, злакових та ягід, грибні джерки або чипси, різноманітні горіхові мікси та багато іншого.

Список використаних джерел:

1. Пешук Л. В., Новікова Н. В., Приходько Д. Ю. Водорості як «суперфуд» у технологіях м'ясних продуктів здорового харчування. *Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки*, (2023). С. 96-103.

2. Суперфуд – користь, шкода та різновиди. URL: https://itscraft.com.ua/superfud-koryst-shkoda-ta-riznovydy./ (дата звернення 11.05.2025)

3. Користь і шкода суперфудів для організму URL: ttps://onclinic.ua/blog/recepty-trendovyye-pp-produkty(дата звернення 12.05.2025).

УДК 640.3:338.465.4

Постова В. В., кандидат економічних наук, доцент

ORCID https://orcid.org/0000-000-0002-0056-5648

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ СЕГМЕНТУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА З НАЦІОНАЛЬНОЮ КУЛІНАРНОЮ КОНЦЕПЦІЄЮ

У статті розглянуто актуальні питання розвитку сегменту закладів ресторанного господарства з національною кулінарною концепцією в Україні. Проаналізовано теоретичні аспекти та практичні особливості функціонування таких закладів, їхню роль у збереженні та популяризації національної кулінарної спадщини. На основі аналізу статистичних даних та експертних оцінок виявлено основні тенденції розвитку даного сегменту, зокрема зростання інтересу споживачів та туристів до автентичної кухні, використання локальних продуктів, модернізацію концепцій та зростання конкуренції. Підкреслено значний потенціал розвитку цього сегменту для гастрономічного туризму та культурного збагачення країни.

Ключові слова: *ресторанне господарство, національна кухня, кулінарна концепція, тенденції розвитку, автентичність, локальні продукти, гастрономічний туризм.*

Постановка проблеми. В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції на ринку ресторанного господарства, питання ідентичності та унікальності стає ключовим фактором успіху для закладів харчування. Одним із шляхів досягнення цієї унікальності є орієнтація на національну кулінарну концепцію, яка не лише задовольняє гастрономічні потреби споживачів, але й сприяє збереженню та популяризації національної культури та традицій.

В Україні, що володіє багатою та самобутньою кулінарною спадщиною, сегмент закладів ресторанного господарства з національною концепцією має значний потенціал для розвитку. Однак, цей розвиток відбувається нерівномірно та супроводжується низкою проблем і невирішених питань.

Актуальність дослідження зумовлена зростаючим інтересом як вітчизняних, так і іноземних споживачів до автентичної національної кухні, що відображає культурну самобутність регіонів України. Водночас, бракує системного розуміння сучасних тенденцій розвитку цього сегменту, виявлення ключових закономірностей його функціонування та визначення факторів, що впливають на його конкурентоздатність та ефективність.

Недостатнє дослідження даної проблематики проявляється у відсутності комплексних наукових праць, які б охоплювали широкий спектр питань, пов'язаних з розвитком закладів ресторанного господарства з національною кулінарною концепцією в Україні.

Вирішення зазначених проблем та поглиблене розуміння тенденцій і закономірностей розвитку сегменту закладів ресторанного господарства з національною кулінарною концепцією має важливе теоретичне та практичне значення. Отримані результати можуть стати основою для розробки ефективних стратегій розвитку як окремих закладів, так і галузі в цілому, сприяти збереженню та популяризації національної кулінарної спадщини, а також підвищенню туристичної привабливості України.

Таким чином, проблема дослідження полягає у виявленні та систематизації основних тенденцій і закономірностей розвитку сегменту закладів ресторанного господарства з національною кулінарною концепцією в сучасних економічних умовах України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій за визначеною темою виявляє зростаючий інтерес науковців та практиків до питань розвитку національної кухні в ресторанному бізнесі: О. Борисова, О. Варипаєв, Л. Варипаєва, А. Верменик, О. Григоренко, Н. Краснокутська, Н. Міценко, В. Найдюк Ю. Петрук, Г. П'ятницька, О. Ткаченко, І. Шамара та ін. Однак, існує потреба у проведенні більш глибоких та комплексних досліджень, які б враховували специфіку українського ринку, регіональні особливості та сучасні виклики. Результати таких досліджень матимуть важливе значення для розробки ефективних стратегій розвитку як окремих закладів, так і галузі в цілому, сприятимуть збереженню та популяризації національної кулінарної спадщини України.

Метою статті є виявлення та систематизація основних тенденцій і закономірностей розвитку сегменту закладів ресторанного господарства з національною кулінарною концепцією в сучасних економічних умовах України.

Виклад основного матеріалу. Заклади ресторанного господарства, що зосереджуються на кулінарних традиціях конкретної держави або окремого регіону, визначаються як ресторани національної кухні. Характерною рисою таких закладів є створення особливої атмосфери, що відображається в оформленні приміщення, музичному супроводі та зовнішньому вигляді працівників. Згідно зі статистичними даними Державної служби статистики України, у 2023 році загальна кількість зареєстрованих ресторанів в країні сягала близько 100 тисяч. Серед них, орієнтовно кожний п'ятий заклад (близько 20%) позиціонувався як ресторан національної кухні [1]. До цієї категорії належать як ресторани, що пропонують загальноукраїнські традиційні страви, так і ті, що спеціалізуються на кухні певних історико-культурних областей України.

Серед відомих закладів ресторанного господарства України, що спеціалізуються на національній кухні, можна виділити мережу «Канапа», яка

поєднує традиційні рецепти з сучасним підходом до приготування страв. Також популярним є ресторан «Хуторець на Дніпрі», розташований у живописному місці та відомий автентичними українськими стравами. Окрім того, мережа «Львівська кав'ярня» пропонує скуштувати традиційні українські солодощі та каву. Важливо підкреслити значну роль національних ресторанів у збереженні та поширенні української культурної спадщини [2].

Оформлення внутрішнього простору ресторанів, що спеціалізуються на національній кухні, як правило, відтворює стилістичні особливості цієї кухні. Зокрема, українські заклади харчування можуть використовувати в дизайні елементи традиційної хати, такі як вишивка, рушники та інші автентичні декоративні деталі.

Меню подібних ресторанів вирізняється різноманіттям страв, що є відображенням кулінарної спадщини певного регіону або країни. Ці страви можуть готуватися за історичними рецептами або подаватися в сучасній інтерпретації. Нерідко працівники таких закладів одягнені в національні костюми, що сприяє створенню унікальної атмосфери та зануренню гостей у культурні традиції. Таким чином, ресторани національної кухні є цінним інструментом для гастрономічних відкриттів та ознайомлення з культурним розмаїттям [3].

Особливості діяльності закладів ресторанного господарства з національною кухнею наведені в табл. 1.

Таблиця 1 – Особливості діяльності закладів ресторанного господарства з національною кухнею

Категорія	Аспект	Опис
Меню	Страви національної кухні	Широкий вибір страв, що відображають кулінарні традиції певного регіону чи країни. Можуть бути традиційні рецепти або їхні сучасні інтерпретації.
	Сезонність	Можливість оновлення меню з урахуванням сезонності продуктів для використання свіжих та якісних інгредієнтів, а також пропонування сезонних страв.
	Аутентичність	Використання традиційних рецептів та технологій приготування для забезпечення автентичного смаку та високої якості страв.
Атмосфера	Інтер'єр	Оформлення закладу у стилі, що відповідає національній кухні, з використанням традиційних елементів декору,

		посуду та текстилю.
	Музика	Можливість звучання традиційної музики для створення відповідної атмосфери.
	Персонал	Персонал закладу може бути одягнений у традиційний одяг.
Маркетинг	Позиціонування	Можливі варіанти позиціонування: як автентичний, традиційний, сімейний заклад.
	Цільова аудиторія	Місцеві жителі та іноземні туристи.
	Реклама	Розміщення реклами в туристичних путівниках, на тематичних сайтах та в соціальних мережах.
Персонал	Кваліфікація	Необхідність знання національної кухні, рецептів страв та технологій приготування.
	Володіння мовами	Бажане володіння мовами, якими спілкуються гості.
	Ввічливість	Персонал повинен бути ввічливим та уважним до гостей.
Ціноутворення	Ціни	Ціни на страви можуть бути вищими, ніж у закладах з інтернаціональною кухнею, що пов'язано з використанням якісних інгредієнтів, традиційних рецептів та технологій приготування.
	Система знижок	Можливість пропонування гостям системи знижок, акцій та комбо-обідів.

Аналіз представленої таблиці дозволяє виокремити ключові аспекти, що визначають функціонування та особливості розвитку закладів ресторанного господарства з національною кухнею.

Перш за все, меню є фундаментальним елементом, що відображає кулінарну ідентичність закладу. Воно характеризується широким спектром страв, які репрезентують гастрономічні традиції конкретного регіону чи країни. Важливим є як збереження автентичних рецептів, що гарантує унікальний смак, так і можливість їхньої сучасної інтерпретації для задоволення різноманітних смаків. Крім того, врахування сезонності продуктів є важливим фактором для забезпечення свіжості та якості інгредієнтів, а також для формування цікавої та актуальної пропозиції для гостей.

Другим важливим блоком є атмосфера закладу, яка відіграє значну роль у створенні цілісного враження. Інтер'єр, оформлений у стилі, що відповідає національній кухні, з використанням традиційних елементів декору, посуду та текстилю, занурює відвідувачів у відповідний культурний контекст. Доповненням може слугувати музика, що створює необхідний настрій. Не менш важливим є зовнішній вигляд персоналу, одягненого у традиційний одяг, що підкреслює автентичність закладу.

Стратегії маркетингу є ключовими для залучення та утримання клієнтів. Позиціонування закладу як автентичного, традиційного або сімейного визначає його сприйняття цільовою аудиторією, яка може включати як місцевих жителів, так і іноземних туристів. Ефективна реклама, розміщена у відповідних каналах, таких як туристичні путівники, тематичні сайти та соціальні мережі, сприяє підвищенню впізнаваності та привабливості закладу.

Якість персоналу є критично важливою для забезпечення високого рівня обслуговування. Кваліфікація працівників, що включає знання національної кухні, рецептур та технологій приготування, є запорукою якісно приготованих страв. Володіння мовами є значною перевагою для комунікації з іноземними гостями, а ввічливість та уважність створюють позитивне враження відвідування.

Нарешті, ціноутворення є важливим аспектом економічної діяльності закладу. Ціни на страви в ресторанах національної кухні можуть бути вищими через використання якісних інгредієнтів, складність традиційних рецептів та технологій. Проте, для залучення ширшого кола клієнтів може застосовуватися система знижок, акцій та комбо-обідів.

Таким чином, успішний розвиток закладів ресторанного господарства з національною кухнею залежить від комплексного підходу, що охоплює автентичне меню, відповідну атмосферу, ефективні маркетингові стратегії, кваліфікований та привітний персонал, а також обґрунтовану цінову політику. Кожен з цих аспектів взаємопов'язаний та впливає на загальне враження та конкурентоздатність закладу.

Переваги закладів ресторанного господарства з національною кухнею:

1. Аутентичність: заклади з національною кухнею дають можливість гостям спробувати традиційні страви та познайомитися з кулінарною культурою певного регіону чи країни.

2. Якість: у закладах з національною кухнею використовуються якісні інгредієнти, які відповідають традиційним рецептам.

3. Атмосфера: заклади з національною кухнею пропонують гостям зануритися в атмосферу певного регіону чи країни [5].

Недоліки закладів ресторанного господарства з національною кухнею:

1. Ціни: ціни на страви в закладах з національною кухнею можуть бути вище, ніж у закладах з інтернаціональною кухнею.

2. Обмежений вибір: меню закладів з національною кухнею може бути не таким різноманітним, як меню закладів з інтернаціональною кухнею [3].

Сьогодні спостерігається чітка тенденція до зростання популярності ресторанів, що спеціалізуються на національній кухні. Цей феномен пояснюється кількома факторами: по-перше, збільшується зацікавленість споживачів у автентичних смаках та продуктах місцевого походження.

По-друге, туристи, подорожуючи, прагнуть отримати неповторні гастрономічні враження.

По-третє, місцеве населення виявляє бажання скуштувати традиційні страви, приготовані за старовинними рецептами [5].

Крім того, важливим трендом є акцент на використанні локальних продуктів. Ресторани все частіше віддають перевагу сезонним інгредієнтам місцевого виробництва, що не лише покращує смакові якості страв, але й підтримує місцевих сільгоспвиробників, дозволяючи створювати унікальну кухню, що відображає специфіку регіону.

Заклади національної кухні активно модернізують свій дизайн та пропозиції страв, прагнучи відповідати актуальним запитам та уподобанням споживачів. Така адаптація підвищує їхню привабливість, особливо серед молоді та тих, хто цінує нові гастрономічні досвіди. Збільшення числа ресторанів національної кухні спричиняє зростання конкуренції в галузі, що стимулює заклади до безперервного розвитку та вдосконалення для збереження конкурентоздатності.

Важливим аспектом для ресторанів національної кухні є ретельна увага до деталей, що формують загальне враження, включаючи сервірування столу, підбір посуду та музичний супровід. Ці елементи сприяють створенню автентичної атмосфери, гармонійно поєднаної з пропонованими стравами [2]. Крім того, такі заклади часто організовують тематичні події, як-от фестивалі, дегустаційні вечори та кулінарні уроки, що дозволяє відвідувачам глибше пізнати культурні особливості та традиції відповідної країни чи регіону.

Ресторани національної кухні є значущим фактором у розвитку туристичної галузі, оскільки надають туристам можливість безпосередньо ознайомитися з місцевою гастрономією та культурною спадщиною [3].

Створимо таблицю 2, яка буде містити оціночні дані та тенденції, базуючись на доступних дослідженнях, звітах та експертних оцінках. Ці дані допоможуть нам зрозуміти загальну картину розвитку цього сегмента ринку.

Таблиця 2 – Тенденції розвитку національних кухонь в Україні [2]

Показник	Оціночні дані (у %)	Тенденція (зростання/ спад/ стабільність)	Причини змін
Частка закладів з національною кухнею на ринку громадського харчування	30-40%	Зростання	Зростання інтересу до національної культури, туризм
Середній чек у закладах з національною кухнею відносно середнього чеку в інших закладах	+10-15%	Зростання	Вища собівартість продуктів, унікальність пропозиції
Частка туристів, які відвідують заклади з національною кухнею	50-60%	Зростання	Пошук автентичного досвіду
Частка страв національної кухні в меню середніх закладів громадського харчування	20-30%	Зростання	Попит споживачів, маркетингові стратегії
Інвестиції в розвиток закладів з національною кухнею	Зростання	Збільшення інвестицій в інтер'єр, меню, маркетинг	Висока конкуренція, бажання виділитися
Рівень задоволеності клієнтів закладами з національною кухнею	Вище середнього	Стабільний	Висока якість продуктів, автентичність

Дана таблиця чітко демонструє позитивні тенденції розвитку закладів з національною кухнею. Варто детальніше розглянути кожен показник та виявити додаткові можливості для розвитку цього сегмента ринку.

Зростання цього показника свідчить про підвищений інтерес як з боку підприємців, так і з боку споживачів. Це відкриває нові можливості для розвитку гастрономічного туризму та збереження культурної спадщини.

Вищий середній чек пов'язаний з використанням високоякісних, часто сезонних продуктів, а також унікальністю пропозиції. Це дозволяє закладам отримувати більший прибуток та інвестувати в розвиток.

Значна кількість туристів, які обирають заклади з національною кухнею, підкреслює її важливу роль як складової туристичної привабливості країни. Збільшення частки національних страв у ресторанних меню, навіть за межами спеціалізованих закладів, свідчить про зростання їхньої популярності. Підвищення обсягів інвестицій у цей сегмент ринку вказує на розуміння власниками його перспективності та готовність до фінансових вкладень.

Високий рівень задоволеності відвідувачів є наслідком вдалого поєднання якісних інгредієнтів, що відповідають споживчим очікуванням, автентичної атмосфери, яка дарує особливі враження, та якісного сервісу, що передбачає персоналізований підхід. Саме ця взаємодія ключових елементів сприяє не лише залученню нових клієнтів, а й формуванню їхньої довготривалої лояльності. Враховуючи мінливість ресторанного бізнесу та відсутність централізованої інформаційної бази, точні кількісні дані щодо представленості різних кухонь є складними для визначення.

Однак, можливо скласти орієнтовну таблицю для відображення загальних тенденцій (табл. 3).

Таблиця 3 – Структура національних кухонь в українському ресторанному бізнесі у 2024 році [3]

Кухня	Частка закладів (орієнтовно)	Популярні страви	Тенденції розвитку
Українська	30%	Борщ, вареники, деруни, галушки, сало	Стабільна популярність, розвиток регіональних концепцій, фьюжн з іншими кухнями
Грузинська	10%	Хінкали, хачапурі, шашлик, лобіо	Стабільний попит, зростання популярності винних барів з грузинськими винами
Італійська	15%	Піца, паста, ризотто, лазанья	Стабільний попит, розвиток авторських концепцій, зростання популярності стріт-фуду (піцца на шматок)
Японська	15%	Суші, роли, рамен, теріякі	Швидке зростання популярності, поява нових форматів (суші-бари, раменні), акцент на здоровій їжі
Мексиканська	5%	Тако, буррито, начос, фахітас	Зростання популярності, розвиток стріт-фуду, використання нестандартних інгредієнтів
Азербайджанська	2%	Плов, люля-кебаб, долма, кутаб	Стабільна ніша, популярна серед діаспори

Середземноморська (загалом)	10%	Салати, морепродукти, оливкова олія	Стабільний попит, особливо в літній період
Азіатська (крім японської)	5%	Пад тай, каррі, фо бо, лапша	Зростання популярності, поява нових концепцій (тайські кафе, в'єтнамські фо-бари)
Інші (турецька, китайська, американська та інші)	8%	Кебаб, пельмені, бургери, хот-доги	Поступове зростання популярності, експерименти з новими смаками

Український ресторанний ринок є динамічним і постійно розвивається. Для успішної роботи закладам необхідно постійно адаптуватися до змін, пропонувати нові концепції та високу якість обслуговування.

Наочно структура національних кухонь в українському ресторанному бізнесі у 2024 році наведена на рис. 1.

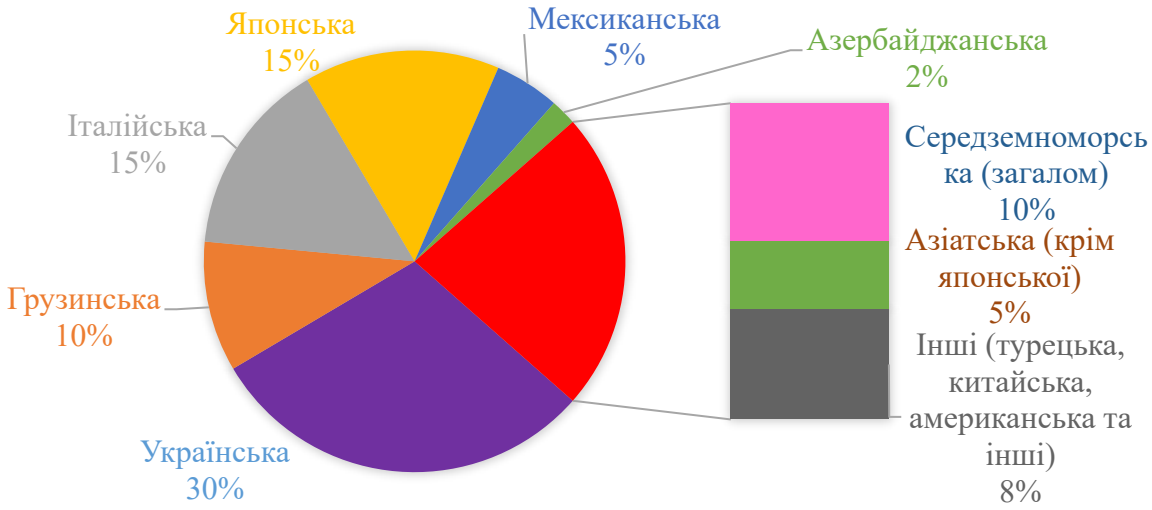


Рисунок 1 – Структура національних кухонь в українському ресторанному бізнесі у 2024 році [4]

Отже, українська кухня продовжує займати лідируючі позиції завдяки традиціям, доступності інгредієнтів та постійному розвитку. Грузинська кухня користується стабільним попитом завдяки насиченим смакам, різноманітності страв та зростанням популярності грузинських вин. Італійська кухня приваблює простотою, свіжими інгредієнтами та різноманітністю страв. Японська кухня швидко набирає популярності завдяки здоровим аспектам, естетиці подачі та

різноманітності смаків. Мексиканська кухня приваблює яскравими смаками, використанням спецій та нестандартних інгредієнтів. Азербайджанська кухня має стабільну нішу, популярну серед діаспори та шанувальників кавказької кухні.

Середземноморська кухня користується стабільним попитом, особливо в літній період, завдяки легким і здоровим стравам. Азіатська кухня (крім японської) набирає популярності завдяки різноманітності смаків та використанням незвичайних інгредієнтів [4]. Поступове зростання популярності інших кухонь свідчить про відкритість українців до нових смаків.

Ресторани національної кухні мають великий потенціал для розвитку. Зростання популярності автентичної кухні, локальних продуктів та унікального кулінарного досвіду дає їм можливість успішно розвиватися та задовольняти потреби сучасних гурманів.

Рекомендації для ресторанів національної кухні:

- підтримувати локальних фермерів (використовувати їхні продукти та рекламувати їх у своїх ресторанах);

- пропонувати здорові страви (з низьким вмістом калорій, вегетаріанські та веганські страви);

- зберігати автентичність (пропонувати страви, які готуються за традиційними рецептами та з використанням традиційних інгредієнтів);

- оновлювати інтер'єр та меню (щоб відповідати сучасним потребам та смакам);

- приділяти увагу деталям (посуд, сервірування, музика);

- проводити тематичні заходи (фестивалі, дегустації, кулінарні майстер-класи);

- співпрацювати з туристичними компаніями (щоб дати можливість туристам познайомитися з місцевою кухнею та культурою).

Ресторани національної кухні можуть запропонувати гостям унікальний кулінарний досвід, який допоможе їм познайомитися з культурою та традиціями країни чи регіону [2].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження підтверджує важливу роль закладів ресторанного господарства з національною кухнею в гастрономічному ландшафті України. Вони не лише задовольняють потреби споживачів у автентичних смаках, але й виступають важливими елементами збереження та популяризації культурної спадщини. Статистичні дані свідчать про значну частку таких закладів на ринку, а їхня популярність серед місцевих жителів та туристів демонструє зростаючий інтерес до національних кулінарних традицій. Успіх цих закладів базується на комплексному підході, що включає автентичне меню з використанням якісних локальних продуктів, створення особливої атмосфери, ефективні маркетингові стратегії та високий рівень обслуговування. Попри певні недоліки, такі як потенційно вищі ціни та обмежений вибір порівняно з інтернаціональними закладами, переваги автентичності, якості та унікальної атмосфери роблять їх привабливими для значної частини споживачів. Аналіз тенденцій розвитку національних кухонь в Україні вказує на стабільне зростання інтересу, інвестицій та рівня задоволеності клієнтів, що підкреслює значний потенціал цього сегмента ринку.

Проведення подальших досліджень у цих напрямках сприятиме глибшому розумінню особливостей розвитку закладів ресторанного господарства з національною кухнею, виявленню нових можливостей для їхнього зростання та підвищенню їхньої ролі у культурному та економічному розвитку країни.

Список використаних джерел:

1. Красовський С. Національна кухня як складник гастрономічної культури етносу: сутність і методи дослідження. *Альманах «Культура і Сучасність».* 2021. № 1. С. 30-35.

2. Островська Г. Й., Сута Х. С., Ясеновський Б. О. Трансформація національної кухні в умовах соціокультурних змін. *Наука, інновації, бізнес: проблеми, перспективи і сьогочасні тренди розвитку* : зб. матер. XI Всеукр. науково-практ. конф. пам’яті почесного проф. Тернопільського нац. технічного університету ім. І. Пулюя, академіка НАН М. Чумаченка. 2023. С. 92-93.

3. Постова В. В. Гастрономічна спадщина подільської кухні: нові можливості ресторанів формату «Local food». *Готельно-ресторанний сервіс та регіональна кухня Поділля* : матеріали сьомої міжвуз. наук.-практ. конференції (м. Хмельницький, 12 квітня 2023 р.). Хмельницький: ВСП « ХТЕФК ДТЕУ», 2023. С. 19-21.

4. Постова В. В. Локальна кухня: сучасний тренд у ресторанному бізнесі. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика* : зб. тез доп. IV Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених з міжнародною участю (30 травня 2024 року, м. Львів). Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. С. 84-86.

5. Рябенька М. О. Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*, Вип. 24. 2021. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/241 (дата звернення: 30.04.2025).

УДК 005.336.3:640.432(045)

Рябенька М. О., кандидат економічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0002-3024-137X
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

У статті розглянуто наукові погляди на поняття якості. Визначено критерії якості послуг та фактори, що визначають рівень якості ресторанної послуги. Розкрито механізм впливу побажань клієнтів на ефективність надання ресторанних послуг. Запропоновано систему управління якістю ресторанних послуг з метою підвищення якості обслуговування та досягнення успіху у ресторанному бізнесі.

Ключові слова: *управління, якість, якість ресторанних послуг, управління якістю, ресторанний бізнес, індустрія гостинності.*

Постановка проблеми. Війна та економічна нестабільність створили безпрецедентні виклики для більшості галузей української економіки, змусивши їх працювати в режимі виживання. Насамперед, це стосується закладів ресторанного бізнесу. Навіть за наявності певних проблем, ресторанний бізнес продовжує відігравати значну роль в економіці країни, забезпечуючи стабільні надходження до бюджету, розширюючи можливості зайнятості населення та стимулюючи розвиток регіонів.

Щоб досягти успіху на ринку сфери послуг, підприємства повинні постійно аналізувати потреби клієнтів та вдосконалювати свою продукцію та послуги відповідно до сучасних трендів. Враховуючи складність і багатогранність поняття «якість», ресторанний бізнес стикається з необхідністю детально розібратися в його сутності.

Задоволення потреб споживачів шляхом забезпечення високої якості послуг стало невід'ємною умовою ефективної діяльності підприємств індустрії гостинності. Забезпечення високої якості послуг стало основним фактором конкурентоспроможності на ринку сфери послуг, оскільки це дозволяє виділитися серед конкурентів та завоювати довіру клієнтів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концепція управління якістю отримала широке висвітлення у наукових працях У. Тейлора та Х.Д. Харінгтона, які вперше акцентували увагу не на контролі, а на системному управлінні якістю. Подальший значний теоретичний розвиток теорії, систем, принципів і методології управління якістю послуг загалом пов'язаний з іменами А. В. Фейгенбаума, У. Е. Демінга, Ф. Кросбі та К. Ісікави. Вітчизняні науковці, такі як С. Гуткевич, О. Давидова [1] та Г. Строкович, у своїх працях здійснювали комплексний аналіз теоретичних, методологічних та практичних аспектів забезпечення та управління якістю на підприємствах.

Мета статті є визначення якості як ключового чинника привабливості в ресторанному бізнесі та удосконалення процесу управління якістю ресторанних послуг.

Виклад основного матеріалу. Поняття «якість» у ресторанній бізнесі має

свої особливості. У найзагальнішому сенсі можна виділити три основні підходи до визначення якості послуг. По-перше, якість – це точне визначення потреб клієнтів для їх подальшого виконання. Найголовніше правило обслуговування – задовольнити всі потреби клієнтів. По-друге, якість – це не лише задоволення потреб клієнтів, а ще й правильне їх надання. Наприклад, якщо послуга буде надана, але персонал закладу буде надавати дані послуги з небажанням та недобросовісно, то задоволення від споживання подібної послуги клієнт, скоріше за все, не отримає. По-третє, якість повинна бути постійною. Однотипні послуги повинні надаватися багаторазово і з постійною якістю. Клієнт, який постійно відвідує один і той самий заклад, не повинен бачити суттєвої різниці між послугами, наданими в перший раз і в усі наступні факти відвідування [5].

Як видно з таблиці 1, якість є багатогранним поняттям, що розглядається з різних наукових позицій: філософської, соціальної, технічної, правової та економічної.

Таблиця 1 – Різні погляди на поняття якості

Позиції	Характеристика
Економічні	Рівень якості послуги безпосередньо корелює зі ступенем задоволення потреб споживача
Філософські	Сутнісне визначення об’єктів, відносно яких вони відрізняються один від одного. Ідентифікація об'єктів здійснюється на основі їхніх індивідуальних атрибутів або комбінацій таких атрибутів. Атрибути виступають як механізм виявлення якісних відмінностей між об'єктами, що беруть участь у взаємодії
Соціальні	Рівень якості послуг може бути обумовлений різними факторами, включаючи релігійні уявлення, культурні норми та демографічні особливості як індивідів, так і суспільства в цілому
Технічні	Якість є результатом систематичного застосування інженерних знань для забезпечення того, щоб послуга відповідала встановленим вимогам і задовольняла потреби споживача
Правові	Якість – це ступінь відповідності об’єкта встановленим критеріям, що відображають потреби споживача та вимоги нормативно-правової бази

Якість надання ресторанних послуг – це ступінь відповідності споживчих властивостей послуги конкретної суспільної потреби, що відповідає як вимогам діючої нормативно-технічної документації, так і побажань конкретного споживача послуги, погодженим при прийомі замовлення, при оптимальних соціально-економічних результатах її виконання [4].

Заклади ресторанного бізнесу мають забезпечувати повне задоволення потреб своїх гостей. Якість послуг, що формується на кожному етапі взаємодії з клієнтом, визначається комплексом характеристик, які впливають на сприйняття вартості, ціни та конкурентоспроможності закладу [2]. На рисунку 1 визначено найвагоміші критерії якості ресторанних послуг.

Оскільки попит на послуги ресторанів не зменшується, перед підприємствами постає завдання підтримувати високий рівень якості, щоб залишатися конкурентоспроможними на ринку. Якість стала найважливішим фактором для закладів сфери послуг, оскільки саме вони дозволяють задовольнити потреби споживачів та ефективно керувати всіма процесами.

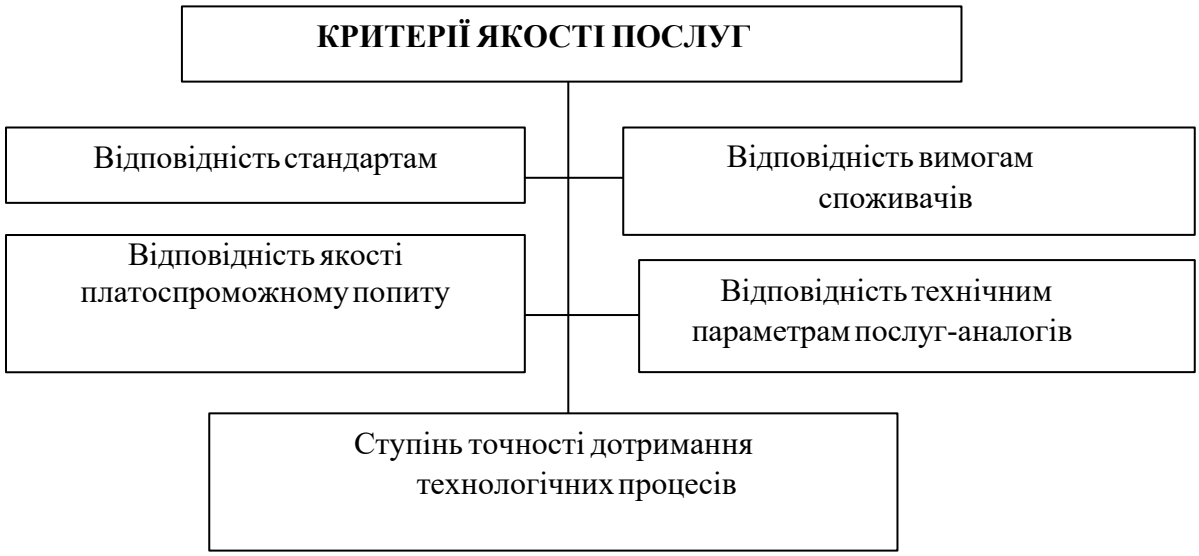


Рисунок 1 – Критерії якості послуг

Ефективна система управління якістю гарантує, що всі потреби гостя ресторану будуть задоволені на найвищому рівні на кожному етапі його перебування в закладі. Відповідно, розробка й впровадження внутрішніх стандартів обслуговування, які детально описують всі аспекти взаємодії з клієнтами, є ключовим фактором успіху ресторану (див. табл. 2).

Таблиця 2 – Фактори, що визначають рівень якості ресторанної послуги

Складові якості ресторанних послуг	Зміст складових якості ресторанних послуг
Доступність	Взаємодія з персоналом має бути легкою та без зайвих труднощів
Комунікації	Адаптація інформації про послуги під особливості та інтереси різних груп гостей
Компетентність	Необхідний рівень компетентності
Ввічливість	Високий рівень сервісу
Надійність	Ефективне виконання поставлених завдань
Довіра	Відкритість і чесність – наші основні принципи у відносинах з клієнтами
Відповідальність	Повна відповідальність усім запитам клієнтів
Безпека	Захист від ризику фізичного, фінансового, морального
Відчутність	Матеріальне підтвердження послуг
Розуміння	Вміння адаптуватися до мінливих вимог клієнта та пропонувати оптимальні рішення

Ефективність функціонування системи управління якістю в закладах ресторанного господарства прямо пропорційна точності її оцінювання та вимірювання. Отримані результати слугують потужним стимулом для вдосконалення діяльності підприємств, спрямованих на підвищення якості послуг.

Сприйняття гостем якості обслуговування – це процес, під час якого гість порівнює свої уявлення про те, яким має бути обслуговування, з реальними діями персоналу. Цей порівняльний аналіз викликає в гостя певні емоції – позитивні чи негативні, які залежать від того, наскільки його очікування були задоволені [3].

Кількісна оцінка емоційного стану гостя є важливим критерієм якості ресторанних послуг. Вона відображає як загальне враження від відвідування закладу, так і оцінку кожної окремої складової процесу обслуговування. Крім того, бачення рівня обслуговування, яке пропонується гостям, у власників, керівників та персоналу ресторанів часто різниться від очікувань самих гостей, що призводить до розбіжностей (див. рис. 2).

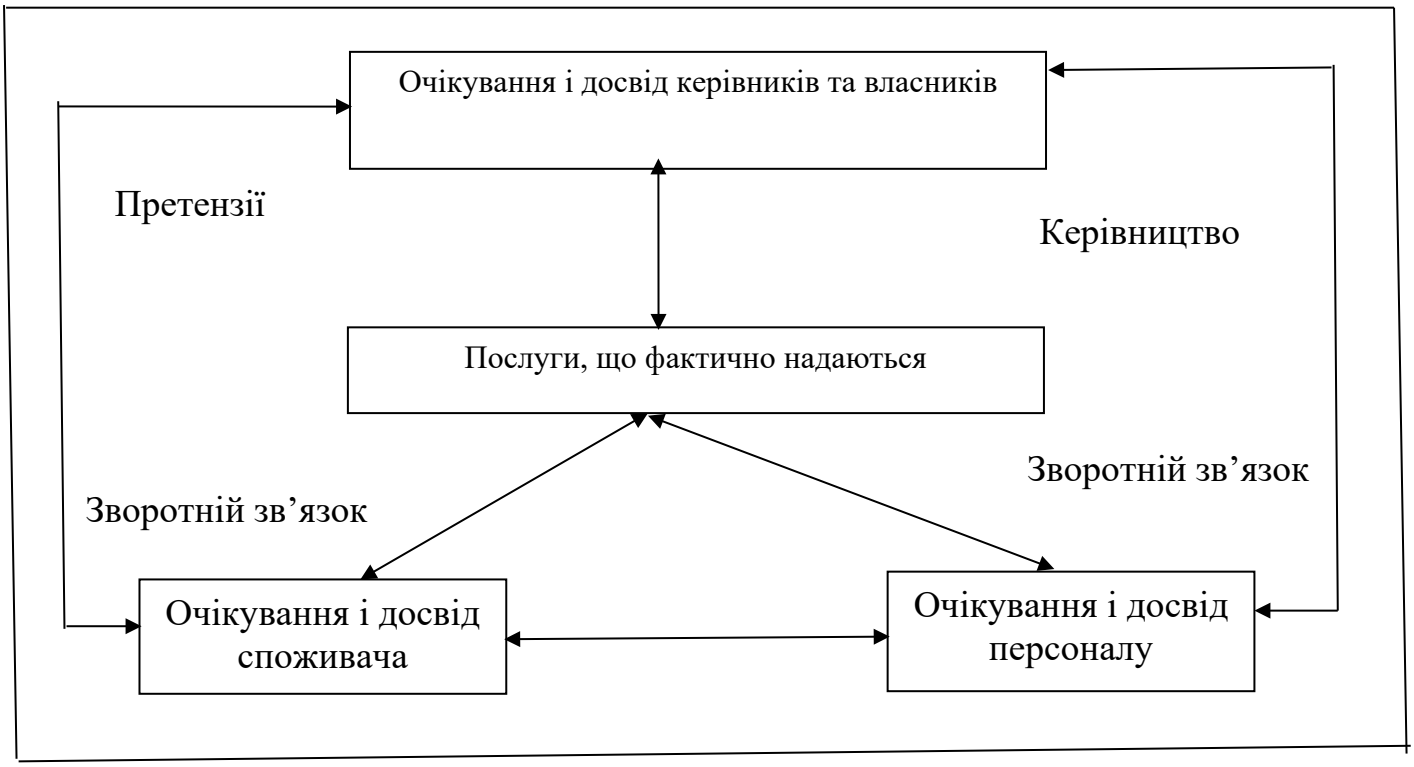


Рисунок 2 – Механізм впливу побажань клієнтів на ефективність надання ресторанної послуги

Персонал відіграє вирішальну роль у забезпеченні високої якості послуг, оскільки він безпосередньо взаємодіє з клієнтами і може оперативно реагувати на виникнення проблемних ситуацій, що дозволяє мінімізувати негативні наслідки для закладу. Ключовою складовою успішної системи управління якістю є розкриття потенціалу працівників та створення умов для їхнього розвитку (рис. 3).

Рисунок 3 – Система управління якістю ресторанних послуг

Щоб підвищити якість обслуговування та досягти успіху в ресторанному бізнесі, варто звернути особливу увагу на навчання та розвиток персоналу. Для задоволення вибагливих смаків сучасних гурманів, ресторанна індустрія постійно розвивається, пропонуючи нові кулінарні шедеври та незвичайні концепції. Впровадження інноваційних рішень дозволяє ресторанам вийти на новий рівень, підвищити свою конкурентоспроможність та забезпечити стійкий розвиток. Щоб залишатися лідерами, керівництво має активно шукати нові ідеї та впроваджувати їх у роботу закладів. Щоб досягти успіху, необхідно надавати послуги найвищої якості. Адже якісний сервіс – це не просто виконання обов’язків, а справжнє мистецтво, яке вимагає майстерності та творчого підходу.

Щоб підтвердити високий рівень наших послуг, ми прагнемо зробити кожне відвідування незабутнім для наших гостей.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Управління якістю послуг у закладах ресторанного бізнесу – складний процес, який охоплює організаційний, економічний та соціальний напрями діяльності ресторанного підприємства. Управління якістю ресторанних послуг – це сукупність взаємопов'язаних елементів управління, орієнтованих на розроблення та задоволення вимог до якості такої категорії як ресторанний продукт, що поєднує організацію харчування та відпочинку з елементами додаткового обслуговування.

Для ефективної реалізації механізму підвищення якості обслуговування необхідно дотримуватися принципів та методів управління, реалізації спеціалізованих функцій управління, застосування інноваційного інструментарію управління. Лише постійна адаптація до змін зовнішнього середовища та впровадження інноваційних підходів дозволяє ресторанному закладу розвиватися та процвітати.

Список використаних джерел:

1. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: підруч.; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2018. 487 с.

2. Стойко І., Шерстюк Р. 14 принципів Вільгельма Едвардса Демінга для управління якістю готельно-ресторанних послуг. *Соціально-економічні проблеми і держава.* 2020. Вип. 1(22). С. 66–78. URL: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2020/20siigrp.pdf (дата звернення: 11.05.2025).

3. Павлова С. Управління якістю послуг ресторану через механізми впровадження внутрішніх стандартів обслуговування. *Економіка та суспільство*. 2021. №34. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-18 (дата звернення: 09.05.2025).

4. Постова В. В. Якість продукції та послуг як об'єкт управління на підприємствах ресторанного господарства. Економіка та суспільство. 2022. №41. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-49 (дата звернення: 08.05.2025).

5. Рябенька М. О. Оцінка якості послуг в готелях і ресторанах. *Причорноморські економічні студії.* 2020. Вип. 52. Ч. 2. С. 46-51.

УДК 664.143(045)

Семко Т. В., кандидат технічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0002-1951-5384
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОДІЛЬСЬКОГО КОРОВАЮ

У статті описано регіональні подільські тадиції короваю. В українській культурі коровай є обожнювальним сакральним предметом, це весільна обрядовість. Запропоновано до впровадження сімейній пекарні «Домашня випічка «Sonto Frans» удосконалена технологія випікання регіональними особливостями, локальною сировиною «Подільський коровай».

Ключові слова: *суміш борошна, ремісництво, крафтова пекарня, коровай, традиції, крем-мед, культурні традиції.*

Постановка проблеми. Розмаїття традиційних культурних цінностей українців лежить у величі та святості обожнювані сакрального продукту-церемоніального хліба- короваю. Без короваю в давнину не обходилася жодне важливе дійство молодих. Весільна обрядовість, шлюб – став одним із найважливіших етапів у житті людини, збереженням української ідентичності [3, с.5]. Традиції випікання весільного хліба - короваю сягають XVII століття. – не Смачна здоба коровай став символом єднання двох і народження нової сім'ї, тому до випікання короваю ставилися дуже відповідально, це був цілий ритуал.

В Україні коровай був відомий виключно як обрядовий весільний хліб, тоді як у деяких інших народів він нерідко міг використовуватися і поза обрядів. Коровай містив в собі значний магічний символ, він служив об'єднуючим елементом для всіх дій, з яких складався складний і різноманітний весільний

обряд. За українськими весільними традиціями на весілля випікали, крім самого головного короваю, ще багато різних весільних обрядових хлібів. Кожен з цих хлібів використовувався для виконання певних дій у проведенні досить тривалого і багатоетапного обряду українського весілля. Призначення цих хлібів у ритуалах відбилося в їх характерних назвах: батько, пара, лежень, гілочка, ріжки, теремок, весільні гуси.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням українського хліба, весільної обрядовості присвячено багато праць провідних українських вчених -етнографів: Л. Артюха, В.Борисенко, Л. Болібрух, Ф. Вовк, Р. Данківська, н.Данильченко та інші. Щодо обрядового весільного хліба в межах кожного етнографічного регіону України заслуговують роботи В. Борисенко , М.Іванова, Л. В. Конопка, К. Копержинського, Вовк Ф. І., Маркевич М. В. Заслуговують на увагу праці, що вказують на глибокі знання хлібопекарських традицій та відзначаються широкими науковими узагальненнями М. Сумцова. Суттєвим внеском у дослідження народної кулінарії і, відповідно, весільного обрядового хліба стали праці Л. Ф. Артюх. До цієї теми зверталися також інші вітчизняні дослідники, такі як Н. Здоровега, Г. Пашкова, В. Борисенко. Центральне місце серед весільної хлібної випічки на Поділлі є «Короваль». Велика варіативність короваю в межах кожного етнографічного регіону дуже велика, тому що до повного її висвітлення ще далеко. тому тренд подільського короваю української кухні з локальної сировини залишається актуальною.

Мета статті. Вивчення регіональних особливостей та впровадження удосконаленої технологія випікання випікання українського весільного «Подільського короваю» з регіональними особливостями. У рецептурі запропонована заміна інгредієнтів на локальну сировину та застосовано особливу технології – холодну ферментацію тіста. Для оздоблення «Подільського короваю» використана сучасна техніка прикрашання ліпними фігурками.

Виклад основного матеріалу. Хліби до свят і на пошану печуть «золоті руки» та люди, які всім серцем люблять свою справу. Єдиний спільний коронний хліб – весільний коровай називають унікальнм хлібом, «коровалем», він ділиться

між усіма гостями (рис.1). «Коровай», «короваль», «корона» - це щось піднесене над іншим – возвеличення. У подільському весіллі існує обряд коронування на дівування. Тому перша частина слова «корвай» вказує, що це коронна річ, яка воздвигається своєю сакральністю і місцем в обрядовому дійстві. Друга частина слова «коровай» походить від дієслова «ваять», яке церковнослов'янський словник тлумачить як ліплення твору мистецтва [4, с.21].. Таким чином коровай – це коронне ваяння – коронний скульптурний витвір виліплений з тіста. Саме величезна кількість виліплених з тіста фігурок квітів, птахів, магічних символів і вирізняє коровай з поміж інших хлібних виробів (рис.1).

Рисунок1 – Традиційний весільний коровай

Традиційний весільний коровай, зазвичай має триярусну структуру, яка відслідковується навіть у назвах трьох його складових, це «підошва», «основа», і «прикраси». Прошарок тіста, який кладуть на деко найпершим на Поділлі називають «підошвою» і місили з житньої муки. А верхню з пшеничної-найкращої. Дві частини короваю- темна і світла символізували дві сторони подружнього життя- свята і будні

Розуміння технологічних процесів є ключовим для забезпечення високої якості випічки «Подільського короваю», тому запропоновано слідуючу локальну сировину та холодну ферментацію тіста [4, с.28]:

Борошно. Борошно крафтову пекарню доставляється у мішках з Літинського регіону. Зберігається на пекарні до використання не більше 5-7 діб, за температури не більше 8°С та при відносній вологості 75% [5, с.4].

Ромовий напій «Captain Morgan Spiced». В тісто короваю запропоновано додати ромовий напій. «Captain Morgan Spiced» надасть короваю бурю смаку умамі (солодкого, пряного, з відтінком карамелі, ванілі, крем меду, фруктів), тісто буде по-справжньому пишним.

Фермерські яйця. Яйця на крафтову пекарню надходять з фермерського господарства Літинського району у коробках по 10 ящиків та зберігаються при температурі 2-8°С окремо від інших продуктів. Розпаковка яєць, які знаходяться в ящиках відбувається в спеціальному приміщенні, ізольованому від виробничих. Яйця, які надходять проходять ретельне миття і санітарну обробку, так як на шкарлупі знаходяться мікроорганізми. Для цієї мети застосовують чотирьох секційну ванну. Тут проводяться такі операції: в першій секції відбувається замочування у воді на 10-20 хв; у другій секції – обробка 0,5% розчином кальцинованої або 2% розчином питної соди за температури 40-45˚С протягом 10-20 хв; у третій секції – дезінфекцію проводять 2%-м розчином хлорного вапна або 0,5%-м хлораміном протягом 10 хв, з наступним ополіскуванням проточною водою.

Крем- мед з обліпихи готують з кращих сортів меду, який збирають під час її цвітіння (мед кремований), обліпиху використовують сублімовану. Нектаропродуктивність сягає 60-100 кг з гектара посівів. Період цвітіння переважно закінчується у липні місяці, а тому готування крем- меду з обліпихи реалізується у другій половині літа. Крем-мед при споживанні в їжу залишає відчуття м’якості та тепла, має велику кількість мікроелементів серед усіх сортів крем-меду. До його складу входить залізо, кальцій, магній, фосфор, калій та ін. мінерали. На відміну від меду, обліпиховий крем-мед містить більше білка, ферментів. Діастазне число крем-меду високе – 45-48 одиниць Готе. Великий відсоток фруктози сприяє повільній кристалізації, а тому крем- мед довго не кристалізується. Крем-мед використовують при порушенні роботи серця, нирок, шлунково-кишкового тракту, печінки, гіпертонії, болях в суглобах

Основні етапи технології: прийом та сортування, підготовку до чищення, безпосереднє чищення, викладання тіста необхідної форми, бланшування [6, с.57] та зберігання готової продукції. Для кожного етапу пекарня має відповідне обладнання та орієнтовні норми відходів прописані в технологічних

картах, що дозволяє оцінити ефективність використання сировини. Важливим елементом роботи пекарні є контроль якості випічки, оптимізації технологічних процесів та розробки крафтової випічки. Вона дозволяє стандартизувати роботу, забезпечити безпечність крафтової продукції та знизити витрати крафтової пекарні [2, с.105]. Нами представлена технологічна карта короваю:

Таблиця 1 – ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА «ПОДІЛЬСЬКИЙ КОРОВАЙ»

Назва сировини	Вага брутто, кг	Вага брутто, кг
	Коровай/ Контроль	Подільський коровай/Дослід
Борошно пшеничне	1000	1000
Яйця	80	8шт/360
Молоко	125	200
Цукор	500	400
Маргарин вершковий/ масло «Деражня 82,5%	100	250
Дріжджі	20	60
Ванільний цукор	20	40
Сіль	10	20
Крем мед	-	100
Алкоголь/Ром «Капітан Морган»	50	100
Вихід	1905	2530

ТЕХНОЛОГІЯ ВИГОТОВЛЕННЯ

За онову слугував обрядовий коровай з розробленою технологічною карткою. Для випікання подільського короваю готують опару. Беремо 60 гр пресованих дріжджів розчиняють у 500 мл молока пастеризованого; 400 гр борошна, 3 ст л. цукру. Дріжджі та цукор розводять у теплому молоці. Жовтки відділяють від білків та збивають з цукром. Додають просіяне борошно та замішують опару, яку залишають на 2 год. в холодному місці (холодна ферментація). Потім додають ром (рис.2).

Рисунок 2 – Зовнішній вигляд готової опари

У готову опару додають крем - мед обліпиховий, розтоплене вершкове масло, розчин солі, залишок борошна та замішують тісто. Залишають у теплому місці на 1 год., періодично обминаючи. Тісто викладають на стіл добре вимішують та ділять на частини (рис.3).

Рисунок 3 – Готове тісто для короваю та діжа формування

Для «Подільського короваю під час ферментації в форму викладають круглий спечений хліб, в який ставлять свічку, щоб вшанувати вогнище печі, що буде випікати коровай «янгол прилітає, у піч заглядає, чиє в печі місці, короваю сісти».

Далі готують шар короваю, яку називають «основою». Виготовляється основа з великої частини тіста, яку скачують в кулю та кладуть всередину. Тісто кладуть поверх основи. З другої частини формують окремі валики та обкладають край кулі, ніби оперізують пояском «обручиком». Це і є «основа короваю», поверх якої будуть викладатися прикраси (рис.4).

Рисунок 4 – Процеси формування короваю

Коровай залишають для вистоювання на 30хв. змащують яйцем, випікають 1 год. 15 хв. при температурі 200-220°С (рис.5).

Рисунок 5 – Вистоювання короваю та вигляд подової печі на дровах

З другої частини тіста, що залишилася готують прикраси. Другий ярус короваю становлять «прикраси» або «оздоба». Прикраса – це ліпнина з тіста: голуби, їх повинно бути два. Розкачують смужки тіста довжиною у три сантиметри і шириною 0,5 см та зав’язують на краях вузлики. На одному з них вирізають кінчиком ножа дзьобик, а на другому – хвостик. Приплющують основний шматок тіста. Голкою накреслюють крила та пір'я. Лебеді - скачують пальцями з тіста дві ковбаски довжиною в шість сантиметрів. Розтягують кожну з них таким чином, щоб на одному кінці утворився великий овал (тіло лебедя), а на іншому – маленька кулька (його голова). Прикріплюють обох птахів до короваю. На кульці формують дзьоб і очі, джгутик (шию) красиво згинають. На овалі роблять хвіст, крила й пір'я.

У сучасних короваях, що виготовляються на замовлення прикраси до короваю часто роблять із солодкої карамельної мастики. Додаючи харчові барвники кулінари досягають необмеженого різнобарв’я їх кольорів. Нами для «Подільського короваю» запропоновано прикраси виготовляти з того ж тіста, що і коровай. Тісто вимішують тугіше. За п'ятнадцять – двадцять хвилин до того моменту, як коровай буде готовий, витягують його з шафи та накладають прикраси, які зліплюються з основою короваю в єдиний моноліт, створюючи суцільну рельєфну поверхню. Коровайниці працюють дуже швидко, адже переохолодження глевкого виробу може призвести до того, що тісто опаде. Верх змащують збитим яєчним білком. На цей кулінарний «клей» чіпляють прикраси.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

В статті запропонована рецептура та технологія холодної ферментація тіста виробництва «Подільського короваю», яка дасть можливість у майбутньому отримувати обрядовий хліб високої харчової цінності, що відповідає сучасним вимогам українців в прагненні споживати регіональні обрядові хліби(коровай) з подільськими особливостями.

Напрямом наших подальших наукових досліджень є впровадження технологічного процесу виробництва короваю з новою регіональною сировиною з метою впровадження їх у виробничу діяльність сімейній пекарні «Домашня випічка «Sonto Frans» та підприємств ресторанного господарства в рамках традицій культурних цінностей українців. Коровай в українській культурі – обожнювальний сакральний предмет.

Список використаних джерел:

1. Аналіз ризиків при виробництві харчових продуктів: навч.посіб. М. О. Дегтярьов, І.В. Яценко, Н. М. Жейнова, І. М. Дегтярьов. Харків: Цифра Прінт, 2020. 269 с.

2. Артамонова М. В. Технологічні розрахунки та контроль безпеки у хлібопекарському, макаронному, кондитерському та харчоконцентратному виробництві: навчальний посібник. Видання друге, переробл. і доп. / М. В. Артамонова, О. Г. Шидакова-Каменюка. Харків: ДБТУ, 2022. 173 с.

3. Борисенко В. Весільні звичаї та обряди на Україні: Історико-етнографічне дослідження. Київ: Наукова думка, 2019. 192 с.

4. Лозова Т. М. Наукове обґрунтування поліпшення споживних властивостей борошняних кондитерських виробів з використанням природної нетрадиційної сировини: монографія .Т.М. Лозова, І.В. Сирохман. Львів, 2017. 328 с.

5. Сирохман І. В., Бойдуник Р. М. Шляхи поліпшення споживних властивостей кондитерських виробів на основі . І. В. Сирохман, Р. М. Бойдуник. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія товарознавча.* Львів: видавництво ЛКА, 2018. Вип. 9. С. 3–6.

6. Сирохман І. В., Бойдуник Р. М. Антиоксиданти природного походження для кондитерських жирів. І. В. Сирохман, Р. М. Бойдуник. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія товарознавча*. Львів: видавництво ЛКА, 2019. Вип. 10. С. 57–60.

УДК 640.43:641.5

Фіалковська Л. В., кандидат технічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0002-4353-0963
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ СУШІННЯ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

Зберігання та сушіння є однією з найбільш поширених технологічних операцій в різних галузях переробних і харчових виробництв, зокрема при консервуванні сировини. Перспективи розвитку сушильних технологій передбачають зниження енергетичних витрат на процес вилучення вологи; підвищення якості сушеної продукції; розробку високоефективної універсальної техніки; забезпечення екологічної безпеки сушильних підприємств.

В роботі проведений аналіз сучасного стану способів зберігання та сушіння зерна. Оптимізовані технологічні та конструктивні параметри вібросушіння. Обґрунтувана та розроблена конструктивна та технологічна схеми сушильної установки, яка дозволяє отримати якісне кондиційне насіння соняшника для подальшого зберігання.

***Ключові слова**: зерносушарка, сушіння, зерно, насіння, схема.*

Постановка проблеми. Аграрний сектор економіки, важливою складовою якого є сільське фермерське господарство, формує продовольчу, а у визначених межах і економічну, екологічну та енергетичну безпеки [1, 2, 3].

Він забезпечує розвиток технологічно пов’язаних галузей національної економіки та створення соціально-економічних умов для розвитку. Агропромисловий комплекс складає близько 12% валової доданої вартості України, є одним з основних бюджетоформуючих секторів національної

економіки. За період з 2007 по 2018 рік виробництво продукції в сільськогосподарських підприємствах зросло майже у два рази. При цьому половина валової продукції виробляється в особистих селянських господарствах, де гостро постає проблема обробки і зберігання врожаю.

Оскільки сире зерно не може зберігатися тривалий час, його потрібно просушити. Однак, малі селянські господарства не мають необхідних технічних засобів для цього. Тому актуальною є розробка недорогих малопотужних зерносушарок з автоматизованим і оптимізованим процесом сушіння зерна [4, 5, 6, 7].

Внаслідок незавершеності процесів адаптації до європейських вимог щодо якості та безпечності харчових продуктів, нестійкості торговельних відносин з державами-імпортерами, конкурентні позиції вітчизняної сільськогосподарської продукції на зовнішньому ринку не є стабільними.

Тому в межах малих фермерських господарств важливо розвивати власні засоби збереження і переробки сировини та виготовлення вторинної продукції. Це вимагає модернізації технічної бази, автоматизації і оптимізації технологічних процесів сушіння зерна.

Різноякісність насіння – явище широко поширене в рослинництві. Виражається вона в тому, що насіння однієї рослини або навіть колоса, качана нерівнозначні за своїми морфологічними та фізіолого-біохімічними показниками [2, 3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням цього питання займалися багато учених, і всі однозначно прийшли до висновку, що саме біологічно цінне, виконане насіння формується в середній частині колоса. Таке насіння володіє високою енергією проростання, схожістю і, природно, дають максимальний урожай. Повноцінність насіння характеризують не стільки величина насіння, скільки їх питома вага, яка пов'язана із стиглістю і натурою насіння. Тільки зерна з максимальною питомою вагою формуються в середній частині колоса. Але після обмолоту колоса зерна знеособлюються, унаслідок чого вже неможливо визначити на вигляд місце формування їх в колосі, а, отже, дати висновок про їх біологічну цінність [5, 6].

Відокремивши найкраще зерно для насіння, його необхідо якісно зберегти до посіву. Для збереження врожаю існують різні методи та способи зберігання.

На даний час в сільськогосподарських підприємствах зберігання зернових культур знаходиться на задовільному рівні, при відсутності відповідних машин для зберігання втрачається від 2 до 15% врожаю, в залежності від погодніх умов та способу зберігання.

Огляд методів сушіння зерна та олійного насіння

Існує кілька принципів класифікації методів сушіння.

Найзагальнішою є класифікація за способом підведення енергії:

1. теплові:

a) конвективне сушіння;

b) кондуктивне сушіння;

c) терморадіаційне сушіння;

d) сушіння у полі струмів високої частоти;

2. спеціальні:

a) сушіння у вакуумі;

b) сушіння обезводненим повітрям;

c) контактне сушіння;

3. механічні:

a) віджимання;

b) центрифугування.

У сушінні зерна найпоширенішим є конвективний метод сушіння, за якого теплова енергія передається зерну від нагрітого газу (повітря або його суміші з продуктами згоряння палива).

Те, що нагрітий газ водночас виступає як теплоносій, зумовлює відносну простоту конструкцій конвективних сушарок.

Під час конвекційного сушіння зерно може знаходитися в: щільному нерухомому, гравітаційно-рухомому, псевдорозрідженому, віброкиплячому, падаючому або завислому стані.

Стан зернового шару визначає активну поверхню зерна та олійного насіння,

що контактує з агентом сушіння, а значить, інтенсивність процесу. Низький ККД конвективних сушарок (25...40 %) можна підвищити повторним використанням відпрацьованого агента сушіння [6].

Під час кондуктивного сушіння зерна та олійного насіння теплота передається йому теплопровідністю від нагрітої поверхні труб, що обігріваються паром, гарячою водою або газом. Водяна пара, яка випаровується із зерна та олійного насіння, поглинається холодним або підігрітим повітрям, що подається у сушильну камеру. Швидкість сушіння залежить від температури гріючої поверхні та товщини зернового шару.

Кондуктивне сушіння використовують на борошномельних і круп'яних заводах для підігрівання зерна та олійного насіння та невеликого зниження його вологості перед переробленням, а також у комбінації з конвективним сушінням. Низький ККД кондуктивних зерносушарок пояснюється додатковою втратою теплоти на нагрівання гріючої поверхні. При цьому може спостерігатися перегрівання та погіршення якості зерна та олійного насіння, що контактує з гріючою поверхнею.

Під час терморадіаційного сушіння підведення теплоти до зерна та олійного насіння здійснюється завдяки застосуванню інфрачервоного випромінювання генераторами або сонячних променів. Природне сушіння зерна та олійного насіння під сонячними променями проводять в суху та ясну погоду на спеціально обладнаних площадках. При цьому повністю зберігаються насіннєві та продовольчі якості зерна та олійного насіння, прискорюється післязбиральне його дозрівання. Разом з тим сонячне зерносушіння трудомістке й залежить від метеорологічних умов.

Високочастотне нагрівання зерна та олійного насіння ґрунтується на явищі поляризації. Під дією високих частот у вологому матеріалі полярні молекули води намагаються розташуватися своїми осями вздовж електричного поля. Відбувається тертя молекул між собою і в матеріалі виділяється теплота, а також виникає градієнт температури, спрямований усередину зернової маси, під дією якого волога переміщується до поверхні зерна та олійного насіння.

Сушіння зерна та олійного насіння під вакуумом дає змогу підвищити інтенсивність процесу завдяки зниженню барометричного тиску. Позитивним тут є те, що процес сушіння можна здійснювати при низьких температурах агента сушіння, що забезпечує зберігання природних властивостей зерна та олійного насіння. Але значні витрати на утворення та підтримання вакууму не дають змоги впроваджувати цей метод у промислових масштабах.

Підвищити швидкість процесу можна використанням обезводненого підігрітого повітря. Залежно від способу зменшення вологовмісту повітря розрізняють сушіння за допомогою вологовбирачів (ізотермічне сушіння) – силікагелю, активованого вугілля (при цьому виникають додаткові витрати на обезводнення вологовбирачів) та сушіння за допомогою агента, пропущеного через холодильні установки і установки конденсації вологи. Але це потребує значних витрат електроенергії.

Ефективність контактного (сорбційного) зерносушіння залежить від температури та інших факторів, які характеризують стан і гігроскопічність зерна та олійного насіння та сорбенту. Таке сушіння забезпечує краще зберігання якості зерна та олійного насіння, але потребує витрат на перемішування і відокремлення зерна та олійного насіння від сорбенту. Останнім часом його широко використовують в рециркуляційних сушарках, де змішуються два потоки зерна та олійного насіння з різною вологістю, а в деяких сушарках – із різною температурою. Як сорбент застосовується підсушене нагріте зерно, що циркулює в сушарці у замкненому контурі. Нагріте в сушарці до більш високої температури, ніж сире зерно, воно у тепловологообміннику віддає частину теплоти сирому зерну та зволожується у контакті з ним. Інтенсивність між зернового вологообміну залежить від різниці вологості, температури, кратності змішування сирого та рециркулюючого зерна та олійного насіння. Вологообмін найінтенсивніше відбувається у перші 15...20 хв, після чого процес сповільнюється. За цей час вологість сирого зерна та олійного насіння знижується на 2,5...3 %. Температура зерна та олійного насіння вирівнюється вже через 1,5...2 хв.

За допомогою механічних методів сушіння зерна та олійного насіння віджиманням або центрифугуванням видаляють механічно зв’язану чи поверхневу вологу, наприклад, під час виходу зерна та олійного насіння з мийного відділення млинів, на віджимних колонках [4].

Складовою процесу сушіння після нагрівання зерна та олійного насіння є його охолодження. У прямоточних сушарках охолодження застосовується на кінцевій стадії сушіння, що пов’язано з необхідністю переведення зерна та олійного насіння у рівноважний стан не тільки за вологістю, а й за температурою, з метою його тривалого зберігання. Температура зерна та олійного насіння, що виходить із сушарки, може перевищувати температуру зовнішнього повітря не більш як на 10 °С. У багатьох рециркуляційних сушарках поряд з цим є ще й проміжне охолодження рециркулюючого зерна та олійного насіння, яке дає змогу застосовувати інтенсифіковані режими сушіння з температурою агента сушіння 250...350 °С без перегрівання зерна та олійного насіння і, крім того, забезпечує додаткове зняття вологи. Зерно охолоджують, продуваючи його зовнішнім повітрям. Інтенсивність охолодження залежить від параметрів повітря, товщини шару зерна та олійного насіння та тривалості його охолодження [3].

Мета статті. Проведені дослідження сушіння зерна та насіння соняшника на сушарках шахтного та барабанного типів, топки яких працювали на природному газі та лушпинні, показали, що в останніх, тобто при роботі топок на лушпинні, може мати місце забруднення зерна бензопіреном. При цьому зазначимо, що збільшення експозиції сушіння призводить до різкого збільшення бенз-а-пірена в насінні соняшника.

Таким чином, при вдосконаленні технології та технічних засобів сушіння зерна соняшника, продукція переробки якого є продуктами харчування для людини, необхідно враховувати умови потрапляння канцерогенних речовин в зерна і виключити їх утворення в процесі сушіння.

Одним з перспективних способів сушіння сипучих матеріалів є спосіб сушіння в віброкиплячому шарі, який може бути досягнутий на вібраційних

сушарках різного типу. Однак, враховуючи відносно велику тривалість сушіння деяких матеріалів, кращими є сушильні установки, створені на основі вібраційних конвеєрів, які дозволяють порівняно з іншими сушарками значно збільшити час перебування матеріалу в одному агрегаті.

Мета роботи полягає у підвищенні інтенсивності процесу сушіння насіння соняшника та зменшення енерговитрат шляхом оптимізації технологічних та конструктивних параметрів вібросушіння.

Виклад основного матеріалу. Для інтенсифікації багатьох технологічних процесів переробки сипкої сільськогосподарської продукції використовують вплив вібраційного поля на сипучий матеріал, при якому збільшується пористість шару матеріалу, що оброблюється, та інтенсивність його перемішування, що в свою чергу покращує процеси масо – та теплообміну [7].

Волога у зерні є на поверхні, у капілярах, усередині клітин зерна та олійного насіння. Вона має важливе значення для життєдіяльності зерна та олійного насіння, але її надлишок призводить до інтенсифікації життєвих процесів, самозігрівання та погіршення якості зерна та олійного насіння.

Залежно від вмісту вологи зерно поділяють на сухе (до 14 %), середньої сухості (від 14 до 16 %), вологе (від 16 до 18 %), сире (понад 18 %). У зерновій масі волога розподіляється нерівномірно.

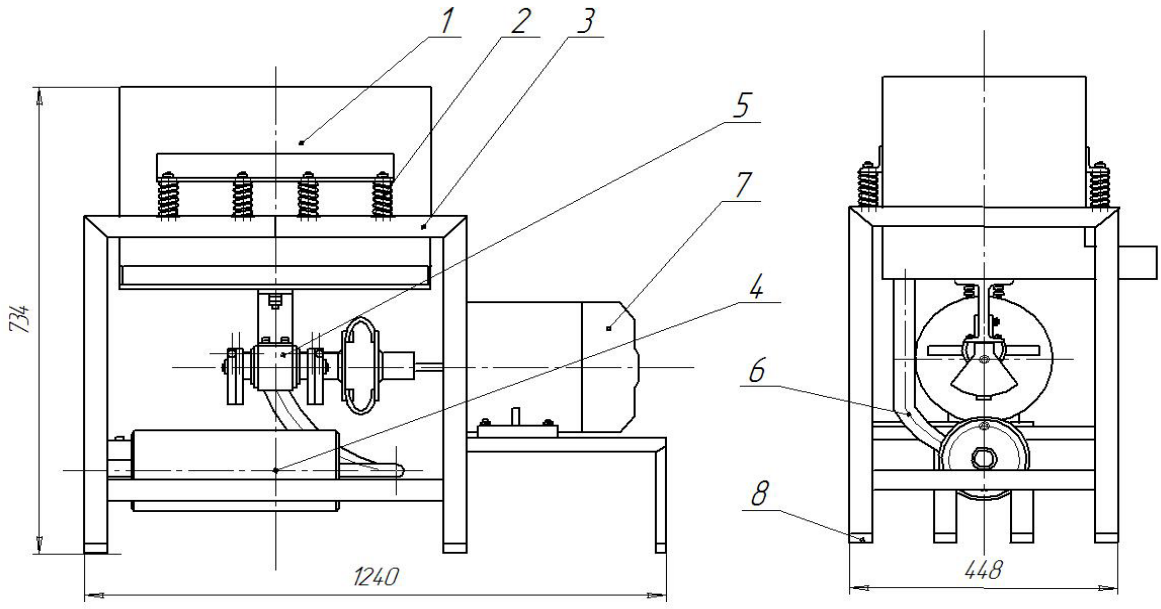
При середній вологості зерна та олійного насіння 22 % близько 10 % мають вологість нижче 17 %, а понад 20 % – вище 25 %. У зернині волога розподіляється також нерівномірно: найбільше її є в зародку, менше – в ендоспермі, а ще менше – в оболонках. При середній вологості зерна та олійного насіння 17 % зародок має вологість 19,4 %, ендосперм – 16,7 % .

Обґрунтування принципової схеми вібраційної сушарки з U-видним контейнером.

На рисунку 1 представлена вібраційна сушарка з U-видним контейнером [7].

Контейнер 1 за допомогою пружної підвіски 2 встановлена на нерухомій рамі 3 і приводиться в коливальний рух дебалансним вібропривідом 5, змонтованим у нижній частині контейнера. Всередині робочої камери

встановлено електротени для нагріву насіння соняшника. Через газопідвідний патрубок 6 і перфороване днище контейнера подається повітря за допомогою компресора 4, яке охолоджує та відбирає вологу від продукту.



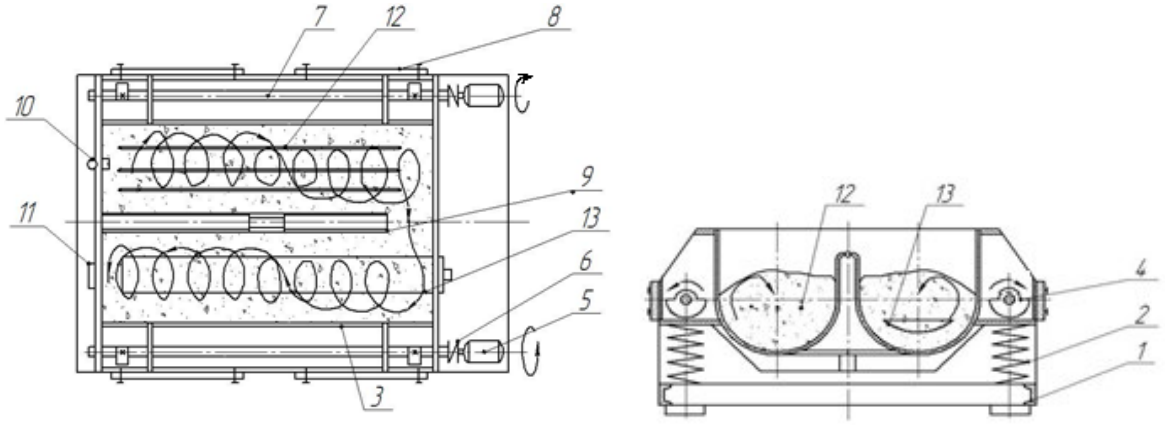
1 – контейнер; 2 – пружна підвіска; 3 – рама; 4 – компресор; 5 – вібропривід; 6 – газопідвідний патрубок; 7 – електродвигун; 8 – віброопора

Рисунок 1 – Конструкторсько-технологічна схема вібраційної сушарки з U-видним контейнером

Для досягнення безперевного циклу сушіння насіння соняшника було розроблено вібраційну сушарку з двома U-видними контейнерами (рис. 1, 2), яка складається із рами 1, на якій на пружній підвісці 2 встановлено корпус U-видної форми 3.

Корпус U-видної форми складається із двох секції. На корпусі розміщено інерційні віброприводи, які через муфти 6 та вали 7 передають крутний момент до дебалансних вантажів 4.

На корпусі U-видної форми по бокам розташовано додатковий вантаж 8, що дозволяє усунути вплив маси завантаження сипучого середовища секцій U-видної форми на самосинхронізацію приводів. У першій U-видній секції корпусу 3 розташована завантажувальна горловина 10 та ТЕНи 12, що розташовані в центральній частині секції.



1 – рама; 2 – пружна підвіска; 3 – корпус контейнера; 4 – дебаланси; 5 – електродвигун; 6 – муфта; 7 – дебалансний вал; 8 – додатковий вантаж; 9 – роздільна роздільна перегородка; 10 – завантажувальна горловина; 11 – розвантажувальна горловина; 12 – ТЕН; 13 – патрубок подачі повітря

Рисунок 2 – Конструкторсько-технологічна схема вібраційної сушарки з двома U – видними контейнерами

У другій U-видній секції корпусу 3 розташовано вивантажувальну горловину 11 та пустотілий патрубок 13 із газорозподілюючими отворами. Корпус U-видної форми 3 закривається газовидною кришкою.

Висновки і перспективи подальших досліджень. На основі аналізу та узагальнення даних вітчизняних та закордонних джерел інформації про технологію та результати теоретичних і експериментальних досліджень процесу сушіння насіння соняшника обґрунтована мета дослідження: підвищення інтенсивності процесу сушіння насіння соняшника та зменшення енерговитрат шляхом оптимізації технологічних та конструктивних параметрів вібросушіння.

Список використаних джерел:

1. Пешук Л. В. Біохімія та технологія оліє-жирової сировини. К.: Центр учбової літератури, 2019. 296 с.

2. Aliev E. B., Bandura V. M., Pryshliak V. M., Yaropud V. M., Trukhanska O. O. Modeling of mechanical and technological processes of the agricultural industry. *INMATEH–Agricultural Engineering.* 2018. 54(1). P.95-104.

3. Bandura V., Mazur V., Yaroshenko L., Rubanenko O. Research on sunflower seeds drying process in a monolayer tray vibration dryer based on infrared radiation. *INMATEH–Agricultural Engineering.* Vol. 57, №. 1. 2019. P.233-242.

4. Поперечний А. М. Сушіння насіння соняшнику у віброкиплячому шарі при радіаційному теплопідведенні. *Наукові праці ОНАХТ*. Одеса, 2019. Вип. 41, Т.1. С.201-206.

5. Pi mentel D., Patzek T.W. Ethanol production using corn, switchgrass, and wood; Biodiesel Production Using Soybean and Sunflower. Nat. Resources Res., 2020. 14(1). P.65-76.

6. Patzek T.W. A statistical analysis of the theoretical yield of ethanol from corn starch. Nat. Resources Res., 2018. 15(3). P.205-212.

7. Burdo O., Bandura V., Zykov A., Zozulyak I., Levtrinskaya J., Marenchenko E. Development of wave technologies to intensify heat and mass transfer processes. Eaestern-European Jurnal of Enterprise Tehnologies.Vol.4, №11 (88). 2021. Technology and Equipment of Food Production, P.34-42.

УДК 008+316.7 (477)

Чорна Н. М., доктор історичних наук, професор
ORCID https://orcid.org/0000-0002-6709-6364
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ЛОКАЛЬНА ГАСТРОНОМІЯ ЯК ТРЕНД ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА МАРКЕР КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

У статті зроблено короткий екскурс в історію становлення української кухні. Висвітлено вплив на неї політики радянської держави. Охарактеризовано особливості розвитку в період незалежного державотворення. Доведено, що однією з причин підвищеного інтересу до української кухні є повномасштабна війна росії проти України, яка зумовила наростання патріотичних почуттів та поваги до всього українського.

Увагу звернуто на локальну кухню. З однієї сторони, відчищений інтерес до неї зумовлений повномасштабним вторгненням росії в України, з іншої, він є

суголосний тенденціям, які впродовж кількох десятиліть характерні країнам Заходу. Наведено конкретні приклади зацікавленості локальною кухнею з боку провідних рестораторів та провідних закладів ресторанного господарства. Відзначено, що локальні продукти та срави спроможні виконувати роль туристичних магнітів та суттєво підвищувати туристичну привабливість територій.

Ключові слова: *українська кухня, локальна кухня, локальні продукти, гастрономія, шеф-кухарі, заклади ресторанного господарства, кухня регіонів України.*

Постановка проблеми. Зростання зацікавленості локальною гастрономією, свідками чого ми є впродовж кількох крайніх років, є глобальним трендом, притаманним індустрії гостинності. В той час, як у країнах Заходу тренд на локальну кухню з'явився на початку 2000-х рр., в Україні він оформився відносно недавно, значно під впливом повномасштабної війни росії проти нашої держави, яка зумовила наростання патріотичних настроїв та зростання інтересу до української історії та культурної спадщини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз доробку за тематикою засвідчив, що обрана тема станом на тепер є недостатньо вивченою. Приємним виключенням є книга львівських авторів І. Лильо та М. Душар «Шляхетна кухня Галичини» [1] – дуже ґрунтовна та унікальна в своєю роді, адже є результатом багаторічної наукової роботи авторів, в т. ч. в архівах України та зарубіжних країн і містить не лише рецепти локальних галицьких страв, але і реконструкцію галицького побуту та гастрономічних традицій галичан. Вартою уваги є також книга «Смачна Кропивниччина» [2], яка містить низку рецептів локальних страв Кропивниччини та цікавих гастрономічних історій, зібраних у наш час.

Окремі аспекти локальної кухні в контексті висвітлення української кухні та кухні її регіонів представлені у студіях О. Брайченко [3], О. Мотузенко [4].

Можливості локальної кухні щодо формування туристичної привабливості територій проаналізовані у працях В. Церклевича, А. Діль, К. Петришеної [5], Н. Чорної [6].

Популярні та науково-популярні публікації на тему локальної кухні опублікували відомий ресторатор та гатроентузіаст Є. Клопотенко, К. Грубич

Мета статті – розкрити зміст локальної кухні, визначити її місце у функціонуванні індустрії гостинності та збереженні культурної ідентичності, що в умовах триваючої війни росії проти України стало надзвичайно актуальним.

Виклад основного матеріалу. Кухня є складовою нематеріальної культурної спадщини народу і, аналогічно святам, традиціям та ремеслам, відіграє важливу роль у відображенні його самобутності та окремішності.

Кухня формується упродовж століть, під впливом природно-географічних чинників, взаємин з сусідніми державами та народами, а також власних традицій державотворення, чинників економічного, соціального та релігійного характеру, ін.

Українська кухня є дуже багатою та різноманітною. До цього спричинили величезна територія з неоднорідним кліматом та рельєфом, розміщення у центрі Європі на перехрещенні багатьох торговельних шляхів, вплив великої кількості держав, які були чи є безпосередніми нашими сусідами або в різні періоди ділили між собою українські землі.

Доведено, що коріння української кухні сягає трипільської цивілізації, а її оформлення відбулося у XVII – XVIII ст., в період Гетьманщини. В основі української кухні – традиції селянської кухні, простої та природної за своєю суттю, хоча паралельно з нею існувала також і «висока кухня», притаманна козацько-гетьманській верхівці. Та з ліквідацією Гетьманщини та зникненням у зв'язку з цим місцевої державницької еліти, «висока кухня» на українських землях зникла.

Окрім цілісної, власне української кухні, на території Україні добре сформованими є кухні регіонів – подільська, поліська, галицька, карпатська, бессарабська, одеська, ін. – із притаманними їм особливостями.

У XX ст., коли українські землі були зібрані в складі СРСР, різноманіття смаків та технологій приготування страв було втрачено. На зміну традиційній кухні українців прийшла «радянська кухня», в основі якої перебували «три

кити»: денаціоналізація, уніфікація та запозичення (з кухонь із зарубіжних країн). Радянська кухня стала одним з інструментів формування радянського народу і настільки сильно закріпилася в раціоні людей, що досі не дає про себе забути. Так, приміром, на думку Є. Клопотенка, те, що сьогодні називають українською кухнею, на 90 % є спадком радянських років, який до справжньої української кухні не має жодного відношення [7].

Інтерес до української кухні почав потрохи зростати з проголошенням незалежності України. З'явилися історики, які фахово займаються її дослідженням (О. Сокирко, О. Брайченко, М. Душар, І. Лильо, ін.), з друку вийшло чимало ґрунтовних наукових праць. У різних куточках України виникли громадські об'єднання, які збирають давно забуті рецепти страв та популяризують їх (ГО «Клуб галицької кухні» (м. Вінниця), ГО «Клуб подільської кухні» (м. Вінниця), ін.). З'явилися заклади ресторанного господарства з українською кухнею (щоправда, їхня популярність серед українців була значно меншою, ніж у випадку закладів з італійською чи грузинською кухнею).

Із початком повномасштабної війни росії проти України, як не парадоксально це звучить, українська кухня опинилася в тренді. Так, суттєво збільшився попит на заклади ресторанного господарства з українською кухнею, а також на страви української кухні, які в закладах почали замовляти дедалі частіше.

Крім того, війна спричинила стрімке зростання інтересу до локальних страв та продуктів, а локальна кухня утвердилася в якості маркера культурної ідентичності. Так, доцільно згадати вислів «Ми є тим, що ми їмо»: здійснюючи вибір продуктів та страв, визначаючи для себе, що їсти, а що – ні, люди відображають свою культурну приналежність, а також диференціюють оточуючих на своїх та чужих.

Локальна кухня – це кухня, страви якої готують із продуктів, що виробляються в радіусі 200-300 км від місця їх приготування. Деякі фахівці, щоправда, вважають, що продукти, з яких готуються страви локальної кухні,

мають бути вирощені у радіусі 50-100 км від місця їх приготування. Натомість у США продукт вважається локальним, якщо він транспортується на відстань не більше, ніж 400 миль (або 643 км).

Локальні продукти, таким чином, – це всі ті овочі, фрукти, які вирощують на наших полях та в наших садах, уся річкова риба, яка водиться в наших водоймах, м'ясо від фермерів з нашої місцевості.

Локальні продукти – це продукти, які люди традиційно споживали, допоки полиці магазинів не заполонив імпорт. Їх не доводиться перевозити тривалий час, вони піддаються мінімальній обробці, а їхній смак підкреслюється завдяки різним класичним та сучасним технікам.

Виробниками локальних продуктів є фермери та домогосподарства, які збувають свою продукцію напряму закладам ресторанного господарства або реалізують її на ринку. Оскільки локальні продукти часто є т. зв. «штучним товаром», їх використання ресторанами є чудовою можливістю створити унікальні страви та справити на гостей неймовірні гастрономічні враження, а також виділитися у такий спосіб серед конкурентів та зробити бізнес більш стійким та етичним.

Прикметно, що в багатьох країнах Заходу локальна кухня стала неабияк популярною ще на поч. 2000-х рр. і, згідно з прогнозом Національної ресторанної асоціації США, тренд на продукти та страви, які відповідають концепції «від лану до столу», збережеться щонайменше до 2030-х рр.

Закладів ресторанного господарства, які спеціалізуються на локальній кухні, найбільше їх зосереджено у Львові, а також в Києві та Одесі. У Львові – це «Ресторація Бачевських», «36По», «Атляс», «Cent Aura», «Дуже висока кухня», ін., у Києві – «Глек», «100 років тому вперед», «Klukva&Brukva», «Полтава», «Остання барикада», ін., в Одесі – «Дача» «Франзоль», «КлараБара», «Компот», «Тьотя Мотя», ін. Успішною реалізацією концепції локальної кухні добре відомі також заклади ресторанного господарства, розташовані в інших містах України: «Ресторація Шпігеля» у м. Хмельницький, «Кінь у протигазі» та «Lolla – gastro place» у м. Вінниця, «Корені», «Sazha» у Буковелі, «Аусторія» у м. Радивилів на Житомирщині, ін.

Що стосується шеф-кухарів, які активно займаються популяризацією локальної кухні, найпотужнішими у цьому напрямку є Є. Клопотенко (ресторан «Сто років тому вперед», м. Київ), В. Гуралевич (ресторан «Корені», курорт «Буковель»), Ю. Діденко (ресторан «Sazha», курорт «Буковель»), Р. Травницький (ресторан «Липа», м. Ужгород), А. Северенчук (ресторан «Глек», м. Київ), С. Федула (ресторан «Дубок», м. Луцьк), В. Фисюк (ресторан «Matisse», м. Київ), В. Сапотніцький (ресторан «Lolla – gastro place», м. Вінниця), ін.).

Споживання локальних продуктів та страв дозволяє відчути зв'язок із місцем перебування та сповна насолодитися автентичними смаками регіону, саме тому локальна гастрономія спроможна виконувати роль туристичного магніту та забезпечувати привабливість територій для туристів. Так, далеко не кожен населений пункт має унікальну історичну архітектуру та природні дива, спроможні привернути увагу туристів, але кожен населений пункт має унікальну місцеву гастрономію, спроможну зацікавити мандрівників.

Окремі спеціалітети викликають такий інтерес у поціновувачів смаку, що вони готові долати сотні чи навіть тисячі кілометрів задля того, аби скуштувати їх у місці виробництва. Кількість таких гурманів у світі настільки швидко зростає, що наразі існує сформована ними окрема субкультура. Не останню роль у цьому процесі відіграли та продовжують відігравати різноманітні кулінарні шоу («Мастер Шеф», «Пекельна кухня», ін.), численні гастро- та тревелблогери (Міша Кацурін та Антон Птушкін, Максим Узол та Оля Манько, Маріанна Душар («Пані Стефа»), ін.).

З метою популяризації локальних продуктів та страв, а також підтримки крафтових виробників в багатьох містах України проводяться різноманітні тематичні заходи. Так, ще в 2017 р. мережею супермаркетів «Сільпо» було започатковано Фестиваль локальної гастрономії «True&Local», який проводиться у м. Києві. У 2023 р. масштабні фестивальні локальних крафтових продуктів відбулися у м. Львів та м. Івано-Франківськ.

Украй потрібним є проєкт «Лавка традицій», ініційований мережею супермаркетів «Сільпо» для підтримки та розвитку малих українських

виробників. Під брендом «Лавка традицій» у магазинах мережі продаються найкращі фермерські продукти, відповідальність за якість яких несуть не лише самі виробники, але й компанія «Сільпо». Це – молочні продукти від ТМ «Старий Порицьк», м'ясні продукти від ТМ «Світ м'яса», яблучні соки від ТМ «Коник», мед від ТМ «Конюшина», ін. [8].

Чимало локальних продуктів стали гастрономічними брендами окремих дестинацій України, – гуцульська овеча бриндзя, гуцульська коров'яча бринза, херсонський кавун, мелітопольська черешня, карпатський мед, закарпатське вино тощо. Це – продукти з географічними зазначеннями. Станом на тепер в Україні було зареєстровано 48 таких продуктів та вин [9].

Гастрономічними брендами туристичних дестинацій є також страви та інгредієнти, внесені до регіональних переліків елементів нематеріальної культурної спадщини України. На Вінниччині цей перелік нараховує 66 позицій, 26 з яких – страви (тиманівська засипана каша, картопля по-уланівськи, пшоняна каша «Зозуля», вареники з вишнями і шкварками, годзя, бадзьоня, трусянка, ін.).

У 2021 р. Є. Клопотенком була розроблена інтерактивна гастрономічна карта України [7], на якій представлено 47 локальних продуктів (страв). Більшість із представлених позицій – традиційні, сформовані упродовж тривалого історичного періоду, страви. Безумовно, це – не вичерпний список, а скоріше базовий ресурс, який потребує доповнення та вдосконалення.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Загалом, тема їжі, кухні та харчування – це вічний хіт. На відміну від політики, яка є контраверсійною, та економіки, яка станом на тепер в Україні перебуває у напів притомному стані.

За допомогою гастрономії, направду, можна зробити дуже багато. Зокрема, заповнити незакриті пазли в історії української минувшини та зробити крок на шляху пізнання української спадщини, яка закладає фундамент національної ідентичності. В сьогоденних умовах це надзвичайно важливо.

Список використаних джерел:

1. Лильо І., Душар М. Шляхетна кухня Галичини. Львів : Видавництво Старого Лева, 2023. 488 с.

2. Смачна Кропивниччина. Київ : Іжак, 2021. 192 с.

3. Брайченко О. Україна. Іжа та історія. Київ : Іжак, 2021. 286 с.

4. Мотузенко О. Україна. Їжа, знання та історії гастрономічної спадщини. Полленцо, 2022. 218 с.

5. Церклевич В., Діль А., Петришена К. Розвиток бренду ресторану в умовах війни: маркетингові дослідження, «Local Food», туристичні можливості. *Історія туризму та гостинності в Центральній та Східній Європі.* 2024. № 11. С. 52-64. DOI : https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-11-6 (дата звернення: 12.05.2025)

6. Чорна Н. Локальна кухня як гастрономічний бренд туристичних дестинацій. *Історія туризму та гостинності в Центральній та Східній Європі.* 2025. № 12. С. 68-75. DOI: https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-12-10 (дата звернення: 12.05.2025)

7. Від Енеїди до СРСР і назад. Гастрономічна карта України із Євгеном Клопотенком та Rocket. URL: https://nv.ua/ukr/project/vid-enejidi-do-srsr-i-nazad-gastronomichna-karta-ukrajini-iz-yevgenom-klopotenkom-ta-rocket-50144071.html (дата звернення: 12.05.2025)

8. Сільпо. Лавка традицій. URL: https://lavkasilpo.com.ua/ (дата звернення: 12.05.2025)

9. В Україні зареєстровано 48 продуктів з географічними зазначеннями. URL: https://agroportal.ua/news/ukraina/v-ukrajini-zareyestrovano-48-produktiv-z-geografichnimi-zaznachennyami (дата звернення: 12.05.2025)

УДК 347.965

Бахновська І. П., кандидат юридичних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9236-9424
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПРЕДСТАВНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

У статті досліджено трансформацію інституту представництва в умовах воєнного стану, який було запроваджено в Україні у 2022 році у відповідь на повномасштабне вторгнення. Проаналізовано, як зміни в законодавстві, обмеження доступу до нотаріальних установ, реєстрів та банків, а також потреби військовослужбовців та мобілізованих осіб вплинули на механізми цивільного та процесуального представництва. Ключовою тезою є те, що воєнний стан не лише ускладнив традиційні механізми представництва (через обмеження доступу до інфраструктури та нормативні обмеження), але й стимулював законодавця до впровадження нових інструментів та процедур. Зокрема, йдеться про розширення повноважень командирів військових формувань, які отримали право посвідчувати довіреності та заповіти військовослужбовців і представників силових структур. Такі дії визнаються еквівалентними нотаріально посвідченим, що забезпечує безперервність правочинів навіть в умовах відсутності доступу до нотаріальних послуг. У статті комплексно розкрито основні законодавчі та практичні новації, запроваджені для адаптації інституту представництва до реалій воєнного

часу, зокрема через механізми спрощення нотаріальних дій, децентралізації повноважень, використання цифрових інструментів та введення спеціальних процедур для військовослужбовців. Окрема увага приділена новим правилам оформлення довіреностей. Так, окрім певних категорій важливих правочинів, більшість довіреностей дозволено оформлювати без нотаріального бланку, на звичайному папері, з обов'язковим внесенням до реєстру. При цьому встановлено нові строки дії таких документів – до одного місяця, після чого вони підлягають підтвердженню. Передбачено також можливість перевірки дійсності довіреностей за копією у будь-якого нотаріуса, що значно спрощує оборот документів в умовах воєнного часу. Важливою складовою аналізу є огляд цифровізації нотаріальних послуг та впровадження електронного представництва. Стаття окреслює запуск електронного реєстру довіреностей, послуги «е-Довіреність» у додатку «Дія», а також можливості електронного суду. Проте наголошується, що повноцінне використання цих сервісів обмежене через нормативні прогалини, невизначеність статусу електронних документів та слабку уніфікацію процедур. Також розглядає правові труднощі, які виникають у зв'язку з воєнним станом. Серед них – обмеження правочинів з боку нотаріусів у зоні бойових дій або тимчасової окупації, заборона вчинення дій особами, пов'язаними із державою-агресором, кадрові труднощі у сфері нотаріату через мобілізацію, а також обмежений доступ до державних реєстрів. Вказано, що деякі правочини, наприклад розпорядження нерухомістю чи корпоративними правами, можуть бути посвідчені лише на спецбланках та лише в окремих умовах. Значну увагу приділено проблемам правового регулювання електронних довіреностей. Авторка підкреслює, що чинне законодавство часто суперечить нормам цивільного кодексу, не узгоджує терміни дії довіреностей та не забезпечує достатній захист прав представників і довірителів у цифровому середовищі. У підсумку, стаття робить висновок про необхідність гармонізації та кодифікації нових норм, які виникли під час війни. Пропонується розробити єдину систему представництва в умовах надзвичайних ситуацій, що

забезпечить доступність нотаріальних послуг, правову визначеність представництва та можливість повноцінного використання електронних засобів у цивільному та судовому обороті. Зазначено, що попри значні кроки вперед, інститут представництва потребує подальшого реформування для адаптації до воєнних і поствоєнних умов.

Ключові слова: *воєнний стан, представництво, довіреність, нотаріальні дії, електронне представництво*

Постановка проблеми зумовлена різким зрушенням правового ландшафту країни, необхідністю забезпечення безперервності реалізації представницьких функцій в умовах обмеженого доступу до традиційних інституцій – нотаріату, державних реєстрів, судів та банків. Воєнний стан в Україні, зумовлений повномасштабною збройною агресією, кардинально трансформував правову систему, зокрема інститут представництва у цивільних правовідносинах. Обмеження доступу до нотаріальних послуг, державних реєстрів та банків, вимушене переміщення громадян і військові мобілізації вимагають адаптації правових механізмів до нових умов. Законодавство оперативно реагує на виклики часу, запроваджуючи нові підходи – спрощену систему оформлення довіреностей, надання повноважень командирам військових частин, впровадження електронного нотаріату, однак ці зміни часто суперечать чинним нормам Цивільного кодексу України та процесуальних кодексів. Через це постає потреба у комплексному аналізі чинного регулювання, виявленні правових прогалин та формуванні узгоджених рішень для забезпечення правової визначеності, доступності та ефективності представництва у надзвичайних умовах. Саме тому дослідження особливостей правового регулювання представництва в період воєнного стану є надзвичайно актуальним як для наукової доктрини, так і для правозастосовної практики.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Проблемам здійснення представництва в умовах воєнного стану, здійснювали науковці та експерти, які досліджували це питання. Зокрема: І. Березинський, Ю. Коросташивець, Д. Кирилюк, Л. Остапенко, В. Маковій, В., О. Мороз, В. Цюра, І. Ятчишина.

Мета статті – дослідити особливості правового регулювання та практичного здійснення інституту представництва в умовах воєнного стану в Україні, зокрема зміни, запроваджені у сфері нотаріального посвідчення довіреностей, розширення повноважень військових командирів, запровадження електронних інструментів представництва, а також виявити нормативні прогалини й запропонувати шляхи їх усунення з метою забезпечення ефективного функціонування представництва у надзвичайних умовах.

Виклад основного матеріалу. Воєнний стан суттєво вплинув на здійснення представництва у цивільних правовідносинах. Хоч цивільне законодавств і продовжує діяти, на практиці доступ до нотаріальних послуг, банків та державних реєстрів був обмежений. Зокрема, урядова постанова № 164 від 28.02.2022 р., яка є чинною і дотепер, запровадила обмеження: незавершені нотаріальні дії за зверненнями осіб, пов'язаних із державою-агресором, були зупинені, а нотаріуси відмовляли цим особам у вчиненні будь-яких дій [4]. Водночас законодавець розширив можливості інших суб'єктів: командирам військових формувань надано право посвідчувати довіреності та заповіти військовослужбовців, працівників правоохоронних органів і цивільного захисту для забезпечення доступності нотаріальних послуг [3]. Дана норма запроваджена у 2022 році і діє наразі. Експерти відзначають, що законне представництво у матеріальному й процесуальному праві стало особливо актуальним для досліджень через необхідність адаптації численних норм до умов війни [6, с. 59-60]. З одного боку, зміни правового режиму воєнного стану унеможливили певні звичні дії представників (наприклад, безпосереднє отримання документів у реєстрі), з іншого – з'явилися нові підстави та форми представництва (наприклад, гранична децентралізація нотаріальних дій серед військових та місцевої влади).

За умов воєнного стану суттєво змінено процедуру видачі та дії довіреностей. Основна новація – дозволити оформлювати більшість довіреностей без спеціального нотаріального бланку. Всі довіреності, крім визначених урядом категорій (так званих «чутливих» довіреностей), можуть

бути складені на звичайному аркуші паперу з комп'ютерним нанесенням реквізитів нотаріуса. Правова сила таких «небланкових» довіреностей прирівняна до нотаріально посвідченої: вони вважаються дійсними протягом воєнного стану і місяця після його припинення. Водночас вимога бланку зберігається для довіреностей на розпорядження нерухомим майном, незавершеним будівництвом, коштами на банківських рахунках (та доступом до сейфів), транспортними засобами строком понад 3 місяці, цінними паперами та корпоративними правами [2].

Для підтвердження дії довіреностей введено короткі строки: за довіреністю, виданою українським нотаріусом, після її посвідчення законом встановлено граничний строк дії 1 місяць (для довіреності, виданої за кордоном – 2 місяці) Після завершення цього строку потрібно підтвердження дії довіреності заявою довірителя. Ці правила були запроваджені у 2022 році та не були скасовані станом на 2025 рік. Дата оформлення такої заяви має бути не пізнішою ніж за 7 календарних днів до підписання договору (для заяв, оформлених за кордоном – не раніше ніж за 1 місяць до підписання). Якщо ж у момент оформлення довіреності минуло менше зазначених строків, додаткових підтверджень не потрібно [2]. Для просторової мобільності процесу введено й таке нововведення: довіреність, оформлена без бланка, може пройти перевірку дійсності за копією у будь-якого нотаріуса, який протягом двох робочих днів зобов'язаний видати довідку про підтвердження або спростування посвідчення [8].

Таким чином, законодавство спростило процедуру видачі більшості довіреностей (переважно фінансового та побутового характеру), водночас передбачило жорсткі правила для особливо важливих правочинів: їх посвідчують лише на спецбланках й обмеженим колом нотаріусів.

Воєнний стан передбачає спрощення представництва саме для військовослужбовців та інших осіб, причетних до оборони. З метою доступності нотаріальних послуг командири (начальники) військових частин і формувань (або уповноважені ними особи) отримали право посвідчувати довіреності та заповіти військовослужбовців ЗСУ, підрозділів територіальної оборони,

правоохоронних чи спецорганів (де вони залучені до стримування агресії) [3]. Такі посвідчені командирами довіреності чи заповіти прирівнюються до нотаріально посвідчених (за виключенням довіреностей на розпорядження нерухомим майном, корпоративними правами та секретних заповітів). Згідно з наявними нормативами, ця норма діє доти, поки триває воєнний стан, і є чинною у 2025 році. Перед посвідченням командир зобов'язаний переконатись у добровільності правочину та інформувати особу про її права, після чого внести документ до спеціального реєстру Запорятунку (реєстр заповітів і довіреностей). Після цього довіреність надсилають через Генштаб до Мін'юсту, де нотаріус реєструє її в Єдиному реєстрі довіреностей протягом 3 робочих днів [1]. Даний механізм чинний і наразі.

Важливо, що нотаріуси продовжують у повному обсязі посвідчувати всі види нотаріальних правочинів для військових. Наприклад, після посвідчення заповіту або довіреності військовослужбовцем нотаріус вносить відповідну інформацію до Єдиного реєстру довіреностей (що полегшує верифікацію документів у подальшому). Таким чином, механізм дозволяє військовим отримувати нотаріальні послуги поза межами звичайних нотаріальних установ, що є принципово новим підходом у нашому праві.

Водночас воєнний стан наклав низку обмежень на нотаріусів. Зокрема, нотаріуси, чиї контори розташовані на тимчасово окупованих чи небезпечних територіях (де припинено доступ до державних реєстрів Мін'юсту), змушені утримуватись від будь-яких нотаріальних дій, окрім найбільш критичних. Зі спеціальних виключень: дозволено посвідчення довіреностей на розпорядження банківськими рахунками (на спецбланках) та інших документів, дозволених на звичайному папері, а також оформлення дозволів на виїзд дитини за кордон, засвідчення копій тощо [7] Це правило, введене у 2022 році, залишається чинним на 2025 рік. Це означає, що нотаріуси в прикордонних чи деокупованих регіонах можуть видавати дуже обмежений перелік документів. Багато нотаріусів також перебувають у зоні бойових дій або призвані на службу, тому виникають кадрові проблеми – їхні функції перерозподіляються або стають тимчасово недоступними.

Крім того, для всіх нотаріальних дій у період воєнного стану продовжують діяти правила посиленого контролю за особами-учасниками. Зокрема, усі нотаріальні дії, звернуті до осіб, пов'язаних із державою-агресором, або їх організацій, відмовляються або зупиняються [4]. Обмеження, встановлені ще у 2022 році, не були скасовані. До того ж урядові постанови обмежили повноваження нотаріусів видавати певні довіреності та посвідчувати правочини щодо значного майна – це робиться, щоб уникнути виведення капіталів агресора через заплутані схеми. Наприклад, заборонено посвідчувати договори відчуження нерухомості до завершення особливої реєстраційної процедури (строком до місяця) [7].

Щоб прискорити нотаріальні операції на війні, зміни торкнулися також порядку роботи з реєстрами: вже 3 березня 2022 р. нотаріусам було надано доступ до Єдиного держреєстру для надання відомостей за запитами фізичних та юридичних осіб, а згодом і можливість вносити відомості про спадщину та рухоме майно. З іншого боку, події підкреслили потребу цифровізації: під час відключення реєстрів уряд надав нотаріусам тимчасовий доступ до даних через технічних адміністраторів, а також відтермінував строки державної реєстрації (щоб компенсувати «провали» в системах) [5].

Усі ці нововведення стимулюють перехід на електронні технології представництва. Зокрема, упроваджені Єдиний реєстр довіреностей і «електронний нотаріат» (давались поради використовувати КЕП, додаток «Дія» тощо), що створило передумови для дистанційної роботи представників. Так, Державна судова адміністрація України вже роз'яснила можливості подання процесуальних документів через електронний суд і надання адвокату або представнику відеозв'язку [1]. Також діє Єдиний реєстр довіреностей та «електронний нотаріат». Сервіс «е-Довіреність» у Дії, запущений у 2021 році, функціонує, але його повноцінне використання у воєнних умовах вимагає нормативного доопрацювання.

У судовій практиці залишається неврегульованим статус електронного представництва, хоча Верховний Суд неодноразово визнавав допустимим представництво за сканами документів або відеозв'язком за умови бойових дій чи мобілізації.

Водночас використання електронних інструментів породжує ряд питань (від захисту даних до повноважень представника в КЕП-системі), що остаточно не врегульовані. Суть таких проблем полягає в невідповідностях між нормативно-правовим режимом воєнного стану та традиційними нормами ЦКУ та процесуальних кодексів. Як зауважують вчені, існує низка суперечностей між матеріальним і процесуальним регулюванням представництва (терміни дії довіреностей, форми їх посвідчення та визнання тощо), які потрібно усувати з урахуванням війни. Зокрема, дискусійним залишається питання про подальший статус електронних довіреностей та чи не слід внести зміни до ЦКУ і законів, закріпивши можливість посвідчення нотаріальних документів виключно в режимі онлайн.

Таким чином, попри швидке реагування законодавця, правове регулювання представництва у воєнний час має прогалини. Серед проблем – неоднорідність регулювання (окремі норми воєнного часу часто дублюють чи суперечать цивільному законодавству); неврегульованість багатьох питань електронного документообігу; складність підтвердження повноважень довірителів, які перебувають за кордоном або на фронті. Частина фахівців вказує також на необхідність уніфікувати строки дії довіреностей і вдосконалити механізм їх актуалізації (наприклад, через підписання заяви довірителем). Крім того, на практиці виникають проблеми з доступом до нотаріату у зонах активних бойових дій або окупації, що породжує питання створення тимчасових «військових нотаріатів» чи інших органів, які б виконували відповідні функції. Юристи пропонують також законодавчі новації, зокрема офіційно закріпити статус електронних довіреностей («е-довіреностей»), спростити процедуру підтвердження повноважень за відсутності власника та уточнити правила представництва у судах за участю мобілізованих осіб.

Отже, воєнний стан зумовив комплексне переформатування інституту представництва: державою створено низку нових інструментів (спрощена система довіреностей, військові нотаріуси, електронні сервіси), але паралельно виявлено й серйозні нормативні прогалини. Подальші кроки мають бути

спрямовані на гармонізацію та кодифікацію цих змін, щоб забезпечити збереження основних засад представництва в екстремальних умовах і водночас врахувати реалії сучасного воєнного час.

Список використинах джерел:

1. Березинський І. Як командири частин можуть засвідчувати довіреності та заповіти в умовах воєнного стану. *АрміяInform – онлайн ресурс*. 11 жовтня 2022. URL: https://surl.li/zghxro

2. Видача та дія нотаріальних довіреностей у період воєнного стану. *АНК – онлайн-ресурс.* URL: https://surl.li/kzxdzl

3. Вчинення командиром військових формувань нотаріальних дій в умовах воєнного стану. *Безоплатна правнича допомога – онлайн-ресурс.* 1 вересня 2022. URL: https://surl.li/hsvjxl

4. Деякі питання нотаріату в умовах воєнного стану. Постанова Кабінету Міністрів України від 28.02.2022 № 164. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/164-2022-%D0%BF#Text

5. Кирилюк Д. Особливості вчинення нотаріальних дій в умовах воєнного стану (консультаційний матеріал Винницької обласної нотаріальної палати). *Консультація з питань нотаріату*, 2022. URL: https://surl.li/mvjive

6. Коросташивець Ю. Матеріальний та процесуальний аспекти правової регламентації законного представництва через призму національного законодавства. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом (Юридичні науки).* 30 липня 2024. № 2(70). С. 59–72

7. Нові правила вчинення нотаріальних дій в умовах війни: діє постанова КМУ. *Дебет-кредит.* 30 червня 2022. URL: https://news.dtkt.ua/state/ laws-and-regulations/77135-novi-pravila-vcinennia-notarialnix-dii-v-umovax-viini-dije-postanova-kmu

8. Що правда, а що міф про довіреність в умовах воєнного часу. *Офіційний сайт Нижньосірогозької селищної територіальної громади.* 11 жовтня 2024. URL: https://surl.li/hrwybv

УДК 342.5

Білоус І. М., кандидат юридичних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0003-0789-8282
Вінницький торговельно-економічний інституту ДТЕУ

ПОРУШЕННЯ ПРАВ ТА СВОБОД ЛЮДИНИ ПРАЦІВНИКАМИ ПОЛІЦІЇ

У статті розглядається проблема порушення прав і свобод людини з боку працівників поліції, що є серйозним викликом для правової держави та демократичного суспільства. Проаналізовано основні форми зловживань з боку правоохоронців, зокрема незаконне застосування сили, порушення права на захист, недотримання процедур затримання та допиту. Значну увагу приділено міжнародним стандартам захисту прав людини та нормативно-правовій базі України, яка регулює діяльність поліції. У статті наведено статистичні дані, приклади з практики, а також визначено основні причини таких порушень. Запропоновано шляхи удосконалення механізмів контролю за діяльністю поліції, посилення відповідальності за перевищення повноважень та впровадження ефективного громадського нагляду.

Ключові слова: *права людини, поліція, порушення, зловживання, відповідальність, контроль, правопорядок.*

Постановка проблеми. Забезпечення прав і свобод людини є основоположним принципом демократичної, правової держави. Органи поліції, як частина системи охорони правопорядку, зобов’язані діяти виключно в межах закону та на засадах поваги до гідності кожної особи. Однак на практиці часто фіксуються випадки порушення прав громадян саме з боку працівників поліції – перевищення службових повноважень, незаконне застосування сили, безпідставні затримання, тиск під час слідчих дій тощо. Такі дії не лише підривають довіру суспільства до правоохоронних органів, а й створюють загрозу для реалізації конституційних прав громадян.

Актуальність проблеми зумовлена як внутрішніми факторами – недосконаліть національного законодавства, слабкий механізм контролю за діями поліції, так і зовнішніми – необхідністю відповідності міжнародним стандартам у сфері прав людини. Відсутність належної відповідальності за порушення з боку поліцейських сприяє повторенню таких випадків і породжує системну безкарність. У зв'язку з цим постає необхідність у глибокому аналізі причин і наслідків таких порушень, а також у розробці ефективних механізмів їх попередження та притягнення винних осіб до відповідальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема порушення прав і свобод людини з боку працівників поліції є предметом численних наукових досліджень, аналітичних звітів та громадських обговорень як в Україні, так і на міжнародному рівні. Значний внесок у вивчення цієї теми зробили такі українські дослідники, як Є. Гончаренко, О. Костенко, В. Школьний, які аналізують правові та етичні аспекти діяльності поліції, зокрема в контексті дотримання прав людини під час затримань, допитів та інших слідчих дій.

У працях М. Буроменського та О. Мартиненко розглядаються питання взаємозв'язку між реформою поліції та станом дотримання прав людини в Україні. Дослідники наголошують на необхідності посилення механізмів зовнішнього контролю за діяльністю правоохоронних органів та вдосконалення системи відповідальності за перевищення повноважень.

На міжнародному рівні актуальні підходи до захисту прав людини в діяльності поліції відображено у звітах Офісу Верховного комісара ООН з прав людини**,** Amnesty International**,** Human Rights Watch, а також у документах Європейського комітету із запобігання катуванням**.** Ці джерела неодноразово вказували на системні проблеми в українських правоохоронних органах, зокрема на відсутність ефективних розслідувань випадків поліцейського насильства та катувань.

Попри наявність значного обсягу досліджень, питання ефективності механізмів протидії порушенням з боку поліції, а також впровадження дієвих інструментів громадського контролю залишаються актуальними і потребують подальшого вивчення.

Метою статті є дослідження основних причин і форм порушень прав і свобод людини працівниками поліції, аналіз існуючих механізмів захисту прав громадян від таких порушень, а також визначення ефективності національної нормативно-правової бази та міжнародних стандартів у цій сфері. Крім того, метою є формулювання рекомендацій щодо удосконалення правозастосовчої практики, посилення відповідальності поліціянтів за перевищення повноважень і забезпечення належного контролю за їх діяльністю з боку державних та громадських інститутів.

Виклад основного матеріалу. Основним Законом України визначено, що людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю. Права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави. Держава відповідає перед людиною за свою діяльність. Утвердження і забезпечення прав і свобод людини є головним обов'язком держави. В той же час, гарантування вказаних правових цінностей та досягнення поставлених демократичних цілей абсолютно неможливе без ефективної діяльності національної системи правоохоронних органів.

Проблема порушення прав і свобод людини з боку працівників поліції залишається актуальною як в Україні, так і в інших державах. Попри проголошення принципу верховенства права, гарантованого Конституцією України, на практиці часто трапляються випадки перевищення службових повноважень, неправомірного застосування сили, безпідставного затримання та інших форм зловживання владою [8].

Однією з основних форм порушення прав громадян з боку поліції є незаконне затримання. Відповідно до ст. 29 Конституції України, кожна особа має право на свободу та особисту недоторканність, а затримання без рішення суду можливе лише у випадках, чітко визначених законом [2]. Проте аналіз судової практики та дані правозахисних організацій свідчать про численні випадки порушення цієї норми – особливо під час масових протестів, спецоперацій або досудового розслідування.

Іншим поширеним порушенням є неправомірне застосування фізичної сили та спеціальних засобів. Згідно із Законом України «Про Національну поліцію», використання сили допускається лише в межах необхідності, пропорційно до загрози [5]. Проте в реальності часто фіксуються випадки побиття затриманих, знущання, психологічного тиску, що порушують права людини на гідне поводження (ст. 28 Конституції України, ст. 3 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод) [3].

Незаконне застосування до фізичного або психічного насильства, зокрема катування, яке означає будь-яку дію, що нею будь-якій особі навмисне спричиняються сильний біль або страждання, фізичне чи моральне, щоб отримати від неї або від третьої особи відомості чи визнання, покарати її за дію, яку вчинила вона або третя особа чи в учиненні якої вона підозрюється. У діяльності працівників поліції факти жорстокого поводження з громадянами не лише мають місце, але є досить поширеним явищем. Порушення законності й дисципліни може бути наслідком свідомого невиконання працівником поліції службових обов'язків, зневажливого ставлення до прав і законних інтересів громадян, нестриманості, невміння орієнтуватися й діяти в складній обстановці тощо. Маючи широкі повноваження, окремі правоохоронці у своїх діях не уникають брутального насильства, що є навмисним та протиправним застосуванням сили працівниками поліції, які свідомо перевищують повноваження, надані їм. Подібно до правопорушників, які ретельно планують злочини, брутальні працівники поліції зазвичай удаються до запобіжних заходів, і їхні злочинні дії залишаються невиявленими [8].

Особливу стурбованість викликають дії поліції щодо вразливих груп населення, зокрема безпритульних осіб, ромів, представників ЛГБТ-спільноти, мігрантів, а також учасників мирних зібрань. Такі особи часто зазнають дискримінаційного ставлення, перевірок документів без підстав, погроз, затримань без складання протоколів тощо [4].

Нерідко порушення прав людини поліцією пов'язане з неефективною системою контролю та недостатньою підзвітністю правоохоронних органів.

Скарги на дії працівників поліції рідко отримують належне розслідування, що породжує атмосферу безкарності та недовіру суспільства до правоохоронної системи [6].

Реформування поліції, розпочате після Революції Гідності, мало на меті підвищення стандартів професійної етики та забезпечення дотримання прав людини. Для її проведення будо прийнято рішення використати успішний грузинський досвід. 2 липня 2015 року Верховна Рада ухвалює закон «Про Національну поліцію» [5]. Проте низка експертів вказує, що кардинальні зміни більшості структурних підрозділів поліції просто не торкнулися [7].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Аналіз проблеми порушення прав і свобод людини працівниками поліції свідчить про її системний характер та глибоке коріння в інституційних, нормативно-правових та культурних аспектах функціонування правоохоронної системи України. Незважаючи на декларовані реформи, на практиці продовжують мати місце випадки перевищення службових повноважень, незаконного затримання, жорстокого поводження та дискримінаційних дій з боку окремих поліцейських.

Причинами таких порушень є не лише недосконале законодавство чи окремі зловживання, але й слабкий механізм контролю, низький рівень правової культури серед правоохоронців, а також відсутність ефективної підзвітності. Ці чинники підривають довіру громадян до поліції та загалом до державних інституцій.

У зв’язку з цим необхідними є: посилення інституцій громадського контролю за діяльністю поліції; впровадження дієвих механізмів реагування на скарги громадян; розширення програм підготовки та перепідготовки працівників поліції з акцентом на права людини; забезпечення реальної відповідальності за порушення прав громадян.

Перспективними напрямами подальших досліджень є: аналіз практики розслідування правопорушень, скоєних поліцейськими; порівняльне вивчення міжнародного досвіду поліцейського нагляду і незалежних інспекцій; розробка ефективних моделей взаємодії поліції з громадянським суспільством; вивчення впливу реформ поліції на рівень довіри громадян до правоохоронної системи.

Подальше наукове вивчення цієї теми є важливим не лише з точки зору правозахисту, а й для формування справедливої, прозорої та ефективної моделі правоохоронної діяльності в Україні, яка відповідатиме демократичним стандартам та очікуванням суспільства.

Таким чином, проблема порушень прав людини з боку працівників поліції є системною і потребує комплексного підходу – включно з удосконаленням законодавства, посиленням механізмів громадського контролю, підвищенням прозорості діяльності правоохоронців, а також зміною філософії поліцейської служби в напрямку захисту, а не утиску прав громадян.

Список використаних джерел:

1. Демократичний цивільний контроль за діяльністю правоохоронних органів : метод. посіб. / за заг. ред. Є. Захарова. Харків : Права людини, 2020. 112 с.

2. Конституція України : Закон України від 28 черв. 1996 р. № 254к/96-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст. 141.

3. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод від 4 листоп. 1950 р. Ратифікована Україною 17 лип. 1997 р. № 475/97-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004#Text

4. Національний моніторинг незаконного насильства в поліції 2020 році URL: https://khisr.kharkov.ua/wp-content/uploads/2021/10/

5. Про Національну поліцію: Закон України від 2 лип. 2015 р. № 580-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2015. № 40–41. Ст. 379.

6. Уповноважений Верховної Ради України з прав людини. Доповідь про стан дотримання прав і свобод людини і громадянина в Україні. Київ, 2023. URL: https://ombudsman.gov.ua/

7. Укрінформ звернувся до експертів з проханням проаналізувати результати “реформи” правоохоронної сфери URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2753095-cotiri-roki-nacpolicii-reforma-ci-zmina-formi.html

8. Шевченко Н. П. Права людини і поліція: проблеми правозастосування в Україні. Юридичний вісник. 2022. № 2(45). С. 56–61.

УДК 141.5:321.7

Кокарча Ю. А., кандидат політичних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0003-0874-3688
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

СВОБОДА ВОЛІ В УМОВАХ ПОЛІТИЧНОЇ МАНІПУЛЯЦІЇ: ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ ОСОБИСТОГО ВИБОРУ В ДЕМОКРАТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

«Людина народжується вільною, але скрізь вона в ланцюгах».
Жан-Жак Руссо

Стаття присвячена філософському аналізу свободи волі в умовах політичної маніпуляції у демократичному суспільстві. Розглядаються соціально-філософські, психологічні, правові та медійні детермінанти вольового вибору, а також вплив маніпулятивних стратегій на здатність особистості до автономного волевиявлення. Автор досліджує, як сучасні політичні та інформаційні процеси трансформують зміст свободи волі, вказуючи на небезпеку її символічного підриву через прихований контроль і фальсифікацію демократичних механізмів. Висновки підкреслюють необхідність розвитку критичного мислення, зміцнення демократичних інститутів і забезпечення незалежності медіа для збереження реальної свободи вибору.

***Ключові слова**: свобода волі, політична маніпуляція, демократичне суспільство, критичне мислення, демократичні інститути, правова система, психологічні детермінанти, інформаційні технології.*

Постановка проблеми. У філософській традиції свобода волі постає як гранично складне й багатовимірне поняття, що не тільки визначає антропологічні засади самосвідомості, а й виступає методологічною опорою для інтерпретації політичної, етичної та правової дійсності. З огляду на новітні трансформації суспільно-політичного ладу, стрімкий розвиток інформаційних

технологій та активізацію маніпулятивних стратегій у публічному дискурсі, феномен свободи волі потребує переосмислення. Зокрема, важливо простежити, яким чином політична маніпуляція впливає на здатність особистості до автономного вибору в межах демократичної форми правління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізуючи літературу з обраної проблематики, ми зверталися до робіт таких провідних авторів, як З. М. Атаманюк, О. В. Шевчук, В. І. Сировацький, О. Кучерук, А. Р. Добросердов, К. М. Шамлян, І. Коваленко та А. О. Аміров, які всебічно розкривають філософські, соціально-філософські, правові, психологічні та медіааспекти досліджуваної проблеми.

Метою даної статті є здійснення філософського аналізу свободи волі в контексті політичної маніпуляції та визначення чинників, що обумовлюють або підважують можливість справжнього особистого вибору в демократичному суспільстві. Завданням дослідження є: виявити змістовні трансформації поняття свободи волі у сучасному політичному контексті; окреслити механізми маніпулятивного впливу на свідомість суб'єкта; проаналізувати культурні, правові, медійні та психологічні детермінанти волевиявлення; окреслити потенціал демократичних інститутів у збереженні автономії особистості.

Виклад основного матеріалу. Поняття свободи волі не можливо розглядати в ізоляції від соціальних і політичних контекстів. Вона формується і реалізується лише в конкретних суспільних умовах, що визначають межі і можливості автономного вибору. Зокрема, це підтверджується в дослідженнях З. М. Атаманюк, яка акцентує на тому, що свобода як така має не лише індивідуально-психологічний, а й соціально-філософський вимір. Авторка стверджує, що «свобода є не лише внутрішнім вибором, а й результатом суспільних відносин, які або сприяють, або унеможливлюють реалізацію особистісного потенціалу» [1, с. 45]. Тобто воля не існує у вакуумі; її вияв детермінується політичним ладом, культурними нормами, медіа-простором і навіть економічними умовами. Згідно з Атаманюк, політична маніпуляція в такому середовищі не лише дезінформує громадян, але й трансформує саме розуміння свободи, підміняючи її ілюзією вибору [1, с. 52].

Цю тезу продовжує О. В. Шевчук, котрий під політичною маніпуляцією розуміє приховану форму впливу на політичну свідомість громадян, що не знищує свободу волі фізично, але підриває її змістово. На думку дослідника, в умовах інформаційного суспільства найбільш небезпечними є методи впливу через семантичне викривлення понять, імітацію плюралізму думок та експлуатацію емоційних реакцій аудиторії [2, с. 84–86]. У цьому випадку суспільство втрачає критичну здатність до аналізу політичних процесів, а отже, і до вільного політичного вибору. Цей механізм маніпуляції створює парадокс: формально свобода вибору залишається, проте її сенс і зміст стають ілюзорними, оскільки критична свідомість громадян підміняється емоційною реактивністю та дезінформацією.

З подібної перспективи слід розглядати і феномен державного примусу, який, за визначенням В. І. Сировацького, може діяти приховано – через нормотворчу діяльність, адміністративну практику, соціальний контроль. Автор вказує, що примус не завжди проявляється у прямій формі насильства, але може бути опосередкований законодавчими, інформаційними та символічними засобами впливу, які конструюють у суб’єкта відчуття легітимності зовнішнього контролю [3, с. 38, 45]. Така форма впливу тим небезпечніша, що суб’єкт втрачає здатність ідентифікувати сам факт зовнішнього тиску. Отже, сучасні форми державного контролю в демократичних суспільствах можуть бути прихованими і символічними, що ускладнює їхнє виявлення і протидію, підриваючи реальну автономію індивіда.

Важливу методологічну рамку для осмислення свободи волі як внутрішнього, але соціально обумовленого процесу формує соціально-філософське осмислення цінностей. Згідно з дослідженням О. Кучерук, цінності відіграють роль концептуальних фільтрів, через які індивід сприймає реальність, оцінює явища і, врешті-решт, формує мотиви власної поведінки [4, с. 130]. У випадку, коли політична маніпуляція спрямована на трансформацію або підміну базових ціннісних орієнтирів, змінюється і логіка волевиявлення особистості. Відтак свобода волі реалізується не у просторі істинного вибору, а у межах

інструментально сконструйованої парадигми, нав’язаної через масову культуру, політичну риторику чи ЗМІ [4, с. 134]. Це свідчить про необхідність глибшого філософського і соціологічного осмислення ціннісних орієнтирів, адже саме через них відбувається фільтрація і конструювання свободи волі.

Не менш важливою є правова складова забезпечення свободи волі. Як доводить А. Р. Добросердов, ідеї лібералізму, закладені в основу української правової системи, створюють формальну основу для захисту автономії особистості. Проте ця система втрачає ефективність, якщо правові гарантії не супроводжуються реальними механізмами реалізації та не захищені від політичного впливу [5, с. 30]. Таким чином, свобода як цінність стає вразливою в ситуації, коли закон не виконує функцію щита, а трансформується в інструмент впливу, легітимації несправедливих рішень і утримання політичної лояльності. Тобто правова система повинна бути не лише формальною структурою, а й ефективним механізмом захисту громадян від політичного тиску та маніпуляцій, що є важливою умовою реалізації свободи волі.

Значний внесок у розуміння природи свободи волі вносить і психологічна наука. К. М. Шамлян у своєму дослідженні вказує, що у психофізіологічному плані вибір часто зумовлений неусвідомленими процесами, зовнішніми стимулами, інформаційними подразниками, які передують актові волевиявлення. Це ставить під сумнів традиційне уявлення про людину як раціонального суб’єкта вибору [6, с. 18–20]. Особливо уразливою до такого впливу є людина в умовах гіперінформованості, коли вибір здійснюється на основі скорочених когнітивних стратегій, підказаних медіа-алгоритмами або політичним дискурсом. Ці результати підкреслюють важливість розвитку медіа-грамотності і критичного мислення як засобів протидії маніпуляціям, що апелюють до несвідомих реакцій.

Значною мірою механізм медіа-впливу розкривається в статті І. Коваленко, яка вказує, що вільна преса є не лише формальним інститутом демократії, а й ключовим елементом формування громадянської свідомості. У ситуації, коли свобода слова підміняється інституційною заангажованістю, комерційними

інтересами чи прямим політичним контролем, втрачається основна функція медіа – забезпечення поінформованості громадян і підтримка суспільного діалогу [7, с. 27–28]. Це безпосередньо впливає на свободу волі як здатність діяти на основі повної, збалансованої і правдивої інформації. Відтак, свобода преси і доступ до незаангажованої інформації стають невід'ємними складовими реальної свободи волі, без яких демократичний вибір втрачає сенс.

Отже, лише розвинені демократичні інститути можуть створити умови для вільного політичного вибору. Він стверджує, що демократія не гарантує свободи автоматично; вона потребує постійного розвитку, прозорості, підзвітності та залучення громадян до процесів прийняття рішень. За відсутності таких умов демократичні механізми можуть бути використані для маніпуляцій, а свобода волі – знецінена як інструмент політичного декору. Отже, демократичні інститути повинні постійно удосконалюватися, щоб не лише формально гарантувати свободу, а й активно підтримувати умови для її реалізації, забезпечуючи прозорість, відповідальність і залучення громадян.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Узагальнюючи викладене, можна стверджувати, що свобода волі в умовах демократичного суспільства не є гарантованою або автоматичною. Вона є результатом багаторівневої взаємодії індивідуальних, культурних, правових і політичних чинників. Політична маніпуляція, будучи формою символічного контролю, підриває можливість автономного вибору, трансформуючи його в адаптацію до нав'язаних сценаріїв. Захист свободи волі вимагає не лише правових гарантій, а й розвитку критичного мислення, зміцнення демократичних інститутів, підтримки незалежних медіа та глибокої філософської рефлексії над природою суб'єктивної автономії. Особлива увага повинна приділятися підвищенню рівня медіаграмотності населення, що дозволить ефективно протистояти маніпулятивним практикам. Демократія має бути активним процесом, а не лише формальною системою, у якій громадяни усвідомлюють і відстоюють свої права. Лише через комплексний підхід, що поєднує соціально-політичні, правові та психологічні інструменти, можна створити умови для справжньої свободи волі.

В іншому разі, демократичні механізми ризикують стати інструментом легітимації контролю і маніпуляції, підриваючи самі засади політичної автономії особистості.

Список використаних джерел:

1. Атаманюк З. М. Соціально-філософські основи свободи як фактора соціокультурних трансформацій сучасного українського суспільства : дис. … д-ра філос. наук : 09.00.03. Одеса, 2021. 429 с.

2. Шевчук О. В. Політична маніпуляція: поняття, концепції, механізм реалізації. *Актуальні проблеми політики*, 2021. Одеса : Видавничий дім «Гельветика»,. Вип. 68. С. 83-89.

3. Сировацький В. І. Філософсько-правовий контент державного примусу у темпорально-просторовому дискурсі : дис. … д-ра юрид. наук : 081. Львів, 2020. 461 с.

4. Кучерук О. Теоретичний досвід осмислення цінностей у соціально-філософському вимірі. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філософські науки*, 2021, 1 (89). С. 128-137.

5. Добросердов А. Р. Теоретико-правові засади реалізації ідей лібералізму у правовій системі України. : дис. … д-ра філософії в галузі права : 081. Вінниця, 2025. 216 с.

5. Аміров А. О. Демократизація політичних інститутів як чинник зовнішньополітичного вибору України : дис. … д-ра філософії в галузі політології : 052. Одеса, 2023. 260 с.

6. Шамлян, К. М. Свобода волі як психологічна проблема. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Психологія*, 2024. №3. С. 17-22.

7. Коваленко І. Свобода преси та демократія. *Вісник Книжкової палати*, 2021. № 9. С. 26-30.

УДК 343.2

Костюк Н. П., кандидат юридичних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0001-5272-982X
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КВАЛІФІКАЦІЇ ДЕЗЕРТИРСТВА ТА УХИЛЕННЯ ВІД ПРИЗОВУ НА ВІЙСЬКОВУ СЛУЖБУ ПІД ЧАС МОБІЛІЗАЦІЇ, НА ОСОБЛИВИЙ ПЕРІОД, НА ВІЙСЬКОВУ СЛУЖБУ ЗА ПРИЗОВОМ ОСІБ ІЗ ЧИСЛА РЕЗЕРВІСТІВ В ОСОБЛИВИЙ ПЕРІОД

У статті розглядається кваліфікація кримінальних правопорушень, передбачених статтями 336 та 408 Кримінального кодексу України. Проведено аналіз складу кримінальних правопорушень Дезертирство та Ухилення від призову на військову службу під час мобілізації, на особливий період, на військову службу за призовом осіб із числа резервістів в особливий період. Представлено характеристику суб'єктів кримінальних правопорушень, передбачених ст. 336 та ст.408 Кримінального кодексу України.

Ключові слова: *дезертирство, ухилення від призову, мобілізація, особливий період, військова служба, резервісти.*

Постановка проблеми. В умовах збройної агресії проти України особливої ваги набувають питання відповідальності за кримінальні правопорушення, що пов'язані з невиконанням військового обов'язку. Військове дезертирство є всесвітньою проблемою, яка незалежно від обов'язковості чи ні військової служби розглядається як кримінальний злочин і переважно прирівнюється до зради, й тому потребує особливого дослідження. Здебільшого військовослужбовців до дезертирства спонукають причини, які відносяться до соціально-психологічної сфери діяльності людини, що особливо загострюються під час війни. З введенням в Україні правового режиму воєнного стану та початком широкомасштабної військової агресії росії проти нашої держави особливій увазі надається кримінально-правова складова військового

дезертирства, кваліфікуючі ознаки якого закріплені у статті 408 Кримінального кодексу України, та отримали певне висвітлення в наукових роботах напередодні введення воєнного стану. При цьому, констатується незадовільна кількість наукових публікацій з правового регулювання в Україні дезертирства як військового злочину саме під час воєнного стану.

Також особливої уваги заслуговує дослідження проблем кваліфікації кримінального правопорушення щодо ухилення від призову на військову службу під час мобілізації, на особливий період, а також за призовом осіб із числа резервістів. Незважаючи на спільний контекст цих кримінальних правопорушень – ухилення від виконання військових обов'язків – їх юридична природа, об'єктивні та суб'єктивні ознаки мають суттєві відмінності. Розглянемо їхню порівняльну характеристику.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В роки незалежності України військову злочинність досліджували такі вчені, як: Г. В. Андрусів, В. В. Бондарєв, М. І. Карпенко, В. І. Касинюк, В. А. Клименко, Є. С. Ковалевська, М. І. Панов, А. В. Савченко, М. І. Хавронюк, С. О. Харитонов та інші.

Метою статті з'ясування змісту елементів і ознак складів кримінальних правопорушень та здійснення порівняльної характеристики кримінальних правопорушень, передбачених статтями 336 та 408 Кримінального кодексу України.

Виклад основного матеріалу. Питання кваліфікації кримінальних правопорушень, що спрямовані проти порядку несення військової служби та комплектування Збройних Сил України набуває особливої актуальності під час воєнного стану, який запроваджено в Україні. Стаття 17 Конституції України зазначає, що захист суверенітету і територіальної цілісності України, забезпечення її економічної та інформаційної безпеки є найважливішими функціями держави, справою всього Українського народу. Статтею 65 Конституції встановлено, що кожен громадянин України повинен виконувати свій громадянський обов'язок – захищати Вітчизну, незалежність та територіальну цілісність України, а також відбувати військову службу

відповідно до закону [1]. Здійснити порівняльну характеристику можна шляхом порівняння окремих елементів складу вищезазначених кримінальних правопорушень. Об'єктом кримінального правопорушення, передбаченого статтею 408 Кримінального кодексу України є встановлений порядок проходження військової служби, військова дисципліна та боєздатність збройних сил, тоді як об'єктом кримінального правопорушення, передбаченого статтею 336 Кримінального кодексу України є процес комплектування Збройних Сил України у визначений державою період. Об'єктивна сторона дезертирства виявляється у самовільному залишенні військової частини або місця служби, а також нез'явленні на службу у разі призначення, переведення, з відрядження, відпустки або з лікувального закладу, об'єктивна сторона статті 336 є умисне невиконання обов'язку з'явитися за призовом (ігнорування повістки, переховування) [2]. Законом України від 8 травня 2024 р. № 3687-IX, який набрав чинності 19.05.2024, впроваджено низку змін до Кримінального, Кримінального процесуального кодексів України та інших законодавчих актів України, які стосуються запровадження інституту умовно-дострокового звільнення осіб від відбування покарання для безпосередньої їх участі в обороні країни, захисті її незалежності та територіальної цілісності [3]. До новел Кримінального кодексу України належить його доповнення ст. 81-1 «Умовно-дострокове звільнення від відбування покарання для проходження військової служби» та безпосередньо пов'язана з цим криміналізація суспільно небезпечного діяння, яке отримало законодавче закріплення під назвою «ухилення від призову на військову службу під час мобілізації, на особливий період, на військову службу за призовом осіб із числа резервістів в особливий період» (ст. 336 КК України). Про оцінку цього діяння законодавцем як такого, що володіє високим ступенем суспільної небезпечності, свідчить санкція ст. 336, яка з урахуванням ст. 12 КК дає підстави відносити це кримінальне правопорушення до нетяжких злочинів. В. В. Шаблистий та А. Ю. Александрова зазначають, що ухилення від призову за мобілізацією може вчинюватися у двох формах: шляхом дії і бездіяльності [4, с. 48]. Р. С. Орловський та О. В. Ус під ухиленням як загальною ознакою

об’єктивної сторони кримінальних правопорушень, які порушують порядок комплектування Збройних Сил України, що забезпечує її обороноздатність, розуміють бездіяльність – ухилення від виконання конституційного обов’язку нести військову службу [5, с. 512]. Що стосується ухилення, то воно завжди являє собою невиконання обов’язку діяти. При різних видах ухилення, що супроводжуються рухами особи, забороняється не активна поведінка як така (зміна місця проживання, самокалічення та інші подібні акти поведінки самі по собі не є суспільно небезпечними та кримінально караними), а те, що вона виступає способом не виконувати покладений на особу обов’язок діяти за наявності до того можливості. Як зауважував М. І. Панов, у так званих «змішаних» кримінальних правопорушеннях способом їх вчинення виступають активні дії, що забезпечують невиконання дій, які особа повинна була і могла вчинити (кримінально протиправна бездіяльність) [6, с. 728].

При характеристиці об’єктивної сторони заслуговує на увагу додаткова ознака об’єктивної сторони - час вчинення кримінального правопорушення. Для кримінального правопорушення, передбаченого ст.408 часом вчинення є час, коли військовослужбовець проходить військову службу, а часом вчинення кримінального правопорушення, передбаченого статтею 336 Кримінального кодексу України є час, коли особи призивається до військової служби. Характеризуючи об’єктивну сторону даних кримінальних правопорушень, слід зазначити , що і дезертирство і ухилення від призову на військову службу під час мобілізації, на особливий період, на військову службу за призовом осіб із числа резервістів в особливий період мають формальний склад, тобто вважаються завершеними з моменту вчинення суспільно-небезпечного діяння. Також слід звернути увагу на те, що при дезертирстві термін військовослужбовець може бути відсутнім у локації несення служби навіть менше доби.

Наступною відмінністю є суб’єкт кримінального правопорушення, якщо у ст. 408 суб’єктом є військовослужбовець. Поняття військовослужбовець, передбачено у ч. 9. ст. 1. Закону України «Про військовий обов'язок і військову службу» Військовослужбовцем є особи, які проходять військову службу. До

категорії військовослужбовців прирівнюються іноземці та особи без громадянства, які відповідно до закону проходять військову службу у Збройних Силах України, Державній спеціальній службі транспорту та Національній гвардії України. Суб'єктом кримінального правопорушення, передбаченого у ст.336 є громадянин, який підлягає призову (у т. ч. резервіст). Цей же закон дає визначення поняття призовників, резервістів. Призовники - особи, які взяті на військовий облік, резервісти - особи, які проходять службу у військовому резерві Збройних Сил України, інших військових формувань і призначені для їх комплектування у мирний час та в особливий період. військовозобов'язані - особи, які перебувають у запасі для комплектування Збройних Сил України та інших військових формувань на особливий період, а також для виконання робіт із забезпечення оборони держави [7].

Щодо характеристики суб'єктивної сторони , то і у статті 408 і у статті 336 суб'єктивна сторона характеризується прямим умислом. Але у статті 408 для кваліфікації суб'єктивної сторони обов'язково має бути мета - ухилитися від військової служби.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Хоча дезертирство та ухилення від призову мають спільну мотивацію – уникнення військової служби, їх правова кваліфікація відрізняється за багатьма критеріями: статусом суб'єкта, стадією проходження служби, характером дій тощо. Дезертирство є більш тяжким злочином, адже вчиняється вже діючим військовослужбовцем, тоді як ухилення – дією потенційного військовослужбовця. Розмежування цих злочинів має важливе значення для правильної правозастосовної практики в умовах воєнного стану.

Дезертирство в Збройних силах будь-якої держави є складною проблемою з багатогранними причинами. Розуміння психологічного тиску, особистих викликів і правових аспектів, пов'язаних з цим правопорушенням, має вирішальне значення для розробки ефективних стратегій пом'якшення його наслідків. Надаючи пріоритет підтримці психічного здоров'я, покращуючи військову інфраструктуру та управління, а також переглядаючи правову базу, Україна може мінімізувати рівень дезертирства і забезпечити військовий правопорядок.

Список використаних джерел:

1. Конституція України. Відомості Верховної Ради. 1996. №30. С.141.

2. Кримінальний кодекс України від 5 квітня 2001р. Відомості Верховної Ради. 2001. №25-26. Ст.131.

3. Про внесення змін до Кримінального, Кримінального процесуального кодексів України та інших законодавчих актів України щодо запровадження інституту умовно-дострокового звільнення осіб від відбування покарання для безпосередньої їх участі в обороні країни, захисті її незалежності та територіальної цілісності : Закон України від 8 травня 2024 р. № 3687-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/3687-20#Text (дата звернення: 15.05.2025).

4. Шаблистий В. В., Березняк В. С., Каторкін Р. А. Кримінальні правопорушення, пов’язані з ухиленням від призову на військову службу як акти посягання на воєнну безпеку України. Military offences and war crimes: background, theory and practice : collective monograph. Ed. by V. M. Stratonov. Riga : «Baltija Publishing», 2023. С. 736–760. DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-302-6-33.

5. Кримінальне право України: Особлива частина : підручник / за ред. В. Я. Тація, В. І. Борисова, В. І. Тютюгіна. 6-те вид., перероб. і допов. Харків : Право, 2020. 768 с.

6. Панов М. І. Вибрані праці з проблем правознавства. Харків : Право, 2020. 1160 с.

7. Про військовий обов’язок і військову службу : Закон України від 25 березня 1992 р. № 2232-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/2232-12#Text (дата звернення: 15.08.2024).

УДК 341.241:341.232

Пипяк М. І., кандидат юридичних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0001-9133-6762
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ ЗАКОНОДАВСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У статті досліджується процес євроінтеграції законодавства як складова ширшого явища глобалізації, що трансформує правові системи держав у напрямі зближення з міжнародними та наднаціональними стандартами. Проаналізовано євроінтеграцію не лише як політичний чи економічний вектор розвитку, а як системний правовий процес, який передбачає гармонізацію та уніфікацію норм національного права відповідно до acquis communautaire – правових надбань Європейського Союзу. Особливу увагу приділено впливу глобалізаційних чинників на правову політику держав, зокрема країн з перехідною економікою, які перебувають у стані реформування. Акцент зроблено на тому, що євроінтеграція законодавства стимулює утвердження демократичних цінностей, принципу верховенства права та сталого розвитку. У межах дослідження проаналізовано потенційні ризики та виклики, пов'язані з імплементацією європейських норм у національне законодавство, зокрема проблему правового дуалізму, розриву між формальним і реальним правозастосуванням, а також необхідність адаптації правової культури до нових стандартів. Висвітлено роль інституційного забезпечення, міждержавної співпраці та експертного середовища у процесі правової інтеграції. У результаті дослідження зроблено висновок, що євроінтеграція законодавства є не лише інструментом зовнішньої політики, а й важливою складовою внутрішнього модернізаційного процесу, яка сприяє підвищенню ефективності правової системи, формуванню прозорих процедур управління та зміцненню правової держави в умовах глобалізованого світу.

Ключові слова: *євроінтеграція, глобалізація, гармонізація законодавства, acquis communautaire, правова система, адаптація права, правова держава*

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації відбувається активне зближення правових систем різних держав, що зумовлює необхідність адаптації національного законодавства до міжнародних і наднаціональних стандартів. Особливо актуальною ця тенденція є для країн, які обрали європейський вектор розвитку, адже процес євроінтеграції вимагає не лише політичної волі, а й глибоких правових змін. Євроінтеграція законодавства постає не як технічна уніфікація норм, а як складний і багаторівневий процес, що охоплює гармонізацію правових підходів, реформування інституцій, забезпечення дотримання прав людини та впровадження принципів належного врядування. Проте реалізація цього процесу супроводжується низкою проблем: від правового дуалізму й поверхневої імплементації до опору з боку окремих політичних чи економічних груп, неготовності правозастосовних органів та недостатнього рівня правової культури. У зв'язку з цим виникає необхідність комплексного наукового осмислення євроінтеграції законодавства як одного з ключових елементів глобалізаційних трансформацій, з'ясування її впливу на національне правове середовище, виявлення переваг, ризиків і практичних викликів, що супроводжують цей процес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вчених, серед яких: А. Баровська, С. Василенко, В. Гапотій, Н. Гнидюк, І. Дір, Я. Дячишин, І. Лісна досліджували проблематику правової трансформації у контексті євроінтеграції. Однак сьогодні залишається недостатньо розкритим питання євроінтеграції як елемента глобалізації з врахуванням сучасних викликів.

Мета статті. Метою статті є всебічне дослідження процесу євроінтеграції законодавства як складової глобалізаційних трансформацій у сфері права, зокрема – аналіз змісту, напрямів та механізмів гармонізації національного законодавства з правовими стандартами Європейського Союзу. Також метою є виявлення основних переваг, викликів і наслідків цього процесу для правової системи держав, що перебувають на шляху європейської інтеграції, з акцентом на його значенні для утвердження верховенства права, демократії та ефективного врядування.

Виклад основного матеріалу. Євроінтеграція законодавства як процес наближення національної правової системи до стандартів Європейського Союзу є однією з ключових умов для поглиблення міжнародної співпраці, забезпечення сталого розвитку та модернізації державного управління. У контексті глобалізації вона набуває особливого значення, адже сприяє не лише нормативній уніфікації, але й формуванню єдиних правових підходів до розв'язання актуальних суспільних проблем. З огляду на це доцільним є детальний аналіз змісту, етапів та напрямів євроінтеграційних процесів у сфері права, а також оцінка їх впливу на національну правову систему.

Сучасна правова система України знаходиться в центрі уваги як внутрішньої, так і міжнародної спільноти. З моменту незалежності України в 1991 році, розвиток правової системи був однією з ключових складових консолідації суспільства та забезпечення прав та свобод громадян. Однак, нині, в контексті євроінтеграції та посилення міжнародних зв'язків, становлення та реформа правової системи набули ще більшої актуальності та важливості. Здійснення об'єктивних та цільових змін у правовій системі стало пріоритетним завданням України, оскільки це безпосередньо впливає на її здатність конкурувати на міжнародному рівні, залучати інвестиції, а також на якість життя та захист прав її громадян. Ця стаття розглядає вплив євроінтеграції на сучасну правову систему України та аналізує той шлях, який країна прокладає до стабільності та розвитку через правову реформу та гармонізацію з європейськими стандартами. Новий етап розвитку існуючої правової системи почався з прийняттям у 1996 році нової Конституції України. Яка стала підґрунтям для побудови всієї системи права вільної та демократичної України. Конституцією було встановлено орієнтири на нові цінності. Відбулося утвердження правових норм як верховної та визначальних, політичного переважання, орієнтирів на ринкові відносини та громадянське суспільство, а також визнання демократичних засад країни [1, с. 170-171].

Вперше на державному рівні було закріплено раніше визначений принц поділу влади та утвердження верховенство права. Почалися відбуватися

процеси, що значно змінили сприйняття дійсності, відбулися зміни в різних правових галузях, а також в інформаційній, економічній та технічній сферах. Це все розширило можливості та взаємозв’язки правової системи України на більш ширшому, європейському рівні [2, с. 167].

З прийняттям Основного Закону Держави відбувся процес децентралізації правового регулювання, відмови від монополії в ідеологічній сфері, реального встановлення багатопартійної системи. Юридичне регулювання стосується раніше нерегульованих областей суспільного життя, таких як банківські та фінансові справи, юридична ідентифікація нових явищ у юридичній реальності. Виникають нові інституції, обсяг традиційних юридичних систем розширюється, а в деяких галузях права відбувається диференціювання. Була різниця та формування певних гілок закону та поява нових юридичних інститутів. Утворюються нові Соціальне право набуло нового значення та обсягу. Разом з цим виникла необхідність в новому напрямку розвитку, відповідно до чого в прерогативі стало впровадження європейських стандартів. Проте, побудова на прикладі європейської системи, української ще не означало її розвиток та пристосування до іноземних механізмів функціонування. Для цього треба низка умов включаючи гармонізацію всіх внутрішньодержавних складових [3, с. 26].

Наша країна взяла на себе зобов'язання щодо дотримання основних принципів захисту прав людини, ратифікувавши міжнародні угоди та рішення Європейського суду з прав людини. Це означає, що європейські судові рішення мають бути враховані у наших судових вирішеннях. Для цього був прийнятий Закон України «Про виконання рішень та застосування практики ЄСПЛ» у 2006 році. Цей закон регулює всі практичні питання використання та впровадження висновків та рішень Європейського суду з прав людини в українській судовій системі. Разомз цим передбачалася необхідність щодо створення вільної торгівельної зони та запровадження безвізового режиму в межах співпраці з ЄС [4, с. 39].

Отже, беручи це до уваги, прийняття міжнародних зобов'язань та застосування європейської судової практики стало ключовою умовою

гармонізації нашої правової системи та наближення її до європейських стандартів. Цей період розвитку нашої вітчизняної системи юридичної підтримується інтеграційними та уніфікаційними процесами у законодавстві, що полягає в наданні суверенітету практичного значення та адаптації норм до вимог європейських стандартів. Цей напрямок розвитку є досить перспективним і відповідає суспільним потребам. Він забезпечить стійкі та відповідно до сучасних вимог правові структури, сприятиме удосконаленню законодавчої бази та загального юридичного апарату. Також він сприяє узагальненню та більш адаптованому застосуванню норм міжнародно-правових інститутів інтеграційних процесів, що розвиваються нарізно з бюрократичними владними установами. Однак існують норми, які не відповідають вимогам сучасного інформаційного суспільства. Деякі органи чи окремі підрозділи настоюють на диктаторських нормах, що унеможливлює існування демократичних правових принципів. Тому цей етап, хоч і характеризується певним прогресом, все ж потребує встановлення відповідності реаліям сучасного суспільства. Перехідний стан соціальної правової системи має модель та є об'єктивним. У перехідному періоді правова система виконувала певні функції. У нашій країні, завдяки формуванню наукової сфери, існує дві тенденції: національний підхід до визначення змісту української правової системи та глобалізації світових процесів щодо закону. Тобто, в контексті прагнення нашої країни до інтеграції, проблема взаємозв'язку між внутрішньою правовою системою та європейським правовим простором наразі є актуальною, що залежить від досконалості механізмів пристосування законодавства нашої держави до законодавства ЄС [1, с. 172].

Як зазначає І. Ю. Дір, після Революції Гідності та підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом основними напрямами євроінтеграції України є:

1. Економічна інтеграція: Угода про асоціацію між Україною та ЄС передбачає створення зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом. Це означає послаблення торговельних бар’єрів, сприяння експорту та імпорту товарів, послуг і капіталу, а також сприяння залученню інвестицій.

2. Гармонізація законодавства: Угода про асоціацію передбачає апроксимацію законодавства України до стандартів Європейського Союзу. Це включає реформу різних секторів.

Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом у сукупності з секторальними угодами відіграють важливу роль у процесі євроінтеграції нашої держави. Вони не лише доповнюють одна одну, а й надають Україні можливість поглиблювати економічну інтеграцію з Євросоюзом, паралельно з підготовкою до переговорів про членство. Угода про асоціацію передбачає створення поглибленої та всеохопної зони вільної торгівлі між Україною та ЄС, що сприяє зменшенню торговельних бар'єрів, скасуванню ввізних мит і сприянню торгівлі товарами та послугами. Крім того, цим документом передбачається вирівнювання конкурентного середовища в Україні та ЄС шляхом проведення глибинних і системних реформ [5, с. 180].

Новий сучасний етап євроінтеграції України почався 28 лютого 2022 року із поданням заявки на членство в ЄС. Саме ця ініціатива України ознаменувала остаточне визнання європейськими лідерами 10–11 березня 2022 року на неформальному саміті Європейської Ради у Версалі європейських прагнень та європейського вибору України, як зазначено в Угоді про асоціацію [6].

Згодом, 17 червня 2022 року, Європейська Комісія оприлюднила Висновок, у якому рекомендувала надати Україні статус кандидата в члени ЄС. Позитивна оцінка Європейської Комісії створила передумови для прийняття відповідного рішення Європейською Радою. При цьому для України було визначено сім рекомендацій, виконання яких є необхідним для подальших кроків у процесі набуття членства в ЄС (зокрема, щодо боротьби з корупцією, реформування правоохоронного сектору, імплементації антиолігархічного закону тощо).

Сьогодні Україна вже здобула статус кандидата на вступ до ЄС, що свідчить про відповідну підтримку та визнання Союзом її зусиль. Україна продовжує проводити реформи в різних сферах, таких як правоохоронна та судова системи, боротьба з корупцією, підвищення якості життя громадян тощо. Ці реформи спрямовані на гармонізацію українського законодавства з правом ЄС. Крім того,

наша держава поглиблює секторальне співробітництво з Європейським Союзом у різних галузях, таких як торгівля, енергетика, транспорт, наука та інновації, культура та ін. Україна здійснює секторальну інтеграцію з ЄС через участь у різних програмах та ініціативах, таких як Європейський Союз з питань енергетичного співробітництва (EU4Energy), Європейський Союз з питань транспорту (EU4Transport), Європейська банківська унія (Single Euro Payments Area – SEPA). Секторальна інтеграція з ЄС має кілька переваг для України. Вона сприяє розширенню торговельних можливостей, залученню інвестицій, трансферу технологій і знань, підвищенню якості товарів і послуг, а також покращенню стандартів безпеки, охорони довкілля та прав споживачів [7].

Подальша інтеграція України до Європейського Союзу є складним процесом, який потребує одноголосного рішення всіх держав-членів. Перед початком переговорів про членство необхідно, щоб усі 27 державчленів ухвалили рішення про те, що Україна виконала всі проміжні завдання і готова до переговорів. Важливо розуміти, що, хоча цей процес називається переговорами, фактично це передусім узгодження законодавства та інституційної системи країни-кандидата з нормами і практиками ЄС. Відповідно у країникандидата обмежене коло можливостей для формування окремої переговорної позиції, оскільки не можна обирати, яке законодавство буде гармонізовано, а яке – ні. Це нагадує процес вступу до СОТ, де ключове завдання багатосторонньої фази переговорів – переконати партнерів, що внутрішнє законодавство відповідає правилам спільноти, а країна-кандидат серйозна у своїх зобов'язаннях і здатна їх виконувати. Водночас переговори, зокрема їх початок, є одним із ключових викликів на цьому етапі руху до членства. Початок і завершення переговорів залежать від політичних настроїв членів ЄС. Рішення про їх відкриття та закриття щодо кожного з 35 розділів законодавства ЄС має ухвалюватися консенсусом. Відповідно за відсутності політичної волі хоча б однієї країни процес може не розпочинатися роками, як це фактично відбувається з Північною Македонією [5, с. 181].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проаналізувавши процес євроінтеграції законодавства як елемент глобалізаційних змін, можна зробити висновок, що гармонізація національного права з правовими стандартами Європейського Союзу є важливим чинником підвищення ефективності правової системи, утвердження принципів правової держави та забезпечення стабільного соціально-економічного розвитку. Євроінтеграція сприяє не лише технічному оновленню законодавства, а й глибоким інституційним змінам, трансформації правової культури та наближенню до європейських цінностей.

Водночас, цей процес супроводжується низкою викликів – від формального копіювання норм без належної імплементації до обмежених можливостей правозастосовної системи адаптуватися до нових умов. Тому особливо важливою є не лише законодавча, а й практична складова інтеграції, що вимагає послідовної державної політики, фахової підтримки, широкої правової просвіти та діалогу між усіма учасниками правової сфери.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у глибшому аналізі галузевих аспектів євроінтеграційних змін (зокрема у сфері екологічного, трудового, антикорупційного та процесуального права), вивченні ефективності імплементації європейських норм в умовах правового дуалізму, а також у розробці методичних підходів до удосконалення національного механізму правової адаптації в контексті глобальних викликів.

Список використаних джерел:

1. Лісна І.. Євроінтеграція та сучасна правова система України: шлях до стабільності та розвитку. Актуальні проблеми права: теоріяі практика № 2(46), 2023. С. 169-178

2. Дячишин Я. Основні риси сучасної правової системи України: теоретичні аспекти. Інформація і право. 2013. № 1. С. 163-169.

3. Дегтяр О. Загальнотеоретичні проблеми адаптації правової системи України до законодавства Європейського союзу. Адаптація правової системи України до права Європейського Союзу: теоретичні та практичні аспекти: матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної: у 2 ч. Полтава: Россава, 2017. Ч. 1. С. 26-28.

4. Еллан М., Іванов І. Розширення Євросоюзу: сценарій, проблеми, наслідки. Україна на шляху європейської інтеграції. Науково-практичний збірник матеріалів. Київ: Мінекономіки України, 2009. С. 39.

5. Дір І.. Євроінтеграція України на сучасному етапі: постановка проблеми. Часопис Київського університету права. № 2-4. 2022. С. 179-183.

6. Звіт про виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом за 2022 рік. URL: https://eu-ua.kmu. gov.ua/sites/default/files/inline/files/zvit_pro_vykonannya_ugody_pro_asociaciyu_za _2022_rik.pdf.

7. Україна на шляху до ЄС: реалії і перспективи. URL: https://razumkov.org.ua/images/journal/NSD187-188_2022_ukr_ full.pdf С. 129.

УДК 37.015.3:378.147:794

Слободиська О. А., кандидат історичних наук, доцент

ORCID https://orcid.org/0000-0001-9708-2679

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ДИДАКТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НАСТІЛЬНИХ ІГОР У ФОРМУВАННІ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СТУДЕНТІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ

У статті розглядається дидактичний потенціал настільних ігор як ефективного інструменту для підвищення якості підготовки студентів у закладах вищої освіти. Акцентується увага на їхньому значенні для формування ключових професійних та загальнокультурних компетентностей, зокрема критичного мислення, навичок прийняття рішень, командної роботи та ефективної комунікації. Обґрунтовується важливість інтерактивності та емоційного залучення в навчальний процес, що сприяє кращому засвоєнню матеріалу та формуванню стійких нейронних зв'язків. Проведено аналіз досліджень, що підтверджують ефективність застосування ігрових технологій. Представлено практичний прототип дидактичної настільної гри

«Стежками психології: від Платона до Фрейда», розроблений для викладання історії психології, з детальним описом її компонентів, правил та варіантів використання. Робиться висновок про те, що інтеграція настільних ігор у навчальний процес відповідає сучасним дидактичним тенденціям і значно підвищує якість підготовки фахівців, особливо в гуманітарній сфері.
Ключові слова: *дидактичні настільні ігри, вища освіта, активне навчання, компетентності, історія психології.*

Постановка проблеми. Використання дидактичних настільних ігор у процесі підготовки студентів у закладах вищої освіти набуває дедалі більшого значення як ефективний засіб активного навчання. Такий підхід сприяє формуванню ключових професійних та загальнокультурних компетентностей, поєднуючи теоретичну підготовку з практичними завданнями у формі ігрової діяльності.

Застосування настільних ігор забезпечує мотивацію до навчання, активізує пізнавальну діяльність, сприяє засвоєнню навчального матеріалу завдяки інтерактивності та зануренню в контекст професійних ситуацій. Завдяки ігровим механізмам студенти отримують змогу відпрацьовувати навички прийняття рішень, критичного мислення, аргументації, роботи в команді та ефективної комунікації. Створення умов для інтелектуальної взаємодії у навчальному середовищі сприяє підвищенню когнітивної активності студентів, розвитку гнучкості мислення та рефлексії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання використання дидактичних настільних ігор у вищій школі активно розробляється в вітчизняній науково-педагогічній думці. Низка сучасних досліджень засвідчує зростаючий інтерес до ігрових освітніх технологій як ефективного інструменту активізації пізнавальної діяльності, розвитку когнітивних навичок та професійної компетентності студентів.

У статті Т. О. Горохової розкрито дидактичний потенціал настільних ігор у процесі навчання української мови як іноземної. Авторка зазначає, що застосування ігрових форматів сприяє формуванню мовленнєвих навичок,

зниженню тривожності під час вивчення іноземної мови та створенню комунікативно-насиченої навчального середовища. Ігри, за висновками дослідниці, активізують лексичну та граматичну компетентність студентів, водночас формуючи міжкультурну компетенцію [1].

В. Заруцька та М. Жиленко у своєму дослідженні розглядають дидактичні настільні ігри як засіб підвищення ефективності викладання у вищій школі. Автори акцентують увагу на розвитку критичного мислення, навичок співпраці та аналізу інформації. Автори підкреслюють важливість створення адаптованих методичних рекомендацій для викладачів [2].

Монографія «Інтерактивні методи навчання у вищій школі» під загальною редакцією Д. П. Антюшка розглядає ігрові форми навчання як складову інтерактивного педагогічного середовища. Авторський колектив наголошує на доцільності застосування ігор для створення умов активного навчання, де студент виступає суб'єктом освітнього процесу. Зокрема, зазначено, що настільні ігри забезпечують комплексну реалізацію принципів діяльнісного та особистісно орієнтованого навчання [3].

У колективній статті О. Садовець, О. Мартинюк та ін. розглянуто впровадження гейміфікації у неформальний освітній простір вищої школи в умовах цифрової трансформації Автори аналізують механізми залучення здобувачів освіти до навчання через елементи гри, включаючи цифрові та аналогові формати. Настільні ігри в цьому контексті розглядаються як ефективний інструмент гейміфікації, що підтримує мотивацію, сприяє формуванню позитивного емоційного фону та підвищує якість засвоєння навчального контенту [4].

Таким чином, проаналізовані джерела підтверджують зростання наукової уваги до дидактичних настільних ігор як важливого компонента сучасної освітньої парадигми. Їх застосування сприяє інтеграції знань та навичок, розвитку міжособистісної взаємодії та формуванню стійкої навчальної мотивації у студентської молоді.

Метою статті є теоретичне обґрунтування та практична демонстрація ефективності використання дидактичних настільних ігор у процесі підготовки студентів у закладах вищої освіти, а також розробка та апробація прототипу такої гри на прикладі вивчення історії психології.

Виклад основного матеріалу. Настільна гра – це форма ігрової діяльності, що передбачає маніпуляцію фізичними компонентами (ігровими фішками, картками, кубиками тощо) на плоскій поверхні, зазвичай – на столі. Такий тип гри, як правило, розрахований на участь кількох осіб, діяльність яких регулюється заздалегідь визначеними правилами, спрямованими на досягнення конкретної мети або визначення переможця.

До основних характеристик настільних ігор належать:

– **Фізичні компоненти**: ігровий процес забезпечується матеріальними елементами, виготовленими з картону, пластику, дерева або інших матеріалів (ігрове поле, картки, жетони, фішки тощо), що створюють візуальне та тактильне середовище гри.

– **Правила гри**: регламентують мету, послідовність і допустимі дії учасників, а також визначають критерії завершення гри або умови перемоги.

– **Ігрова взаємодія**: настільні ігри обов’язково включають соціальну взаємодію між гравцями, яка може набувати кооперативного або змагального характеру.

– **Стратегічне мислення**: успішна участь у багатьох настільних іграх передбачає використання логіки, планування, аналізу ситуації та прогнозування дій інших гравців.

– **Елемент випадковості**: більшість настільних ігор містять компонент непередбачуваності, що реалізується, наприклад, через кидання гральних кубиків або витягування карт, що урізноманітнює ігрові ситуації й сприяє підвищенню інтересу до процесу гри.

Зростання інтересу до настільних дидактичних ігор зумовлює актуалізацію їх використання у процесі професійної підготовки фахівців, зокрема у галузі психології. Високий дидактичний потенціал ігор, присвячених історії психології, пояснюється рядом педагогічних, когнітивних та соціокультурних чинників.

1. Популяризація історико-наукового знання. Настільна гра перетворює процес вивчення історії психології з академічно-формального на динамічний і захопливий, що особливо важливо для залучення студентської молоді до складного, багатошарового історико-наукового матеріалу. Такий підхід забезпечує емоційне залучення до предмета й сприяє глибшому засвоєнню ключових етапів розвитку психологічної науки.

2. Формування професійної ідентичності. Ігри з історії психології сприяють усвідомленню студентами належності до професійної спільноти, занурюють у контекст наукової традиції, демонструють еволюцію ідей, постатей і шкіл, що формували сучасну психологію. Це, своєю чергою, підвищує мотивацію до навчання та створює основу для професійного самовизначення.

3. Розвиток історико-критичного мислення. Участь у грі вимагає від студентів не лише відтворення фактів, але й уміння аналізувати історичні події, порівнювати психологічні школи, виявляти причинно-наслідкові зв’язки між ідеями та контекстом їх виникнення. Гравці навчаються мислити в історичній перспективі, формулювати обґрунтовані висновки й приймати рішення в умовах обмеженої або неоднозначної інформації.

4. Соціалізаційний ефект та навчання у взаємодії. Настільні ігри створюють комфортне середовище для комунікації, командної роботи та взаємного навчання. Вони сприяють розвитку навичок міжособистісної взаємодії, толерантності до інших точок зору, уміння вести дискусію, аргументувати позицію та працювати в умовах співпраці чи змагання.

5. Когнітивний розвиток та емоційне залучення. Ігровий формат активізує логічне мислення, увагу, пам’ять, а також сприяє емоційній залученості, що є критично важливим для довготривалого запам’ятовування. Через сюжет, візуальні елементи та ігрову динаміку відбувається формування позитивного навчального досвіду, що підвищує ефективність засвоєння матеріалу.

В межах викладання освітнього компонента «Історія психологія» нами був розроблений та протестований прототип дидактичної гри.

Назва гри: «*Стежками психології: від Платона до Фрейда*».

Ідея гри: Гравці подорожують ігровим полем, що символізує хронологію розвитку психології та відповідають на запитання трьох рівнів складності, щоб рухатися вперед і відкривати для себе нові знання.

Мета гри: Закріпити та поглибити знання з історії психології шляхом інтерактивної взаємодії гравців, розвивати логіку та критичне мислення; тренувати пам'ять.

Гравці: у формі змагання чи співпраці проходять ігрове поле, розв'язуючи завдання різного рівня складності, що відповідають історичним етапам розвитку психологічних шкіл, течій та концепцій.

Ігрові компоненти: Ігрове поле (рис.1). Фішки (по 1 на кожного гравця або команду). Кубик (1 шт). Картки з питаннями трьох рівнів: Початковий рівень складності (зелений колір) – базові терміни, дати, факти (рис. 2). Середній рівень складності (жовтий) – аналіз понять, визначення авторства ідей. Високий рівень складності (червоний) – зіставлення теорій, критика, застосування на практиці. Жетони-нагороди («Мислитель», «Профі», «Гуру»).

Правила гри: Кожен гравець кидає кубик та рухається на відповідну кількість клітин. Залежно від кольору клітинки, тягнеться картка відповідного рівня. Якщо гравець відповідає правильно – отримує жетон-нагороду. Якщо відповідь неправильна – пропускає хід. Перемагає той, хто першим дістанеться фінальної клітинки та отримає найбільшу кількість жетонів-нагород.

Варіанти гри: Індивідуальна (кожен за себе). Командна (2–4 команди, колективне обговорення відповідей)

Рисунок 1 – Шаблон ігрового поля

Рисунок 2 – Шаблон картки

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, настільні ігри, присвячені історії психології, виступають не лише інструментом розважального характеру, а й засобом формування професійної компетентності,

історичної свідомості та критичного мислення. Їх інтеграція у навчальний процес відповідає сучасним дидактичним тенденціям і значно підвищує якість підготовки здобувачів вищої освіти в гуманітарній галузі.

Перспективи подальших досліджень включають розробку та апробацію цифрових варіантів дидактичних настільних ігор, що дозволить розширити аудиторію та забезпечити доступність навчальних ресурсів. Також цікавим напрямком є дослідження впливу настільних ігор на розвиток soft skills студентів, таких як лідерство, управління конфліктами та стресостійкість, а також адаптація ігрових методик для вивчення інших дисциплін.

Список використаних джерел:

1. Горохова Т. О. Дидактичний потенціал настільних ігор у навчанні української мови як іноземної. // *Актуальні питання гуманітарних наук.* 2023. №69 (2). С.188-94. URL:https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/48505/

2. Заруцька В., Жиленко М. Дидактичні настільні ігри як інструмент підвищення ефективності викладання у вищій школі. // Молодий вчений. 2021. № 4 (92). С. 46–49. URL:https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/494

3. Інтерактивні методи навчання у вищій школі : монографія / Д. П. Антюшко, В. С. Володавчик, Л. І. Сєногонова та інші. Харків: Видавництво Іванченка І. С., 2022. 189 с.

4. Гейміфікація у неформальному навчальному просторі вищої освіти (в контексті цифрової трансформації освіти) / Садовець О., Мартинюк О., Орловська О., Лисак Г., Король С., Зембицька М.. // *Постмодерністські відкриття.* 2022. №*13*(1). С. 330-350. URL: https://doi.org/10.18662/po/13.1/399

УДК 342.951

Сухоребра Т. І., доктор юридичних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0002-2918-4574
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ АДМІНІСТРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У статті досліджено особливості адміністративної відповідальності та з'ясовано, що поняття адміністративної відповідальності, його сутність, ознаки, чинне нормативно-правове регулювання на сьогоднішній день залишається одним з найбільш проблемних і суперечливих питань адміністративного права та потребує ґрунтовного наукового переосмислення та ефективної нормативної трансформації.

Ключові слова: *адміністративна відповідальність, адміністративне правопорушення, Кодекс про адміністративні правопорушення, ознаки, суспільна шкідливість.*

Постановка проблеми. Застосування заходів адміністративної відповідальності є дієвим інструментом підтримання правопорядку в державі, тому що його захищеність і стабільність є необхідними умовами становлення громадянського суспільства. Саме заходи адміністративної відповідальності найчастіше використовуються органами публічної адміністрації. Проте поняття адміністративної відповідальності, її ознаки та зміст залишаються одними з найбільш дискусійних в адміністративно-правовій науці. Така суперечливість обумовлена тим, що нормативно-правового визначення цієї правової категорії на сьогоднішній день чинне українське законодавство не містить.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика адміністративної відповідальності була і є предметом досліджень багатьох вчених, серед яких В. Авер'янов, О. Андрійко, О. Банчук, Д. Бахрах, В. Бевзенко, А. Берлач, В. Битяк, О. Бригінець, В. Головко, І. Голосніченко, Є. Додін, В. Зуй, І.Коліушко,

Т. Коломоєць, В. Колпаков, О. Кузьменко, Д. Лук'янець, В. Олефір, О. Остапенко, Ю. Панейко, А. Петришин, В. Селіванов, В. Серьогін, С. Стеценко, Г. Тимчик, М. Удод, та ін.

Метою статті є визначення поняття, змісту, основних ознак та перспектив подальшого розвитку адміністративної відповідальності.

Виклад основного матеріалу. Адміністративна відповідальність – різновид юридичної відповідальності та важлива складова адміністративного права. Але, незважаючи на достатньо поширену практику використання у правозастосовній діяльності, термін «адміністративна відповідальність» нормативно не закріплено. Адміністративна відповідальність, її поняття, ознаки та проблеми її нормативного визначення, ролі і місця адміністративної відповідальності у системі юридично-правової відповідальності, є об'єктом численних наукових досліджень, адже «за допомогою адміністративної відповідальності відбувається вплив з боку органів публічної влади на осіб, що не дотримуються правових приписів» [1].

Що стосується нормативного закріплення, Розділ ІІ Кодексу про адміністративні правопорушення має назву «Адміністративне правопорушення і адміністративна відповідальність» У ст. 9 сформульовано визначення адміністративного правопорушення, та використовується дефініція «адміністративна відповідальність», але у ст. 23 КУпАП поняття адміністративної відповідальності не визначено а лише зазначено, що мірою адміністративної відповідальності є адміністративні стягнення. [2].

У сучасній науці адміністративного права дефініції поняття адміністративної відповідальності достатньо різноманітні та носять, здебільшого, дослідницький характер.

Зокрема, на думку В. К. Колпакова, поняття «адміністративна відповідальність» – це примусове, з додержанням встановленої процедури, застосування правомочним суб'єктом передбачених законодавством за вчинення адміністративного проступку заходів впливу, які виконані правопорушником [3, с. 76].

Ю. П. Битяк вважає, що адміністративну відповідальність слід розглядати як накладення на правопорушників загальнообов'язкових правил, які існують на момент вчинення в державному управлінні, відповідних адміністративних стягнень, що мають для вказаних осіб обтяжливі наслідки як матеріального так і морального характеру. [4, с.185].

На думку Т. О. Коломоєць, адміністративна відповідальність – це вид правової відповідальності, що виражається у специфічній формі негативного реагування з боку держави в особі її компетентних органів на відповідну категорію протиправних проявів, згідно з якою особи, що вчинили протиправні дії, повинні відповідати перед зазначеним органом і понести за це адміністративні стягнення в установлених законом формах та порядку. [5, с.134].

В. А. Крижановська поняття «адміністративна відповідальність» розкриває як комплексний правовий механізм реагування держави на прояв адміністративної протиправності, що містить матеріально-правові підстави та процесуальний порядок провадження у справах про адміністративні правопорушення. До основоположних складових адміністративної відповідальності авторка відносить наступні: 1) диференційована адміністративна протиправність; 2) склад адміністративного правопорушення; 3) адміністративне покарання (матеріальноправовий аспект) і процесуальна форма [6, с. 50-51].

За визначенням О. В. Поштаренко адміністративна відповідальність – це формально закріплений у адміністративно-правових нормах (юридична підстава) різновид ретроспективної юридичної відповідальності – негативної адміністративно-правової реакції держави на порушення як адміністративноправових норм, так і норм інших галузей права в різних сферах публічного адміністрування, яка виникає з моменту вчинення адміністративного правопорушення (фактична підстава) і знаходить своє відображення у конкретних матеріальних і процесуальних правовідносинах між правопорушником і державою, метою яких є понесення правопорушником в установлених законом формах і порядку заходів адміністративного стягнення,

яке є мірою відповідальності і застосовується з метою виховання особи, яка вчинила адміністративне правопорушення, в дусі додержання законів України, поваги до правил співжиття, а також запобігання вчиненню нових правопорушень як самим правопорушником, так і іншими особами [7, с. 178].

Досліджуючи питання сучасного розуміння адміністративної відповідальності та зважаючи на неоднозначність поглядів науковців щодо встановлення її сутності, необхідно звернути увагу і на проблематику виокремлення її ознак.

М. Колеснікова та Л. Калініченко звертають увагу, що поняття «адміністративна відповідальність» – це складне явище як юридичної, так і соціально-правової відповідальності, з притаманними йому загальними та спеціальними ознаками. [8, с. 106].

Отже, можна дійти висновку, що адміністративній відповідальності притаманні такі ознаки: 1) загальні, що характерні для юридичної відповідальності загалом; 2) спеціальні, що відмежовують адміністративну відповідальність від інших видів юридичної відповідальності.

Т. Коломоєць виділяє ряд ознак, притаманних адміністративній відповідальності, як різновиду юридичної відповідальності, а саме: 1) має зовнішній характер; 2) застосовується лише за вчинення правопорушення; 3) пов'язана з державним примусом у формах каральних і правовідновлюючих заходів; 4) визначена у нормах права; 5) притягнення правопорушника до відповідальності здійснюється в певному процесуальному порядку; 6) притягнення до відповідальності здійснюється уповноваженими державними органами та посадовими особами; 7) винна у вчиненні правопорушення особа несе певні втрати матеріального та побутового характеру, які передбачені законом[5, с.134].

До спеціальних ознак адміністративної відповідальності доцільно віднести такі: 1) підставою адміністративної відповідальності є адміністративне правопорушення (проступок), 2) адміністративна відповідальність має публічний державно-обов’язковий характер; 3) адміністративна відповідальність

виявляється в накладенні на порушників відповідних видів адміністративних стягнень, які є специфічними за змістом та відрізняються від інших заходів відповідальності, які застосовуються в інших галузях права. 4) відсутність службового підпорядкування між суб'єктом впливу та особою, яка притягується до адміністративної відповідальності; 5) особливий порядок притягнення до адміністративної відповідальності; 6) адміністративній відповідальності підлягають фізичні і юридичні особи, що базується на підставі наявності у чинному законодавстві положень про можливість притягнення до адміністративної відповідальності і юридичних осіб 7) норми, що регламентують адміністративну відповідальність, містяться у різних за своєю правовою природою актах.

Спеціальні ознаки дозволяють чітко ідентифікувати адміністративну відповідальність в системі юридичної відповідальності та зрозуміти її функціональне призначення.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Враховуючи проведений аналіз наукових досліджень, слід наголосити, що в сучасній науці адміністративного права поняття адміністративної відповідальності, її зміст та обсяг залишаються суперечливими питаннями. В практичній площині на законодавчому рівні не міститься чіткого визначення поняття адміністративної відповідальності, що спричиняє колізійні ситуації та може бути серйозною перешкодою для ефективного функціонування зазначеного інституту адміністративного права. Дана проблематика вимагає активного законодавчого втручання з метою формулювання чіткої та всеохоплюючої дефініції, яка стане основою для подальшого вдосконалення всього інституту адміністративної відповідальності.

Список використаних джерел:

1. Гаврущенко І. В. Адміністративна відповідальність: підходи до розуміння. *Митна справа*. 2012. № 1 (79).

2. Кодекс України про адміністративні правопорушення : Закон України від 07.12.1984 № 8073-X. URL: https://zakon.rada.gov.ua /laws/show/80731-10.

3. Колпаков В. К. Адміністративна відповідальність (адміністративно-деліктне право) : навч. посіб. К. : Юрінком Інтер, 2008. 256 с.

4. Адміністративне право: підручник / Ю. П. Битяк (кер. авт. кол.), В. М. Гаращук, В. В. Богуцький та ін. ; за заг. ред. Ю. П. Битяка, В. М. Гаращука, В. В. Зуй. 2-ге вид., переробл. та допов. Х. : Право, 2013. 656 с.

5. Адміністративне право України: Підручник: За заг.ред. д.ю.н., проф.Коломоєць Т. О. Київ: „Істина", 2008. 457 с.

6. Крижановська В. А. Адміністративна відповідальність в адміністративному праві України: сучасне розуміння, нові підходи: дис. … канд. юрид. наук: 12.00.07; Нац. ун-т «Львівська політехніка». Львів, 2016. 258 с.

7. Поштаренко О. В. Поняття, сутність та зміст адміністративної відповідальності в умовах нової парадигми адміністративного права. *Підприємництво, господарство і право*. 2020. № 3. С. 174–179. https://doi.org/10.32849/2663-5313/2020.3.29

8. Колеснікова М., Калініченко Л. Теоретико-правові засади адміністративної відповідальності. *Підприємництво, господарство і право*. 2019. № 1. С. 102–107

УДК 349.6.364

Хом'яченко С. І., кандидат юридичних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0002-1223-5881
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОХОРОНИ ДОВКІЛЛЯ ПІД ЧАС ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ

У статті розглядаються актуальні питання правового регулювання охорони довкілля в умовах збройних конфліктів. Аналізуються міжнародні та національні правові норми, спрямовані на захист довкілля від негативного впливу воєнних дій. Особлива увага приділяється проблемам застосування сучасних правових механізмів та пошуку шляхів їх удосконалення. Стаття містить пропозиції

щодо посилення правового захисту довкілля в умовах війни та розробки ефективних механізмів запобігання екологічним катастрофам.

Ключові слова: *охорона довкілля, безпека, міжнародне гуманітарне право, збройний конфлікт.*

Постановка проблеми та її актуальність. Збройні конфлікти, на жаль, є невіддільною частиною сучасної історії. Вони не лише призводять до людських жертв та руйнування інфраструктури, але й завдають непоправної шкоди довкіллю. Екологічні наслідки воєнних дій можуть бути довготривалими, а іноді й незворотними, впливаючи на здоров'я людей, біорізноманіття та екосистеми в цілому. Однак, попри щораз більшу інтенсивність збройних конфліктів, питання правового регулювання охорони довкілля в умовах війни й досі є недостатньо врегульованим. Чинні міжнародні та національні правові норми часто не відповідають сучасним викликам та не гарантують належного захисту довкілля від руйнівного впливу воєнних дій. Особливої актуальності ця тема набула в умовах повномасштабного вторгнення росії в Україну. Унаслідок нападу росії постраждали 20% природоохоронних територій України загальною площею близько мільйона гектарів. У зоні ризику опинилися 2,9 мільйона гектарів Смарагдової мережі – територій, які потребують охорони на загальноєвропейському рівні. Під окупацією тепер 8 заповідників і 10 національних природних парків. Війною охоплено близько трьох мільйонів гектарів лісу в Україні. Понад 23 тисячі гектарів лісів випалено. Унаслідок російських ударів по нафтобазах, складах паливно-мастильних матеріалів згоріло понад 680 тисяч тонн нафтопродуктів, які забруднили довкілля. Крім того, в атмосферу потрапило понад 38 тисяч тонн викидів від горіння російської техніки та утворилося понад 352 тисячі тонн відходів, які забруднюють не лише повітря, а й землю. Ще одна проблема – міни: розмінування конче необхідне на приблизно 200 тисячах квадратних кілометрах території України [1]. Така ситуація потребує наукового аналізу та пошуку шляхів вирішення проблеми охорони довкілля під час збройних конфліктів засобами права.

Аналіз досліджень і публікацій з проблеми. Окремі питання правового регулювання охорони довкілля під час збройних конфліктів набули відображення у наукових працях таких учених, як Г. Балюк, А. Грицан, А. Дмитрієва, А. Грубінко, О. Задорожний, О. Сушик, А. Кучер, М. Медведєва, О. Шомпол та інших. Вони досліджували національні та міжнародно-правові проблеми регулювання охорони довкілля і гарантування екологічної безпеки під час збройних конфліктів. Однак ці питання потребують подальшого розгляду з урахуванням сучасних викликів та загроз для екологічної безпеки нашої країни і світу в цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Генеральна Асамблея ООН у 2001 році своєю резолюцією A/RES/56/4 оголосила 6 листопада Міжнародним днем запобігання експлуатації довкілля у ситуаціях збройних конфліктів (International Day for Preventing the Exploitation of the Environment in War and Armed Conflict). Природні ресурси, такі як ліси, тваринний світ, водні джерела та сільськогосподарські угіддя, як і перше, зазнають експлуатації та руйнування під час збройних конфліктів, що загрожує миру та безпеці у довгостроковій перспективі. Варто зауважити, що вплив на довкілля ще зі стародавніх часів використовувався армією як спосіб досягнення воєнної перемоги [2, с.22]. Охорона довкілля є важливим завданням міжнародної спільноти. У XX і на початку XXI століття було укладено багато міжнародних договорів, які мали на меті зберегти природні ресурси та запобігти їхньому забрудненню та пошкодженню. Зокрема, у Женеві 17 червня 1925 року був підписаний Протокол про заборону застосування на війні задушливих, отруйних та інших подібних газів та бактеріологічних засобів, висловлено осуд щодо застосування на війні хімічних речовин, а також будь-якої аналогічної рідини, речовин і процесів [3]. Проте під час Другої світової війни було зафіксовано використання забороненої зброї державами, які тоді воювали. Основні норми з охорони довкілля під час війни чи іншого збройного конфлікту містяться як у звичаєвому міжнародному гуманітарному праві, так і в договірному. Насамперед, у Женевських конвенціях про захист жертв війни 1949 р., у Додаткових протоколах (I, II) 1977 року до них,

у Конвенції ООН про заборону військового або будь-якого іншого ворожого використання засобів впливу на природне середовище 1976 р., Римському статуті Міжнародного кримінального суду та інших міжнародних документах. Потрібно підкреслити: у Всесвітній хартії природи (1982 р.) зазначається, що допоки людство не навчиться жити в мирі та не відмовиться від війни і виробництва зброї, доти неможливо буде зберегти довкілля. Хартія закликає утримуватися від військових дій, які завдають шкоди природі. Природа має бути захищена від деградації, спричиненої війною чи іншими ворожими діями [4].

Природне середовище потребує ефективного захисту в умовах збройних конфліктів, що було визнано міжнародною спільнотою після того, як війна у В'єтнамі спричинила значні екологічні наслідки через застосування гербіцидів, таких як «агент оранж». У 1976 році було прийнято Конвенцію про заборону військового або будь-якого іншого ворожого використання засобів впливу на довкілля (Конвенція ЕНМОД), що можуть мати широкомасштабні, тривалі або серйозні наслідки для природи. Відповідно п. 3 ст. 35 Протоколу I до Женевських конвенцій 1977 року (Додатковий протокол I), заборонено застосовувати методи або засоби ведення воєнних дій, які мають на меті завдати або, як можна очікувати, завдадуть широкої, тривалої і серйозної шкоди довкіллю. А стаття 55 «Захист природного середовища» вказує, що «1. При веденні воєнних дій має бути виявлена турбота про захист природного середовища від широкої, довгочасної і серйозної шкоди. Такий захист включає заборону використання методів або засобів ведення війни, що мають на меті завдати або, як можна очікувати, завдадуть такої шкоди природному середовищу й тим самим завдадуть шкоди здоров'ю або виживанню населення. 2. Заподіяння шкоди природному середовищу як репресалій заборонено» [5].

Іншим важливим міжнародним документом, спрямованим на захист довкілля під час міжнародних збройних конфліктів, є Конвенція 1980 року: Конвенція про заборону або обмеження застосування конкретних видів звичайної зброї, які можуть вважатися такими, що завдають надмірних пошкоджень або мають невибіркову дію. Важливим доповненням до Конвенції

1980 р. щодо охорони довкілля під час бойових дій є III Протокол, який забороняє чи обмежує застосування запальної зброї і водночас розкриває зміст терміна «запальна зброя».

Відповідно до ст. 2.4 III Протоколу, забороняється перетворювати ліси чи інші види рослинного покриву на об'єкт нападу із застосуванням запальної зброї, як виняток – випадки, коли такі природні елементи використовуються для того, щоб укрити, приховати чи замаскувати комбатантів чи інші військові об'єкти, або, коли вони самі є воєнними об'єктами.

Під час ірано-іракської війни (1980 – 1988 рр.) та війни у Перській затоці (1990 – 1991 рр.) було здійснено масове знищення нафтових об'єктів, що призвело до серйозних екологічних наслідків. Це спонукало міжнародну спільноту до перегляду та уточнення правових норм, які регулюють захист навколишнього середовища під час збройних конфліктів. Зокрема, за підтримки резолюції Генеральної Асамблеї ООН (Рез. 47/37, Захист навколишнього середовища під час збройного конфлікту, 25 листопада 1992 р.) Міжнародний Комітет Червоного Хреста (МКЧХ) розробив Керівні принципи із включення норм МГП щодо захисту природного середовища до військових статутів та інструкцій з метою поліпшення підготовки збройних сил та, зрештою, кращого дотримання таких норм [6]. Однак події, що відбулися далі, – забруднення річки Дунай після бомбардувань промислових об'єктів під час конфлікту у Косові, забруднення підземних вод у секторі Газа внаслідок військових операцій у 2008 р. та вирубування лісів, посилене роками затяжного конфлікту в Демократичній Республіці Конго – підтвердили неминучу необхідність заохочувати і гарантувати більшу повагу до норм міжнародного гуманітарного права, спрямованого на захист довкілля. Адже військові операції на цих територіях порушили норму захисту довкілля, викладену у Першому додатковому протоколі до Женевської конвенції, а саме: бомбардування екологічно небезпечних установок є грубим порушенням цього протоколу та суперечили принципу Декларації Ріо про довкілля та розвиток 1992 року, а також духу та букві резолюцій, конвенцій та декларацій, прийнятих конференціями

ООН та інших міжнародних організацій протягом кількох десятиліть з метою розвитку міжнародного співробітництва з питань охорони довкілля та відповідальності за екологічну шкоду. 27 травня 2016 року учасники Асамблеї ООН з навколишнього середовища прийняли резолюцію «Захист довкілля в районах, уражених збройними конфліктами» UNEP/EA.2/Res.15. За твердженнями неурядових організацій, цей документ став найбільш значущою резолюцією такого роду з 1992 року. Резолюція визнала роль здорових екосистем та регульованих стійким чином ресурсів у зниженні ризику виникнення збройних конфліктів. У ній також підтверджено непохитну відданість цілковитому здійсненню Цілей у сфері сталого розвитку, перелічених у резолюції 70/1 Генеральної Асамблеї за назвою «Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку на період до 2030 року» [7].

Варто відзначити, що військові зіткнення між російськими та українськими збройними силами є міжнародним збройним конфліктом, який регулюється міжнародним гуманітарним правом. У межах договірного міжнародного гуманітарного права за сучасних умов є низка положень міжнародних договорів, які прямо чи опосередковано спрямовані на захист навколишнього середовища під час збройних конфліктів [8, с.176]. Окрім того, знищення довкілля є складовою воєнного злочину, передбаченого у Римському статуті у ст. 8(2)(b)(iv). Статтею визначено, що умисне вчинення нападу, коли відомо, що такий напад стане причиною випадкової загибелі або каліцтва цивільних осіб, або шкоди цивільним об’єктам, або масштабної, довгострокової та серйозної шкоди навколишньому природному середовищу, яка буде явно несумісною з конкретною і безпосередньо очікуваною загальною військовою перевагою [9]. Безпосереднім об’єктом даного злочину є суспільні відносини щодо захисту і безпеки довкілля. Потрібно звернути увагу на положення поданої статті щодо наслідків злочину. А саме, наслідки мають відображатись як сукупність усіх трьох факторів: масштабна, довгострокова і серйозна шкода. Водночас Статут не роз’яснює, що означають ці оціночні терміни. Які критерії варто застосувати, щоб визнати шкоду масштабною, довгостроковою та серйозною. Із січня 2025

року Україна приєдналася до Римського статуту (підписала цей міжнародний договір ще 23 роки!!! тому (20 січня 2000 року). Римський статут передбачає можливість переслідування нападів, які свідомо спричиняють широкомасштабну, довготривалу і серйозну шкоду навколишньому природному середовищу, і визначаються воєнними злочинами. Отже, сьогодні різним аспектам охорони довкілля присвячено безліч міжнародно-правових актів, положення цих документів є значним внеском у захист довкілля під час збройних конфліктів.

Висновки. Сучасна міжнародно-правова доктрина охорони довкілля характеризується значною кількістю нормативно-правових актів, які втілюють історичну динаміку розвитку та трансформацію наукових підходів до захисту навколишнього середовища. Проте, попри наявність розгалуженої системи міжнародних регуляторів, й досі є актуальною проблема системної гармонізації норм міжнародного гуманітарного права та міжнародного екологічного права щодо охорони довкілля в умовах збройних конфліктів.

Список використаних джерел:

1. Бриж Є. «Екологічні наслідки війни – це не лише руйнування». 11.01.2023. https://cs.detector.media/community/texts/185108/2023-01-11-ekologynya-kateryna-polyanska-ekologichni-naslidky-viyny-tse-ne-lyshe-ruynuvannya/.

2. Грубінко А., Кучер А. Правове забезпечення екологічної безпеки в умовах військового конфлікту: міжнародний досвід і вітчизняні реалії. Тернопіль: Видавництво ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2019. 52 с.

3. Протокол про заборону застосування на війні задушливих, отруйних або інших подібних газів та бактеріологічних засобів від 17.06.1925No 995-198. URL: https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_198.

4. Всемирная хартия природы. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/charter_for_nature.shtml

5. Додатковий протокол до Женевських конвенцій від 12 серпня 1949 року, що стосується захисту жертв міжнародних збройних конфліктів (Протокол I), від 8 червня 1977 року [Електрон. ресурс]. Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/995_199/print1478683605283733.

6. ICRC, Guidelines for Military Manuals and Instructions on the Protection of the Environment in Times of Armed Conflict [МКЧХ, Керівні принципи щодо захисту навколишнього середовища під час збройних конфліктів [для включення] у військові статути та інструкції], 1994 р., в додатку до документа: Генеральна Асамблея ООН, Декада міжнародного права ООН: Доповідь Генерального секретаря, UN Doc. A/49/323, 19 серпня 1994 р.

7. Цілі сталого розвитку та Україна. Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/cili-stalogo-rozvitku-ta-ukrayina.

8. Козмуляк К.А. Правове регулювання охорони довкілля під час збройних конфліктів на прикладі України. Науковий вісник Ужгородського Національного Університету, 2022. С.174-180.

9. Римський статут міжнародного кримінального суду: міжнародний документ ООН від 17 липня 1998 р. (набрав чинності 1 серпня 2002 р.) / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_588.

УДК 159.923:316.356.2

Чайка І. В., доктор філософії в галузі психології, доцент

ORCID https://orcid.org/0000-0002-3975-1982

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ЗАДОВОЛЕНІСТЬ ШЛЮБОМ ЯК ПОКАЗНИК ОЦІНКИ ПОДРУЖНІХ ВЗАЄМИН

У статті встановлено, що критерій задоволення шлюбом є суб'єктивним показником, який тісно пов'язаний із якістю взаємин у подружжі. Встановлено позитивний кореляційний зв'язок між задоволеністю шлюбом та міжособистісною сумісністю партнерів. Побудовано лінійну регресійну модель. Проведено статистичну перевірку моделі на адекватність за допомогою критерію Фішера. Підкреслено значення психологічної сумісності та сімейного

стажу у формуванні задоволеності шлюбом у подружжя, особливо серед представників професій із високим рівнем соціальної відповідальності. Зауважено, що отримані дані можуть бути використані для розробки психопрофілактичних і корекційних програм, спрямованих на підтримку подружніх взаємин.

Ключові слова: *задоволеність шлюбом, сімейне благополуччя, міжособистісна сумісність, подружні взаємини, сімейний стаж.*

Постановка проблеми. Інститут сім'ї в сучасному суспільстві зазнає суттєвих трансформацій, зокрема змінюються уявлення про ролі в подружжі, механізми прийняття рішень, стандарти взаємодії, що безпосередньо впливає на суб'єктивне сприйняття шлюбних взаємин. У таких умовах зростає значення психологічного виміру сімейного життя, зокрема показника задоволеності шлюбом як ключового індикатора стабільності й ефективності сімейної взаємодії.

Задоволеність шлюбом є багатовимірним психоемоційним феноменом, який поєднує когнітивну оцінку відносин, емоційне задоволення потреб у прив'язаності, підтримці, довірі, а також поведінкові прояви готовності підтримувати стосунки. Вивчення цього феномена особливо актуальне у зв'язку з поширенням кризових явищ у шлюбі, зростанням кількості розлучень та нестабільністю тривалих партнерств.

Особливого значення набуває вивчення задоволеності шлюбом серед представників соціально відповідальних професій, зокрема освітян, оскільки емоційне благополуччя педагога впливає не лише на якість особистого життя, а й на професійне функціонування, ефективність взаємодії з учнями, батьками та колективом.

Попри наявність досліджень у сфері психології сім'ї, залишається недостатньо вивченим взаємозв'язок між задоволеністю шлюбом та міжособистісною сумісністю подружжя в контексті сімейного стажу. Також актуальним є питання емпіричної перевірки моделей, які дозволяють прогнозувати рівень задоволеності на основі психологічних характеристик партнерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика задоволеності шлюбом активно вивчається у сучасній психологічній науці, зокрема у працях зарубіжних та українських дослідників. Теоретичні основи аналізу шлюбних взаємин закладені у працях таких авторів, як Е. Епштейн, Д. Оллпорт, К. Роджерс, З. Фрейд, які підкреслювали важливість емоційної взаємодії, прихильності, а також несвідомих чинників при виборі партнера та розвитку сімейної системи. Сучасні дослідження зосереджуються на когнітивних, емоційних та поведінкових компонентах задоволеності, визначаючи її як інтегральний показник якості подружніх взаємин.

У дослідженнях В. Волкової, О. Данилюк, Т. Яценко акцентується увага на ролі психологічної сумісності подружжя, рівня емоційного інтелекту, стилів подолання конфліктів та спільних цінностей як визначальних чинників подружньої гармонії. Зокрема, Т. Шевченко зазначає, що міжособистісна сумісність, яка проявляється в однакових комунікативних стилях, поглядах на виховання дітей, фінансову політику та розподіл побутових ролей, є передумовою високого рівня задоволеності шлюбом.

Значний інтерес викликає дослідження впливу сімейного стажу на подружнє благополуччя. Ряд наукових праць (М. Потапчук, Р.Федоренко), підтверджують наявність фазового характеру шлюбної адаптації, згідно з яким у різні періоди подружнього життя змінюється як інтенсивність емоційного зв’язку, так і очікування партнерів один від одного. Це відкриває перспективи для вивчення змін у задоволеності шлюбом залежно від тривалості спільного життя.

Водночас у науковій літературі відзначається недостатня кількість емпіричних досліджень, присвячених вивченню цієї проблеми серед представників певних професійних груп, зокрема освітян, які перебувають у специфічних умовах психоемоційного навантаження та мають підвищену соціальну відповідальність. Це обумовлює потребу у цілеспрямованому аналізі впливу міжособистісної сумісності та стажу спільного життя на задоволеність шлюбом саме в цій категорії респондентів.

Мета статті. Дослідити рівень задоволеності шлюбом у педагогів з різним сімейним стажем; проаналізувати взаємозв'язок між задоволеністю шлюбом і міжособистісною сумісністю; встановити адекватність регресійної моделі впливу сумісності на задоволення стосунками.

Виклад основного матеріалу. Показник задоволеність шлюбом – це суб'єктивний конструкт, який поряд з якістю шлюбу, успіхом та адаптацією широко використовується для оцінки взаємин між партнерами. Рівні задоволеності шлюбом, як правило, варіюються протягом життєвого циклу пари, і їх можна подати у вигляді U-подібної моделі, яка починається з високого рівня в перші роки відносин (0-4 роки), а потім знижується у наступні роки у вигляді результату зусиль батьків (5-7 років), після цього знову досягає високих значень, коли діти йдуть з дому, з наступними змінами в шлюбі, коли пара повертається до того, щоб проводити більше часу разом [3; 5].

Також може бути порушено здоров'я партнерів [2], особливо психічне [50]. Наявність задовільного шлюбу призводить до більшої гнучкості в управлінні життєвими труднощами, нижчого ризику психопатології, кращої адаптації, більшої тривалості життя [6] та меншої кількості проблем зі здоров'ям [4].

Таким чином, задоволеність шлюбом є важливим аспектом сімейної екології, і він корисний як для вивчення сімейної системи, так і для оцінки потреб у підтримці та втручанні, що вимагає від дослідників та фахівців наявності діючих надійних інструментів. Оцінка задоволеності шлюбом стає ще більш актуальною в сім'ях з дітьми, оскільки задоволеність шлюбом є детермінантою виховання і може діяти як захисний фактор

Науковець Р. П. Федоренко у монографії «Психологія молодої сім'ї та сімейна криза» з метою дослідження благополуччя сім'ї використовує тест-опитувальник задоволеності шлюбом (ОЗШ) (розроблений В. В. Століним, Т. Л. Романовою, Г. П. Бутенко) [1, с.144]. Дана методика застосована і у нашому дослідженні. Чим вищий бал, тим вищий рівень задоволеності шлюбом.

Емпіричне дослідження охопило 145 респондентів – педагогів з різним стажем подружнього життя. Результати представлено у табл. 1.

Таблиця 1 – Результати дослідження задоволеності шлюбом педагогів за методикою «Тест-опитувальник задоволеності шлюбом (ОЗШ)» (розроблений В. В. Століним, Т. Л. Романовою, Г. П. Бутенко)

Стаж сімейного життя	Рівні задоволеності шлюбом						Середнє значення (бали)
	Високий рівень (благополучні сім'ї)		Середній рівень (перехідні сім'ї)		Низький рівень (неблагополучні сім'ї)		
	Осіб	%	Осіб	%	Осіб	%	
0-4 роки (зовсім молоді сім'ї)	6	31,6	5	26,3	8	42,1	30,1
5-9 років (молоді сім'ї)	11	31,4	13	37,1	11	31,4	32,7
10-19 років (стадія середнього шлюбу)	15	33,3	7	15,6	23	51,1	25,9
20 і більше (зрілі сім'ї)	37	80,4	3	6,5	6	13,0	38,0
Всього:	69	47,6	28	19,3	48	33,1	32,9

Як видно з табл. 1, із 145 респондентів, 97 або 66,9% – задоволені шлюбом, 48 (або 33,1%) – не задоволені. Проведемо оцінку статистичної достовірності відмінностей рівня задоволеності шлюбом подружжя з різним сімейним стажем за критерієм Стьюдента. Оскільки найбільша кількість незадоволених респондентів знаходиться на стадії середнього шлюбу, то порівняємо інші групи (молоді сім'ї, зовсім молоді сім'ї, зрілі сім') із вказаною стадією. При застосуванні статистичного критерію Стьюдента можна побачити, що існує статистична різниця між групами за рівнем значущості даного критерію ($t_{емп}$=7,662 при $t_{кр}$ = 2,601 для p=0,01; $t_{емп}$=12,443 при $t_{кр}$ = 2,601 для p=0,01; $t_{емп}$=22,060 при $t_{кр}$ = 2,601 для p=0,01). Таким чином, існують статистично значущі відмінності за рівнем задоволеності шлюбом у сім'ях педагогів з різним сімейним стажем. При цьому найбільша кількість незадоволених педагогів знаходяться на стадії середнього шлюбу (23 або 51,1%). На даному етапі особистість сприймає природу людини в цілому як позитивну. В результаті, позитивне уявлення викликає розуміння того, якими гарними можуть бути взаємини між людьми. Але не завжди ці очікування відповідають реальності, тому часто на стадії середнього шлюбу виникають кризи. Виникають почуття

розчарування, хвилювання за втрату кохання, знецінення партнера, що призводить до невідповідності очікуваній реальності, зниження почуття суб'єктивного задоволення шлюбом. Показник задоволеності шлюбом найвищий у педагогів з сімейним стажем більше 20 років. Це пов'язано з тим, що після завершення виконання функції виховання дітей розширюється сфера самовираження батьків (розширення кола спілкування, актуалізація цінностей, таких як повага, прийняття інших, прийняття себе такою, яка є, незалежно від зовнішніх оцінок, спонтанність емоційних проявів). Заперечення можливості розлучення в похилому віці і страх самотності, ймовірно, обумовлюють тенденцію сприйняття жінками свого чоловіка як в цілому позитивного. А свій шлюб, жінки оцінюють як успішний і загалом задовільний для них.

Далі висунемо дві гіпотези: першу – нульову (H_0) про те, що міжособистісна сумісність не впливає на рівень задоволеності шлюбом; другу – протилежну гіпотезі $H_0 - H_1$.

Для прийняття гіпотези (H_0) або її відхилення (підтвердження гіпотези H_1): побудуємо кореляційне поле задоволеністю шлюбом (y) і міжособистісної сумісності (x) (рис.1), визначимо щільність зв'язку за коефіцієнтом кореляції (табл. 2), визначимо лінійну модель ($y=b_0+b_1X$), визначимо загальну якість моделі за коефіцієнтом детермінації R^2. Перевіримо одержану модель на адекватність за допомогою критерію Фішера.

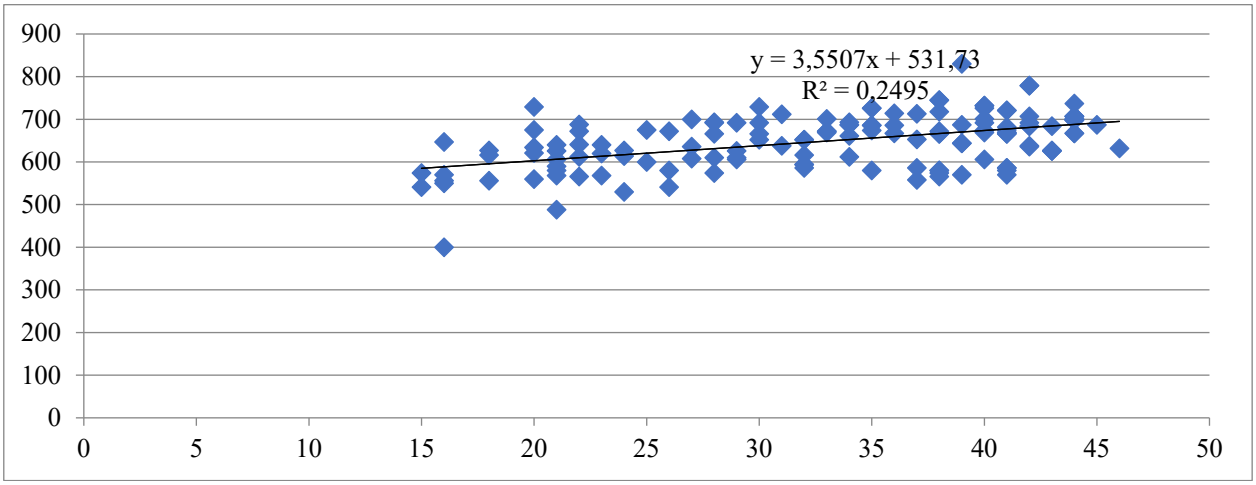


Рисунок 1 – Кореляційне поле та лінійна модель задоволеності шлюбом і міжособистісної сумісності

Таблиця 2 – Щільність зв'язку між задоволеністю шлюбом та міжособистісною сумісністю за коефіцієнтом кореляції

	x	y	Критерій Пірсона (p=0,01)	Наявність зв’язку
x	1		r=0,22	$t_{емп} > t_{кр}$ Позитивний
y	0,500	1		

Як видно з рис.1 і табл.2, між задоволеністю шлюбом та міжособистісною сумісністю існує лінійний позитивний зв'язок (p=0,01; r=0,500). Лінійна модель має вигляд: $y = 3,5507x + 531,73$ тобто із збільшенням міжособистісної сумісності на 1 бал, рівень задоволеності шлюбом підвищується на 3,5507 бала.

Коефіцієнт детермінації (R^2) становить 0,2495, що свідчить про невисоку якість моделі, але це не підтверджує її адекватність (відповідність наявним статистичним даним). Для цього застосуємо критерій Фішера. Значення критерію Фішера, що спостерігається, можна записати через коефіцієнт детермінації

- для однофакторної регресії:

$$F_{спост}=\frac{R^2}{1-R^2}*(n-2), \quad (1)$$

де R^2 – коефіцієнт детермінації;

n – кількість респондентів.

$$F_{спост}=\frac{0,2495}{1-0,2495}*(145-2) = 47,54$$

Адекватність регресійної моделі визначимо за допомогою порівняння критерію Фішера, що спостерігається ($F_{спост}$) з табличним значенням ($F_{табл}$) при рівні значущості 0,01 (табл. 3).

Таблиця 3 – Визначення адекватності регресійної моделі впливу міжособистісної сумісності на задоволеність шлюбом за допомогою критерію Фішера

$F_{спост}$	Рівень значущості	$F_{табл}$	Адекватність моделі
47,54	p=0,01	6,851	$F_{спост} > F_{табл}$, модель адекватна

Як видко з табл. 3, $F_{спост} > F_{табл}$, отже, регресійна модель адекватна. Тому доцільно стверджувати, що H_0 (гіпотеза про відсутність впливу) може бути відкинута на рівні 1%, а приймається в цьому випадку гіпотеза H_1.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, з**адоволеність шлюбом є важливим психологічним індикатором** стабільності та якості подружніх взаємин, що інтегрує емоційні, когнітивні та поведінкові складові функціонування сім'ї. Результати дослідження підтверджують, що цей показник суттєво варіюється залежно від сімейного стажу.

Найвищий рівень незадоволеності шлюбом виявлено на стадії середнього шлюбу (10–19 років) – 51,1% респондентів із цієї групи продемонстрували низький рівень задоволеності. Це свідчить про кризовий характер цього періоду, що, ймовірно, зумовлений розчаруванням у партнері, зниженням емоційної близькості та невідповідністю очікувань реальності.

Найвищу задоволеність шлюбом показали подружжя зі стажем понад 20 років (38,0 середній бал). Це свідчить про адаптацію до партнера, зниження конфліктності, переорієнтацію на емоційно-особистісну підтримку, а також наявність соціокультурних бар'єрів щодо розлучення в старшому віці.

Позитивний лінійний зв'язок між міжособистісною сумісністю та задоволеністю шлюбом ($r = 0,500$, $p < 0,01$) засвідчує, що з підвищенням сумісності подружжя рівень їхнього задоволення взаєминами також зростає. Це дозволяє відхилити нульову гіпотезу (H_0) та підтвердити альтернативну гіпотезу (H_1) про наявність впливу міжособистісної сумісності на задоволеність шлюбом.

Регресійна модель (y = 3,5507x + 531,73) хоча й демонструє наявність взаємозв'язку, має відносно невисоку якість ($R^2 = 0,2495$), тобто лише близько 25% варіативності задоволеності шлюбом пояснюється міжособистісною сумісністю. Проте результат критерію Фішера ($F_{спост} > F_{кр}$) підтверджує адекватність моделі, що дозволяє використовувати її для розробки психопрофілактичних і корекційних програм, спрямованих на підтримку подружніх взаємин.

Напрямками подальших досліджень є розширення вибірки за професійною ознакою: дослідження доцільно провести серед представників інших соціально значущих професій (медиків, соціальних працівників, юристів), аби порівняти специфіку подружніх взаємин у контексті професійного навантаження та соціальної відповідальності.

Список використаних джерел:

1. Федоренко Р. П. Психологія молодої сім'ї та сімейна криза : монографія Луцьк : РВВ «Вежа» Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2007. 168 с.

2. Hongjian C., Fang Zh.X., Fine M. Marital Well-Being and Depression in Chinese Marriage: Going beyond Satisfaction and Ruling out Critical Confounders. *Journal of Family Psychology* . 2017. №31. P.775–784.

3. Stephen C., S. John Michael Raj. U-shaped curve of marital satisfaction: An Indian scenario. *Research Horizons. 2014. №* 4. PP. 176–183.

4. Tavakol Zeinab, Alireza Nikbakht Nasrabadi, Zahra Behboodi Moghadam, Hamid Salehiniya, Elham Rezaei. A Review of the Factors Associated with Marital Satisfaction. *Galen Medical Journal.* 2017. №6. P. 197–207.

5. Whisman Mark A., Gilmour Anna L., Salinger Julia M. Marital Satisfaction and Mortality in the United States Adult Population. *Health Psychology. 2018.* №37. P. 1041–1044.

6. Whisman Mark A., Sbarra David A., Beach Steven R. H. Intimate Relationships and Depression: Searching for Causation in the Sea of Association. *Annual Review of Clinical Psychology.* 2021. №17. P. 233–258.

УДК 159.922.6:316.77: 378

Штифурак В. Є., доктор педагогічних наук, професор
ORCID https://orcid.org/0000-0002-1896-9931
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ДЕТЕРМІНАНТИ КОМУНІКАТИВНОЇ ЗРІЛОСТІ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ З УРАХУВАННЯМ ТИПОВИХ ВІКОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Професійна компетентність психолога передбачає поєднання успішної комунікативної здатності та особистісних характеристик, актуалізуючи саморефлексію. Вчорашні абітурієнти, вибравши професію психолога, починають проникати у таїнства науки про людину, самі перебуваючи на перехресті багатьох життєвих колізій. Зміна соціального оточення, новий статус, переформатування системи комунікативних зв'язків потребує швидкого осмислення усіх новацій та активного включення у процес професійного становлення.

Ключові слова: *майбутні психологи, вікові тенденції, комунікативна зрілість, спілкувальні вміння, асертивна поведінка.*

Постановка проблеми. Особливості професійної діяльності психолога вимагають своєрідного підходу до фахової підготовки, детермінанти якої орієнтовані в першу чергу на врахування специфіки мети та очікуваних результатів. У психологічній практиці на відміну від академічної науки, мета і результат визначаються ситуацією «тут і тепер», актуалізуючи саморефлексію. А тому результативність професійного становлення майбутніх психологів значною мірою залежить від здатності психологічного пізнання самого себе і на цій основі також інших людей (Т. Яценко). Професійна діяльність практикуючого психолога – це створення зони довір'я між людьми, шлях до взаєморозуміння, що передбачає вміння аналізувати психологічні явища, децентрувати увагу з тим, щоб проникати у мінливі та неповторні процеси, бути безпосереднім учасником подій і водночас зберігати своє місце і роль.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання фахової підготовки та професійного становлення майбутніх психологів досліджувались науковцями України у межах визначення параметрів практичної психології (Панок В., Рибалка В., Чепелєва Н.); методичних передумов групової психокорекційної роботи (Яценко Т., Максименко С., Шпортун О.); можливостей упровадження клієнтоцентрованої психотерапії та групової роботи (Слободянюк І., Сидоренко Ж.); сформованості базових спілкувальних умінь (Радчук Г., Козак О.).

Мета дослідження полягає у акцентуванні уваги на окремих значущих вікових тенденціях та суперечностях юнацького віку, які властиві майбутнім психологам, оскільки способи розв'язання і врахування набутого при цьому досвіду, позначатиметься на утвердженні комунікативної компетентності у процесі професійного становлення.

Виклад основного матеріалу. Професійна підготовленість психолога передбачає поєднання успішної комунікативної здатності та особистісних характеристик, що дає змогу на високому рівні розв'язувати стратегічні та завдання щоденної практики. При цьому затребуваними є володіння соціальною інтуїцією, спостережливість, добре розвинений вербальний та емоційний інтелект, що сприяє проникливості у внутрішній стан іншої людини. Цьому сприятиме сформованість спілкувальних умінь: чуйність і розуміння інших як здатність вислухати і почути співрозмовника, відокремити головне від другорядного, якщо така здатність не розвинута, тоді переважають здогадки, приписування своїх думок іншим; чіткість і виразність у викладенні думок, або ж натяки і надмірна образність висловлювань; впливовість як готовність перехопити ініціативу у розмові, змінити стан іншого, прихилити до своєї позиції.

Не дарма базовою категорією психологічної науки є спілкування, як процес, що забезпечує обмін інформацією, взаємодію та відповідні емоційні реакції, що становлять комплекс компонентів єдиного процесу. Поза спілкуванням особистість не формується, одначе, є вікові періоди надважливі для реалізації основних функцій, розгортання індивідуальної стратегії розвитку кожного

індивіда. Таким періодом є старший підлітковий та ранній юнацький вік. Це саме той віковий відрізок життя, коли абітурієнти визначаються із вибором професії і навчального закладу. Вибравши професію психолога, вони починають проникати у таїнства науки про людину, самі перебуваючи на перехресті багатьох життєвих колізій. Зазначимо, що спілкування з ровесниками в цей період виконує інші функції, аніж спілкування з дорослим; воно має інтимно-особистісний характер. Тому взаємини діляться на дружні та товариські, а юнацька дружба при цьому виконує функцію підтримки і суттєво впливає на посилення самоповаги. Предметом обговорення стають здебільшого проблеми спільної діяльності (доволі часто навчальної), волонтерство, дозвілля, розваги, нові знайомства. Бажання дружити окутане прагненням до рівноправного спілкування, при цьому, тим не менше, відбувається ідеалізація друзів і самої дружби. Юнацька дружба дуже емоційна, навіть ті, хто мають друзів, переживають самотність через нездатність виразити у спілкуванні повноту почуттів. Така дилема буде предметом консультативної практики сьогоднішніх здобувачів вищої освіти, а поки - що вони самі перебувають у подібних тенетах.

Особливий алгоритм усіх душевних митарств зводиться до того, що спочатку дружба відтісняє батьківський вплив, а потім їй самій доводиться потіснитися іншому почуттю – коханню. Певною мірою емоційна напруга дружби зменшується з появою кохання, але у цей період друг потрібен як ніколи, оскільки зростає потреба в тій людині, з якою можна поділитися новими незвичними переживаннями, вкрай інтимного характеру. Лише в цьому разі дружба може виконувати функції задоволення у першу чергу емоційних потреб, оскільки має усвідомлений, осмислений, персонально націлений прояв. А емоція, що при цьому виникає – як специфічна форма взаємодії людини з навколишнім світом, з середовищем, спрямована на пізнання світу та свого місця в ньому через саму себе [3,с. 49].

Аргайл М. зазначає, що соціальні взаємовідносини впливають на всі аспекти благополуччя. Дружба викликає припіднятий настрій, щастя, сприяє фізичному і психічному здоров'ю і попереджує самотність. Закоханість сприяє відчуттю

великої радості і підвищує самооцінку [6, с. 88]. Отже дружба і закоханість найважливіші параметри соціальних стосунків для молоді, а тому зростає і цінність інтимно-особистісного спілкування.

У цьому контексті становить науково – практичний інтерес проблема впливу людини на людину, що є однією із нагальних для психології, оскільки будь-які процеси, що відбуваються між окремими індивідами, великими чи малими їх групами можуть виклика – ти спочатку лише фрагментарні натяки, а з часом суттєві зміни в психічних реакціях безпосередніх учасників і свідків подій [5, с. 6].

Варто підкреслити, що вибір професії, включеність у інтимно – шлюбні стосунки, а з часом, можливо і створення сім'ї, народження дітей видозмінює характер дружніх стосунків, хоча й не зменшує їхньої цінності для особистості і попадає у визнану систему соціальних координат, що містить вимоги до поведінки та обов'язків співгромадян. У цей сегмент соціальності вписується батьківство та відповідальне батьківство як вияв індивідуальної та соціальної відповідальності, що має дуалістичний характер. Клієнт центровані запити у майбутній професійній діяльності сьогоднішніх здобувачів часто будуть орієнтовані саме на сімейно – подружні та батьківські відносини.

Варто наголосити, що реалії повсякденного життя значної частини українського суспільства породжують і підживлюють егоцентричну та прагматичну орієнтації, що актуалізує загрозу втрати смисложиттєвих ціннісних орієнтирів дітей та молоді. Зміна соціальних орієнтирів, відмова від вічних морально – етичних цінностей та складна економічна ситуація негативно впливають на інститут материнства, дитинства і сім'ї [4, с.204]. Це проблеми, які будуть суттєвою частиною професійної діяльності практикуючих психологів у межах просвітницької та консультативної практики. Власний досвід проходження вікових викликів впливатиме на формування професійного кредо і створюватиме індивідуальне тло професійної компетентності.

А у цей час зміна соціального оточення із вступом до вищого навчального закладу, новий статус, переформатування системи комунікативних зв'язків

потребує швидкого осмислення усіх новацій та активного включення у процес професійного становлення. Усі адаптаційні виклики будуть успішно пройдені, якщо достатньо сформовані навички асертивної поведінки. У теорії А. Солтера асертивна поведінка розглядається як оптимальний, найбільш конструктивний спосіб міжособистісної взаємодії на противагу двом найпоширенішим деструктивним способам – маніпулюванню та агресивності. Асертивна поведінка є «золотою серединою» між агресивним і пасивним стилями поведінки. Асертивна людина вміє розпізнати маніпуляцію і захистити себе від неї, вона переконана, що кожен має право вирішувати за себе і відповідати за наслідки своїх рішень. Тому проблему асертивної поведінки тісно пов'язують з особистою відповідальністю особистості. Основними складниками асертивності, вважає С. Стаут, є здатність прийняти на себе відповідальність за свою поведінку та наявність поваги і самоповаги. Асертивність називають однією з визначальних рис низького рівня конфліктності. Асертивна поведінка запобігає виникненню конфліктів, а в конфліктній ситуації допомагає знайти конструктивне рішення. Асертивні вміння передбачають уміння поводитися конструктивно, не створюючи своєю поведінкою неприємностей колегам, уміння тактовно і ввічливо наполягати на своєму, вміння діяти переконливо в контексті досягнення поставлених цілей [2, с.142].

Таким чином у ранній юності формуються базові моральні, світоглядні основи особистості. Вони є достатньо сформованими, але залишається простір для перетрансформації, що здійснюватиметься упродовж усього життя. Особливий відбиток матиме професійна діяльність з її канонами та вимогами зростання й успішності, критеріями чого можна вважати ставлення до власного успіху, здатність генерувати оригінальні ідеї, приймати нестандартні рішення щодо модефікації власного життя та участі у творенні життя соціуму. З цієї позиції слушною є думка Галузяка В. з приводу того, що результатом особистісного розвитку є досягнення певного рівня особистісної зрілості, яка проявляється в свідомому контролі поведінки, здатності протистояти як власним імпульсам, так і зовнішньому тиску на основі внутрішньої позиції [1, с. 101].

Наявність, чи відсутність такої позиції стверджуватиметься конкретними вчинками, базою яких будуть риси характеру. Система стабілізованих найважливіших цільових установок особистості визначає смислову єдність ініціативної поведінки, яка протистоїть випадковостям життя і закріплюється у характері, що визначає значимі вчинки, а не ситуативні реакції на певні стимули та обставини; це індивідуально-своєрідне поєднання суттєвих властивостей і особливостей особистості, що проявляються в поведінці, вчинках, діяльності. Знаючи характер людини, можна передбачити як вона буде діяти за певних умов. Характер людини складається із співвідношення різних якостей, які, як правило, утворюють протилежні пари (позитивні і негативні). Їх сукупність об'єднується у певні групи. У процесі вивчення теми «Об'єктивні та суб'єктивні чинники конфліктних протистоянь» зі здобувачами групи ПС-22д. (жовтень 2024 р.) було запропоновано згрупувати риси характеру за принципом полярності проявлення. У підсумку мали такий пошуковий продукт:

- риси характеру, що виражають відношення особистості до діяльності, до праці, навчання: заповзятість − лінь, ініціативність − пасивність, добросовісність − безвідповідальність, наполегливість – відстороненість, ґрунтовність – поспішність;

- риси характеру, що виражають відношення особистості до інших людей, суспільства: патріотизм – ухилянство, мужність – боягузтво, тактовність − нахабність, милосердя – жорстокість, відвертість − закритість, терпимість − безапеляційність, чуйність − грубість, принциповість – безпринципність, щедрість – жадібність, ввічливість – пихатість, відвертість – брехливість, лояльність – безкомпромісність, відкритість – підозріліть, щирість − лицемірство, доброзичливість − заздрість, турботливість – байдужість, товариськість – замкнутість;

- риси характеру, що виражають відношення особистості до самого себе: впевненість – сором'язливість, самокритичність − хвалькуватість, вимогливість − поблажливість, скромність − зарозумілість, гордість – зверхність, цілісність – суперечливість, егоїзм – альтруїзм;

- риси характеру, що виражають відношення особистості до речей: охайність-безалаберність, бережливість-скупість, ощадливість-марнотратність.

З'ясувалось, що найбільшу кількість проявів характеру здобувачі підібрали на другу позицію: риси, що виражають відношення особистості до інших людей, суспільства. У процесі обговорення виявилось, що цей блок стосується не себе персонально і тому легше було наповнювати змістом даний контент. Найскладніше було описати відношення особистості до речей. Пояснення даного феномену були суперечливими і неоднозначними. У підсумку стало зрозумілим, що з позиції майбутньої професійної діяльності необхідно навчитись розрізняти прояви характеру спочатку власні, щоб трансформувати набутий досвід у площину професійної діяльності. У цьому вимірі орієнтиром є мораль, як прийняті у суспільстві уявлення про добро і зло, хороше і погане, прийнятне і неприйнятне. Важливими є етапи морального становлення з врахуванням типових вікових параметрів.

Висновки. Фахова підготовка майбутніх психологів орієнтована та здобуття теоретичних знань та вироблення практичних умінь і навичок. Даний процес актуалізує самоаналіз та глибинну саморефлексію, оскільки можливість допомагати іншим розпочинається із здатності розуміти власні прояви у різних сферах життєдіяльності. Процес набуття професійної компетентності буде оптимізуватись за умови врахування тих вікових тенденцій, що проявляються у період ранньої юності і співпадають із початком опанування тонкощами практичної психологічної допомоги іншим.

Перспективи подальших досліджень: теоретична частина дослідницької роботи включатиме вивчення мотиваційної структури вибору професії психолога; практична складова орієнтована на підбір методик з метою вивчення ціннісних пріоритетів, сформованості рис характеру майбутніх психологів та розробку корекційних програм з метою удосконалення навичок саморефлексії.

Список використаних джерел:

1. Галузяк В. Основні підходи до розуміння сутності особистісного розвитку в зарубіжній і вітчизняній психології. Теоретико-методологічні засади самоздійснення особистості в умовах трансформаційних змін : монографія / За ред. Паламарчук О. М., Шахов В. І. [та ін.]. Вінниця : ТОВ «Твори», 2021. 228 с.

2. Радчук Г. К., Козак О. В. Розвиток асертивності особистості в контексті актуалізації лідерського потенціалу. Особистісне зростання : теорія і практика : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Житомир, 21 квітня 2020 р. Житомир, 2020. 142-144 с. URL: https://bit.ly/40T19w4

3. Штифурак В. Є. Психологія. Опорний конспект лекцій : Видавничо – редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018р. 61с.

4. Штифурак В. Є. Правові основи соціально – педагогічної підтримки материнства й дитинства в сучасній Україні : міжнародне законодавство. Професійна підготовка фахівців у вимірі нових освітніх реалій: український і зарубіжний досвід : монографія. Івано – Франківськ : НАІР, 2019. С.204.

5. Штифурак В. Є., Штифурак В. С., Бурлака Н. І Психологія соціального впливу у процесі групової роботи. Монографія. Редакційно-видавничий відділ : ВТЕІ ДТЕУ, 2023 р. 339 с.

6. Argyle Michael The Psychology of happiness, 2nd edition, 2003. 271s.

УДК 364.3-052:159.9.072

Шуй Н. В.

ORCID https://orcid.org/0000-0003-3860-0418

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ПРОФІЛАКТИКА ЕМОЦІЙНОГО ВИГОРАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ

У статті розглядається проблема емоційного вигорання серед соціальних працівників в умовах сучасних викликів в Україні. Акцентується увага на факторах, що сприяють виникненню вигорання, та його негативному впливу на якість надання соціальних послуг. Обґрунтовано необхідність комплексної профілактики емоційного вигорання на державному, організаційному, індивідуальному та соціальному рівнях. Запропоновано модель профілактичних заходів, що враховує індивідуальні потреби працівників та передбачає системну роботу різних соціальних інститутів.

Ключові слова: *емоційне вигорання, соціальні працівники, профілактика, ментальне здоров'я, психологічна підтримка.*

Постановка проблеми. В умовах сучасних реалій України, позначених війною та економічною нестабільністю, особливої гостроти набуває проблема емоційного вигорання серед соціальних працівників. Ці фахівці щодня стикаються з травматичними досвідами, болем та складними життєвими обставинами своїх клієнтів, що призводить до значного емоційного навантаження та хронічного стресу. Незважаючи на значущість їхньої ролі у наданні допомоги та підтримки, соціальні працівники часто стикаються з перевантаженням, недостатньою підтримкою та обмеженими ресурсами, що підвищує ризик розвитку емоційного вигорання. Емоційне вигорання негативно впливає не тільки на самих працівників, призводячи до виснаження, демотивації та плинності кадрів, але й на якість надання соціальних послуг населенню. Виснажені працівники можуть бути менш ефективними та чуйними, що погіршує ситуацію вразливих груп населення, які потребують їхньої допомоги. Таким чином, існує нагальна потреба у розробці та впровадженні ефективних стратегій профілактики емоційного вигорання серед соціальних працівників на різних рівнях: державному, організаційному, індивідуальному та соціальному. У статті буде розглянуто комплексний підхід до профілактики емоційного вигорання, що враховує індивідуальні потреби працівників та передбачає скоординовані дії на різних рівнях соціальної системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему емоційного вигорання почали активно досліджувати у зарубіжній психології XX століття Г. Дж. Фройденбергер (H. J. Freudenberger), К. Маслач (C. Maslach), В. Пелман (B. Pelman), Е. Гарман (E. Harman), Х. Куунаарпуу (H. Kuunarpuu) та К. Кондо (K. Kondo).

Впродовж останнього десятиліття здійснено ґрунтовний аналіз проблеми емоційного вигорання у соціальних працівників, що відображено у дослідженнях українських науковців О. Бутиліної, О. Доценко, О. Романовської, Т. Ронгинської, С. Лукомської, В. Наумової, О. Коцкович; В. Шевчук.

Мета статті: розкрити особливості профілактичної роботи з попередження емоційного вигорання в соціальних працівників на різних рівнях: державному, організаційному, індивідуальному та соціальному.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні термін «емоційне вигорання» часто вживають як тотожний поняттю «професійного вигорання», що є доволі суперечливо, оскільки відомо лише про наявні каузальні зв'язки між явищами. Щоб простежити взаємообумовленість понять, звернімось до твердження О. Бутиліної: «професійне вигорання передбачає особистісну деформацію, що розвивається з часом на фоні емоційної нестабільності (яка призводить до емоційного вигорання), напруження та цілковитого включення в професійну діяльність » [2;3].

Поняття «емоційне вигорання» вперше застосовано Г. Дж. Фройденбергергом на позначення психічного стану людини, якому характерні відчуття емоційної спустошеності,втоми та редукції професійних досягнень. Науковець стверджував, що синдром вигорання характерний для представників допоміжних професій за умов інтенсивного та тривалого спілкування з клієнтами [10]. З точки зору В. Пелмана та Е. Гармана емоційне вигорання цілісно впливає на людину як організм, який складається з взаємопов'язаних систем, що належать до різних сфер особистості: фізіологічної (фізичне виснаження), афективно-когнітивної (емоційне виснаження та деперсоналізація) та поведінкової (симптоматичні типи поведінки, зниження робочої продуктивності) [12]. У роботах К. Маслач та С. Джексон емоційне вигорання визначається як синдром, що характеризується фізичним, емоційним та когнітивним виснаженням. Цей стан часто зустрічається у представників професій, пов'язаних із допомогою людям [11]. Український науковець, Юрій Жогно, досліджуючи емоційне вигорання, звертає увагу на суб'єктивне забарвлення емоцій, підкреслює їх виняткове місце в психічному житті, вважає емоційне виснаження основним симптомом емоційного вигорання [7]. Виходячи з вищевикладеного, простежується відносна стійкість поглядів на основну дефініцію дослідження та її компонентне наповнення.

Арлі Расел Хохшильд зазначає, що соціальні працівники – це одна з багатьох професій, в якій працівники повинні регулювати свої емоції під час взаємодії з клієнтами, колегами та керівництвом, що передбачає обмірковування того, які емоції виражати, незалежно від їхньої справжності, або ж, навпаки, приховування відчуттів, які не слід демонструвати [9]. Постійне витіснення емоцій, «підміна» емоційних реакцій та емоційне відчуження посилюють ризик виникнення емоційного вигорання в соціальних працівників. В даному контексті емоційне вигорання постає деструктивним фактором, що негативно впливає як на соматичне та психоемоційне здоров'я фахівця, так і на ефективність його професійної діяльності. Зниження рівня професійної мотивації, емоційне нерозуміння та деперсоналізація можуть суттєво знизити якість соціальних послуг, порушити комунікативну взаємодію з клієнтами та створити додаткові ризики для їхнього благополуччя. Крім того, емоційне вигорання здатне негативно впливати на особисте життя працівника, який працюючи в умовах війни, отримує більше навантаження. До звичайного емоційного навантаження додаються переживання соціальних працівників за себе, свої родини та тих, кому вони допомагають, а також перешкоди в роботі, зумовлені відсутністю базових зручностей (світла, тепла), перервами у зв'язку, небезпекою повітряних атак та загальною психологічною напруженістю.

Виходячи з вищевикладеного вважаємо необхідним проведення систематичної та комплексної профілактики емоційного вигорання серед соціальних працівників.

Відповідна профілактична робота, на наш погляд, має здійснюватись на кількох рівнях, а саме на: державному, організаційному, індивідуальному (або особистісному) та соціальному. Держаний рівень в даній моделі передбачає: створення комплексних програм з профілактики емоційного вигорання серед соціальних працівників на національному рівні, стабільне фінансування та ресурсне забезпечення цих програм; прийняття законів та нормативних актів, спрямованих на захист прав соціальних працівників та створення сприятливих умов для їхньої роботи; підвищення престижу професії; забезпечення фінансової

стійкості; співпрацю з міжнародними організаціями. На організаційному рівні доцільно оптимізувати робоче навантаження (уникаючи перенавантаження та встановлюючи реалістичні терміни виконання завдань); створити сприятливе робоче середовище (зокрема психологічно комфортний робочий простір); забезпечувати необхідними ресурсами (надання працівникам необхідної інформації та матеріалів для роботи); організувати підвищення кваліфікації та професійний розвиток (які відповідатимуть реальним потребам соціальних працівників); передбачити можливість для відпочинку та відновлення (кімнати відпочинку, спортивні програми); застосовувати систему супервізії та професійної підтримки. Індивідуальний або особистісний рівень передбачає глибинну роботу з собою, оскільки спрямований на : розвиток навичок саморегуляції та емоційного інтелекту (вміння розуміти свої емоції та причини їх виникнення, вміння керувати емоціями, розвиток емпатії); проходження особистої психотерапії; навчання технік самодопомоги; створення балансу між роботою та особистим життям (встановлення чітких меж, планування відпочинку, хобі, спілкування, дотримання сімейних традицій та ритуалів); підтримку фізичного здоров'я (режим сну, збалансоване харчування). Соціальний рівень стосується підтримки з боку суспільства та спрямований на підвищення престижу та визнання праці соціальних працівників; формування позитивного іміджу професії; підтримку та захист прав [1; 4; 5; 6; 8].

Висновки. Отже, профілактика емоційного вигорання є постійним процесом, який потребує усвідомлення та активної участі як з боку держави, так і з боку керівництва, працівників та суспільства. На наше переконання саме комплексна робота буде запорукою успішної профілактики емоційного вигорання. Але важливо також пам'ятати, що кожен соціальний працівник – це особистість, яка має індивідуальні потреби та особливості, тому їх варто враховувати при розробці та впровадженні програм профілактики на місцях.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в розвитку компонентів емоційного інтелекту особистості (EQ), а саме у вдосконаленні навичок саморегуляції емоційної сфери через: окреслення змісту та структури

саморегуляції емоційної сфери соціальних працівників; вдосконалення теоретичних положень щодо саморегуляції емоційної сфери у соціальних працівників; створення покрокових інструкцій для розвитку та корекції саморегуляції емоційної сфери соціальних працівників.

Список використаних джерел:

1. Булах І. В. Психологічні чинники емоційного вигорання у майбутніх психологів. Київ, 2022. 67 с.

2. Бутиліна О. В., Бугай К. Є. Професійне вигорання фахівців із соціальної роботи в умовах воєнного стану // SOCIOПРОСТІР: міждисциплінарний електронний збірник наукових праць з соціології та соціальної роботи. 2022, № 12. С. 24–32. https://doi.org/10.26565/2218-2470-2022-12-03

3. Бутиліна О., Радченко Н. Розвиток soft skills як чинник підвищення ефективності діяльності соціальних працівників. SOCIOПРОСТІР. 2020. № 9. С. 38–45.

4. Вознюк Н. В. Професійне вигорання фахівців соціальної сфери. Соціальна робота в Україні: теорія і практика. 2015. № 1-4. С. 167–176.

5. Главацька О. Л. Попередження та подолання професійного вигорання соціальних працівників. Науковий вісник ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота». 2019. Вип. 2 (45). С. 41–45.

6. Денищук І. П. Попередження емоційного вигорання та підвищення стресостійкості педагогів під час війни. Імідж сучасного педагога. 2023. № 3 (210). 89–95

7. Жогно Ю. П. Психологічні особливості емоційного вигорання педагогів : дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук. Одеса, 2009. 249 с.

8. Процик І. С., Романська О. Б. Емоційне вигорання працівників як гальмівний чинник розвитку підприємства в умовах розширення міжнародних економічних відносин. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2021. № 2 (6). С. 99–105.

9. Шевчук В. В. Сучасні підходи до визначення категорії «емоційного вигорання». Габітус. 2020. № 17. С. 123–130.

10. Freudenberger H. Staff burn-out. Journal of Social Issues. 1974. No. 30. P. 159–166.

11. Maslach C., Jackson S. The measurement of experienced burnout. Journal of Organizational Behavior. 1981. No. 2. P. 99–113.

12. Perlman B., Hartman E. Burnout: summary and future research. Human relations. 1982. No. 35.

УДК 796.332:378(045)

Бондар А. А., кандидат наук з фізичного виховання і спорту, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ORCID https://orcid.org/0000-0001-6051-1898

УДОСКОНАЛЕННЯ ФІЗИЧНОЇ ПІДГОТОВЛЕНОСТІ ФУТБОЛІСТІВ НА ЕТАПІ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ БАЗОВОЇ ПІДГОТОВКИ

У статті проаналізовано рівень фізичної підготовленості футболістів на етапі спеціалізованої базової підготовки. На підставі проведеного педагогічного тестування з використанням комплексу тестів за допомогою математико-статистичної обробки отриманих результатів було розроблено оціночні шкали фізичної підготовленості футболістів на етапі спеціалізованої базової підготовки. Ми визначили рівень фізичної підготовленості футболістів. У 60% спортсменів, що прийняли участь у дослідженні відповідає середньому. У 13% спортсменів виявлено рівень фізичної підготовленості нижче середнього, у 20% рівень фізичної підготовленості відповідає вище середнього, лише 7% спортсменів із високим рівнем.

Ключові слова: *фізична підготовленість, кваліфіковані спортсмени, футболісти, змагальна діяльність.*

Постановка проблеми. Наразі професійний футбол набув широкого поширення у всьому світі, у тому числі і в Україні. Футбол як найпрестижніший вид спорту залучає до ДЮСШ, СДЮШОР, спортивних секцій шкіл, технікумів,

закладів вищої освіти велику кількість обдарованих дітей, підлітків та юнаків [5, с. 176]. Займаючись із ними протягом кількох років, тренерам, за рідкісним винятком, не вдається підготувати футболістів високого класу [1, с. 21]. Серед багатьох причин ситуації, що склалася, не останнє місце займає недостатнє наукове обґрунтування процесу підготовки футболістів на всіх етапах багаторічного тренування – від новачка до майстра спорту міжнародного класу [4, с. 102].

Підготовка повноцінного спортивного резерву у футболі вимагає підпорядкування системи спортивного тренування закономірностям природного ритму розвитку організму юних спортсменів [2, с. 38]. Сьогодні накопичилося достатньо даних про те, що фізичні якості юних спортсменів необхідно розвивати вже на початкових етапах багаторічної підготовки, інакше можна згаяти сенситивні періоди їх формування [3, с. 32]. Водночас удосконалення тренувального процесу не повинно призводити до форсування підготовки та призводити до вичерпання функціональних та психологічних резервів юних спортсменів.

Аналіз літературних джерел. Аналіз наукових досліджень показав, що інтенсифікація тренувального процесу, що триває в останні роки, у футбольних командах вищої ліги не призвела до помітного зростання спортивної майстерності. Резерви прогресу досягнень, як видно з аналізу літературних джерел, слід шукати в раціоналізації підготовки юних футболістів, що особливо актуально для етапу спеціалізованої базової підготовки. З метою успішного управління тренувальним процесом тренер має володіти об’єктивною та достовірною інформацією про кожного спортсмена, про вплив фізичних навантажень та про викликані ними зміни у функціональних системах організму юних футболістів та вміти оперативно оцінювати рівень техніко-тактичної майстерності для успішного виховання футболістів високої кваліфікації.

В. В. Ніколаєнко у своїй монографії розкриває особливості побудови системи багаторічної підготовки футболістів, де пропонує шляхи удосконалення фізичних якостей [5, с. 105].

З метою вивчення впливу занять на показники фізичних якостей студентів (юнаків) І-ІІ курсів на початку і кінці І семестру В. В. Соломонко та ін., було проведено тестування наступних фізичних якостей: гнучкості – нахил тулуба, стоячи на гімнастичній лаві; вибухової сили – стрибок вгору з місця; швидкісної витривалості – човниковий біг 4х9 м; силової витривалості рук – згинання та розгинання рук в упорі лежачи; силової витривалості тулуба – піднімання тулуба з положення лежачи на спині, руки за головою, ноги закріплені; рівноваги (тіла) – балансування стоячи на одній нозі на опорі. Проведене дослідження дозволило констатувати зростання усіх показників фізичних якостей студентів. Варто зауважити, що найбільше покращились результати у човниковому бігу (4×9 м.) та у стрибках вгору з місця [7, с. 100-101].

У свою чергу С. Г. Собко і Н. Г. Собко вважають, що для успішного функціонування ідей управління на практиці необхідно виконувати комплекс заходів, що включають наступні компоненти: збір інформації, що характеризує рівень підготовленості спортсмена, її сильні і слабкі сторони, і навіть «оточуюче серидовище» спортсмена (тобто, умови, в яких він живе, тренується та змагається); аналіз отриманої інформації; порівняння модельних показників із функціональними можливостями конкретного спортсмена; складання програми, планів тренування; обрання стратегії підготовки; вибір тренувальних засобів; реалізація програми та планів тренування; оцінка ефективності «роботи» своєї програми; коригування ходу подальших дій та внесення необхідних змін до документів планування; після використання системи комплексного контролю - постановка нових завдань та складання нових програм і планів [6, с. 529].

Мета статті. Проаналізувати рівень фізичної підготовленості футболістів на етапі спеціалізованої базової підготовки.

Методи дослідження. Для отримання кількісних даних фізичної підготовленості кваліфікованих футболістів нами використовувались такі методи дослідження: аналіз наукової та методичної літератури, даних мережі Інтернет, педагогічне тестування, методи математичної статистики.

Для визначення рівня фізичної підготовленості, розвитку рухових якостей використовувалися педагогічні тести для спортсменів, які спеціалізуються у футболі на етапі спеціалізованої базової підготовки.

Запропоновані тести були поділені на три групи. До першої належали бігові тести, до другої – стрибкові, до третьої – тести з обтяженням.

У дослідженнях взяли участь 15 кваліфікованих спортсменів (юнаків), які спеціалізуються у футболі віком 15-17 років. Усі спортсмени, які беруть участь в експерименті на момент проведення досліджень, за даними диспансерного обстеження, були здорові. Футболісти дали свою згоду на проведення досліджень.

Виклад основного матеріалу. Вивчення системи оцінки фізичної підготовленості спортсменів, які спеціалізуються у футболі, у процесі багаторічного спортивного вдосконалення має важливе значення для підвищення ефективності тренувальної та змагальної діяльності спортсменів. З метою визначення рівня фізичної підготовленості футболістів застосовувалося педагогічне тестування, що складалося з дев'яти тестових вправ та дозволило оцінити рівень розвитку різних рухових якостей та здібностей, таких як швидкість, спеціальну витривалість, вибухову силу, швидкісно-силові здібності, силу верхніх кінцівок. Підібраний комплекс педагогічних тестів для оцінки фізичної підготовленості футболістів, які застосовувались в наших дослідженнях, дозволив зібрати масив результатів, який згодом піддавався математико-статистичній обробці.

Після проведення математико-статистичного аналізу отриманих результатів досліджень було розроблено оціночні шкали фізичної підготовленості. Рівень фізичної підготовленості оцінювався за п'ятибальною шкалою: 1 – низький, 2 – нижче за середній, 3 – середній, 4 – вище за середній, 5 – високий, яка розраховувалася для кожної групи футболістів на основі сигмовидних шкал.

Застосовуючи розроблені критерії оцінки, визначили рівень фізичної підготовленості спортсменів. Для аналізу розглядалася інтегральна оцінка – середня арифметична за всі тестові вправи. Було виявлено, що більший відсоток спортсменів, що спеціалізуються на футболі, на етапі спеціалізованої базової підготовки відповідає середньому рівню підготовленості – 9 спортсменів, що становить 60% обстежених. У двох спортсменів виявлено рівень фізичної підготовленості нижче середнього (13%).

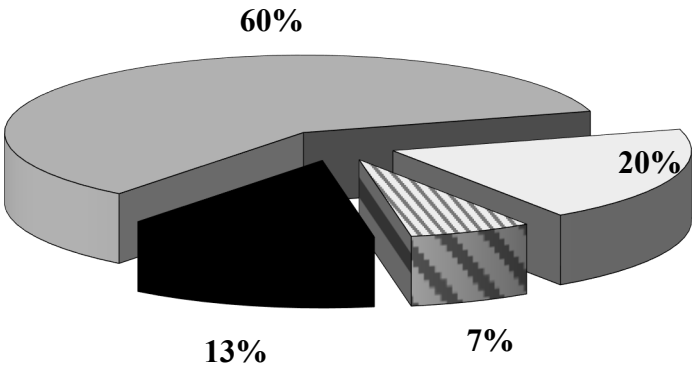


Рисунок 1 – Розподіл спортсменів за рівнем фізичної підготовленості:
■ нижче середнього;
▒ - середній;
□ - вище середнього;
▨ - високий.

У трьох спортсменів рівень фізичної підготовленості відповідає вище середньому (20%) та один спортсмен з високим рівнем – 7% (рис.1). На малюнку 1 представлено відсоткове співвідношення футболістів із різним рівнем фізичної підготовленості на етапіспеціалізованої базової підготовки.

Як видно з наведених даних у футболістів, які взяли участь в дослідженні, які знаходяться на етапі спеціалізованої базової підготовки, недостатньо високий рівень фізичної підготовленості. Розроблені критерії оцінки апробовані на практиці підготовки футболістів, що дає можливість рекомендувати їх для застосування під час поточного контролю рівня підготовленості спортсменів.

Висновок. Отримання в ході дослідження матеріали дозволили говорити про те, що в процесі багаторічного спортивного вдосконалення спортсменів, що спеціалізуються у футболі, на етапі спеціалізованої базової підготовки важливе значення набуває оцінка рівня фізичної підготовленості спортсменів. Застосовуючи комплекс педагогічних тестів, що складаються з бігових, стрибкових тестів, тестів з обтяженнями (використовувалося легкоатлетичне ядро), визначили рівень розвитку різних рухових якостей та здібностей, необхідних для футболістів, таких як швидкість, швидкісна витривалість, витривалість, сила, швидкісно-силові здібності.

На підставі проведеного педагогічного тестування з використанням комплексу тестів за допомогою математико-статистичної обробки отриманих

результатів було розроблено оціночні шкали фізичної підготовленості футболістів на етапі спеціалізованої базової підготовки. Визначили рівень фізичної підготовленості футболістів. У 60% спортсменів, що прийняли участь у дослідженні відповідає середньому. У 13% спортсменів виявлено рівень фізичної підготовленості нижче середнього, у 20% - рівень фізичної підготовленості відповідає вище середнього, лише 7% спортсменів із високим рівнем.

Список використаних джерел:

1. Бондар А. Особливості просторової організації тіла у спортсменів різної кваліфікації при ударі по м'ячу в футболі. *Науковий часопис. Серія №15. Науково-педагогічні проблеми фізичної культури.* 2020. Випуск 5(126) 20. С. 20-23.

2. Бондар А. А., Ільчишина В. В. Розвиток координаційних здібностей у футболістів у закладах вищої освіти. *Науковий часопис. Серія №15. Науково-педагогічні проблеми фізичної культури.* 2019. № 9(117)19. С.37-40.

3. Бондар А. А., Дусь С. В., Колос О. А., Підлужняк О. І. Удосконалення кутових характеристик у футболістів у непрофільних ЗВО. *Науковий часопис. Серія №15. Науково-педагогічні проблеми фізичної культури.* 2022. Випуск 10(155). С. 40-43. DOI: https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series15.2022.10(155).10

4. Лисенчук Г. А., Залойло В. В., Журавлев С. А. Особливості фізичної підготовленості футболістів. *Фізичне виховання студентів.* Харків, ХООНОКУ-ХГАДИ. 2010. № 1. С. 75-79.

5. Ніколаєнко В. В. Педагогічна технологія управління багаторічним процесом формування техніко-тактичної майстерності футболістів. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова.* 2014. Вип. 6 (49). С. 97-111.

6. Собко С. Г., Собко Н. Г. Оцінка показників фізичної підготовленості юних футболістів на етапі спеціалізованої базової підготовки у річному циклі тренувань. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.* 2018. Випуск ЗК (97) 18. С. 527–530.

7. Соломонко В. В., Лісенчук Г. А., Соломонко О. В. Футбол: підручник для студентів вищих навчальних закладів фізичного виховання і спорту. К.: Олімпійська література. 2005. С. 100-101.

УДК 796(015+42):378(045)

Пуздимір М. І., доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0003-1350-231X
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ПЕРІОДИЗАЦІЯ ТРЕНУВАНЬ СТУДЕНТІВ-ЛЕГКОАТЛЕТІВ В РІЧНОМУ МАКРОЦИКЛІ

У статті досліджується періодзація тренувань студентів-легкоатлетів у річному макроциклі як ключовий елемент їхньої підготовки, що дозволяє поєднувати спортивні досягнення з академічним навантаженням. Аналізуються структура макроциклу, що включає підготовчу, змагальну та перехідну фази, а також особливості їх адаптації до потреб молодих спортсменів. На основі сучасних досліджень підкреслюється важливість індивідуалізації, використання носимих технологій і врахування фізіологічних показників для оптимізації тренувального процесу. Запропоновано практичні рекомендації щодо розподілу навантажень, відновлення та синхронізації підготовки з університетськими змаганнями. Дослідження спрямоване на підвищення ефективності підготовки студентів-легкоатлетів і гармонійний розвиток їхніх спортивних якостей.

***Ключові слова**: періодзація, річний макроцикл, студенти-легкоатлети, тренувальний процес, індивідуалізація, відновлення, спортивна підготовка, носимі технології, фізіологічні показники, змагальна форма*.

Постановка проблеми. Періодизація тренувань студентів-легкоатлетів у річному макроциклі є ключовим аспектом підготовки молодих спортсменів, які прагнуть поєднувати спортивні досягнення з академічним життям. Значення цього питання важко переоцінити, адже ефективна організація тренувального процесу дозволяє не лише досягати високих результатів на змаганнях, але й підтримувати фізичне та психологічне здоров’я атлетів, уникаючи перевтоми. Студенти, які займаються легкою атлетикою, стикаються з унікальними

викликами: необхідність балансувати між інтенсивними тренуваннями, навчальними обов'язками та соціальним життям вимагає ретельно спланованого підходу до підготовки. Саме тому створення структурованого річного плану тренувань, адаптованого до фізіологічних особливостей і розкладу молодих спортсменів, набуває особливої актуальності.

Метою цього аналізу є дослідження принципів побудови річного макроциклу для студентів-легкоатлетів, визначення оптимальних стратегій періодзації та формулювання практичних рекомендацій для підвищення ефективності тренувального процесу. Для досягнення цієї мети було проаналізовано наукову літературу з питань спортивної фізіології та теорії тренувань, вивчено досвід провідних тренерів, а також проведено спостереження за організацією підготовки студентів у вищих навчальних закладах. Порівняння різних моделей річного планування дозволило виявити універсальні принципи та специфіку їх застосування для молодих атлетів.

Аналіз останніх досліджень та виклад основного матеріалу. Останні дослідження у сфері спортивної науки підкреслюють важливість індивідуалізації та використання даних для оптимізації періодзації. Зокрема, стаття в *Journal of Sports Sciences* (2023) наголошує на ефективності адаптивної періодзації, яка передбачає регулярне коригування тренувальних планів на основі фізіологічних показників, таких як частота серцевих скорочень у спокої чи рівень лактату в крові. Дослідження показало, що студенти-атлети, чиї програми адаптувалися до їхнього поточного стану, демонстрували на 15% кращі результати порівняно з тими, хто дотримувався стандартних планів. Інше дослідження, опубліковане в *International Journal of Sports Physiology and Performance* (2024), підкреслює роль мікроциклів відновлення для молодих спортсменів. Автори рекомендують включати щонайменше два дні низькоінтенсивних занять на тиждень під час підготовчої фази, щоб знизити ризик перетренованості, особливо для студентів із високим академічним навантаженням. Крім того, використання носимих технологій, таких як GPS-трекери та пульсометри, стало стандартом у сучасних програмах підготовки [3, стор. 1418]. Дослідження в *Sports Medicine* (2024)

показало, що моніторинг тренувального навантаження в реальному часі дозволяє на 20% ефективніше розподіляти інтенсивність занять, що особливо важливо для атлетів, які поєднують спорт і навчання [2, стор. 92-100].

Річний макроцикл у легкій атлетиці являє собою комплексний план, який охоплює весь спортивний сезон і спрямований на поступове нарощування фізичних якостей, досягнення пікової форми та відновлення після змагань. Традиційно він включає три основні фази: підготовчу, змагальну та перехідну, кожна з яких має свої завдання і методи. Підготовча фаза є фундаментом для подальших успіхів. У цей час атлети зосереджуються на розвитку загальної фізичної підготовки, зміцненні м'язової системи, підвищенні аеробної витривалості та вдосконаленні техніки. Наприклад, бігуни можуть виконувати тривалі пробіжки в помірному темпі, тоді як стрибуни чи метальники працюють над координацією та силовими показниками. Поступово акцент зміщується до спеціальної підготовки, де тренування стають більш інтенсивними й наближеними до змагальних умов, наприклад, через інтервальні спринти чи відпрацювання стартової техніки [1, стор. 300-301].

Змагальна фаза є кульмінацією річного циклу, коли атлети прагнуть продемонструвати максимальні результати. У цей період тренування спрямовані на підтримку високого рівня спеціальних якостей, таких як швидкість чи вибухова сила, а також на вдосконалення тактичних навичок і психологічної готовності. Важливим елементом є моделювання змагальних ситуацій, що дозволяє спортсменам адаптуватися до стресу стартів і вдосконалити стратегію виступів. Після завершення змагального сезону настає перехідна фаза, яка відіграє ключову роль у відновленні. Атлети займаються активним відпочинком, наприклад, легкими пробіжками, плаванням чи йогою, що допомагає зняти фізичну та емоційну напругу, а також підготувати організм до нового циклу [5, стор. 387-389].

Особливістю підготовки студентів-легкоатлетів є необхідність адаптувати тренувальний процес до їхнього способу життя. Обмежений час, академічне навантаження та потреба в достатньому відпочинку вимагають гнучкості у

плануванні. Індивідуальний підхід є критично важливим: тренувальні програми мають враховувати спеціалізацію атлета, його фізичний стан і рівень підготовки. Наприклад, спринтери потребують акценту на вибуховій силі, тоді як бігуни на довгі дистанції – на витривалості. Крім того, врахування сезонності змагань, які часто припадають на весну та осінь, дозволяє синхронізувати пікову форму з ключовими стартами. Сучасні технології, такі як пульсометри чи GPS-трекери, значно полегшують моніторинг стану атлетів, допомагаючи тренерам коригувати навантаження та уникати перетренованості [4, стор. 246-250].

Висновки. На основі проведеного аналізу можна сформулювати низку рекомендацій для оптимізації тренувального процесу. У підготовчій фазі більшу частину часу слід присвячувати розвитку базових фізичних якостей, поступово вводячи спеціальні вправи. Під час змагальної фази важливо зосередитися на підтримці форми та психологічній підготовці, використовуючи контрольні старти для оцінки прогресу. У перехідній фазі акцент має бути на відновленні, але без повного припинення фізичної активності. Тренувальний тиждень доцільно будувати за принципом чергування інтенсивних і відновлювальних занять, що дозволяє уникнути перевтоми. Використання даних про фізичний стан спортсменів, отриманих за допомогою сучасних пристроїв, сприяє точнішому плануванню та підвищенню ефективності підготовки.

Таким чином, періодзація річного макроциклу є невід’ємною частиною успішної підготовки студентів-легкоатлетів. Вона забезпечує системний підхід до розвитку фізичних і психологічних якостей, дозволяючи досягати високих результатів без шкоди для здоров’я. Гнучке планування, яке враховує індивідуальні особливості та зовнішні фактори, такі як навчальний графік, є запорукою гармонійного розвитку молодих спортсменів. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вдосконалення методик періодзації для різних дисциплін легкої атлетики та інтеграцію нових технологій у тренувальний процес, що відкриває перспективи для підвищення спортивної майстерності студентів.

Список використаних джерел:

1. Фрицюк Валентина, Пуздимір Микола. Особливості тактики подолання середніх олімпійських дистанцій у чоловічому плаванні. Фізична культура, спорт та здоров'я нації: збірник наукових праць. Вінниця: ТОВ «Твори», 2020. Вип. 9 (28). С. 299-304.

2. Kostiantyn Prontenko, Grygoriy Griban, Tetiana Plachynda, Ivan Mychka, Oksana Khurtenko, Bogdan Semeniv, Oleksandr Gnydiuk, Vadym Muzhychok, Mykola Puzdymir. Model characteristics of sportsmen' preparedness in kettlebell lifting Baltic Journal of Health and Physical Activity. 2020. №12(3). С.92-102.

3. Olena Spesyvykh, Georgii Lopatenko, Olena Polianychko, Anastasia Vorobiova, Lesia Lytvynchuk, Svitlana Salnykova. Research on the brain asymmetry of qualified athletes using dance sport as an example Journal of Physical Education and Sport ® (JPES), Vol 19 (Supplement issue 4), Art 205 pp 1418 – 1423, 2019 online ISSN: 2247 - 806X, p-ISSN: 2247 – 8051, ISSN - L = 2247 - 8051 © JPES DOI:10.7752/jpes.2019.s4204.

4. Sergiy Drachuk, Viktoriia Bohuslavska, Maryan Pityn, Yuriy Furman, Viktor Kostiukevych, Nataliia Gavrylova, Svitlana Salnykova, Tetiana Didyk. Energy supply capacity when using different exercise modes for young 17–19- year-old men. Journal of Physical Education and Sport ® (JPES), 18(1), Art 33, pp. 246 - 254. online ISSN: 2247 - 806X, p-ISSN: 2247 – 8051, ISSN - L = 2247 - 8051 c JPES DOI: 10.7752/jpes.2018.01033.

5. Viacheslav Miroshnichenko, Svitlana Salnykova, Viktoriia Bohuslavska, Maryan Pityn, Yuriy Furman, Volodymyr Iakovliv, Zoryana Semeryak. Enhancement of physical health in girls of 17-19 years by adoption of physical loads taking their somatotype into account Journal of Physical Education and Sport ® (JPES), Vol 19 (Supplement issue 2), Art 58, pp 387 - 392, 2019 online ISSN: 2247 - 806X, p-ISSN: 2247 – 8051, ISSN - L = 2247 - 8051 © JPES

УДК: [796.015.6:796.325]:726.0121

Рогаль І. В.
ORCID https://orcid.org/0000-0001-6670-9117
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

НАВЧАННЯ ТЕХНІКИ ВОЛЕЙБОЛУ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Волейбол є однією з основних невід'ємних частин змісту навчальної програми з фізичного виховання та факультативних занять, а також фізкультурно-оздоровчих заходів. Основними видами рухових актів є швидкі переміщення, стрибки, кидки, подачі, передачі, прийоми, блокування мя'ча, нападаючі удари, виконання яких пов'язане з певним ризиком і вимагає сміливості і самовладання. У цій грі немає часу для довгих роздумів і вагань. Оцінка ситуації, прийняття правильного рішення та його виконання має виконуватися поки м'яч летить. Враховуючи на специфіку гри у волейбол, володіння бездоганною технікою відіграє вирішальне значення в досягненні високих результатів.

Ключові слова: *волейбол, техніка, подача, передача, нападаючий удар, студенти.*

Постановка проблеми: Волейбол є однією з основних невід'ємних частин змісту навчальної програми з фізичного виховання та факультативних занять, а також фізкультурно-оздоровчих заходів. Особлива увага приділяється досягненню тренувального ефекту від застосування засобів волейболу для поліпшення швидкості, рухів збільшеної амплітуди, швидкісно-силових якостей, розвитку загальної та спеціальної витривалості. У процесі проходження навчального матеріалу з волейболу, одним з домінуючих аспектів є використання засобів цієї гри в оздоровчому напрямку, контролювати стан свого організму та зміни, що відбуваються після використання засобів гри у волейбол, як фізичного навантаження.

Техніка гри у волейболі характеризується різноманітністю прийомів, що

виконуються в умовах переміщень по ігровому майданчику. Саме тому, волейболісти повинні уміти виконувати прийоми м'яча та нападаючі удари, блокування, передачі м'яча [3, с. 16-21].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З огляду на те, що існують роботи, які вказують на прямий пропорційний зв'язок між фізичним розвитком, морфо-функціональним станом організму та загальною фізичною підготовленістю можна стверджувати про можливість впливу на технічну підготовленість студентів, які займаються у спортивних секціях з волейболу, через удосконалення у них певних фізичних якостей. При правильній організації занять волейбол сприяє зміцненню опорно-рухового апарату та вдосконалення усіх функцій організму. Різноманіття рухових навиків та дій різних за координаційною структурою та інтенсивністю, видовищсність гри особливо до вподоби студентській молоді.

Чернов Л. Я. виділив основні технічні дії, необхідні для опанування гри у волейбол: подача, прийом, передача м'яча, атакуючий удар, блок та перекидання (технічний прийом захисту, коли атака неможлива). З метою розвитку необхідних для цієї спортивної гри фізичних якостей автор пропонує в тренувальному процесі застосовувати вправи, спрямовані на розвиток швидкості, спритності, гнучкості, сили, вибухової сили тощо [5, с. 223-2225].

Мета статті: визначити особливості техніки гри волейболістів.

Виклад основного матеріалу: Змагання з волейболу вимагають від спортсменів прояву сміливості, рішучості, витримки, вміння долати труднощі, а чітке дотримання правил сприяє вихованню організованості та дисципліни. Сучасний волейбол – комбінаційна гра, що проходить у високому темпі, атаки розвиваються швидко, взаємодії гравців біля сітки складні. Вони повинні миттєво вміти переключатися від нападу до захисту. Така миттєва зміна ситуацій обумовлюється правилами гри.

Це гра яка завоювала серця багатьох мільйонів людей нашої планети на всіх континентах без винятку. Надзвичайну швидку зміну атакуючих і захисних дій – у кожному розіграші можна простежити всі складові елементи гри: подача-

прийом-пас-атака-блок-прийом і варіації їх безліч, тому волейбол завжди цікавий. У цій грі немає часу для довгих роздумів і вагань. Оцінка ситуації, прийняття правильного рішення та його виконання має виконуватися поки м'яч летить [3, с. 16-21].

Техніка волейболу включає комплекс прийомів, за допомогою яких ведеться гра. Досконала техніка створює сприятливі умови для успішного вирішення ігрових завдань в захисті та нападі і базується на природній координації рухів людини. Тільки в цьому випадку можна досягти ефективності дій в грі, економного витрачання сил протягом усієї зустрічі.

Враховуючи на специфіку гри у волейбол, володіння бездоганною технікою відіграє вирішальне значення в досягненні високих результатів. Техніку гри у волейбол складають основні ігрові прийоми та способи їх взаємодії, які є необхідними для ведення гри. Різноманітні чергування рухів, якими володіє волейболіст, характеризують його технічну підготовленість.

Техніка гри за своєю характеристикою поділяється на: техніку гри в захисті та в нападі. До техніки нападу входять: переміщення, подачі, передачі м'яча, нападаючі удари.

Переміщення – це рухи гравця кроком, стрибком, бігом для вибору успішного місця для виконання конкретного технічного прийому. Переміщатися до м'яча гравець може звичайними або повільними кроками. Якщо відстань між гравцем і м'ячем велика, або м'яч летить досить швидко, то волейболіст біжить до м'яча, робить стрибок, або достає м'яч в падінні. У сучасному волейболі подача використовується не тільки для початку гри, а й як ефективний засіб атаки, за допомогою якого суперникам важко організувати комбінаційні дії у нападі.

Подачі бувають силові, націлені і планеруючі. Точне виконання подачі значно ускладнює прийом суперникові. Як правило, на тренуваннях дуже велика увага приділяється саме цьому елементу. Застосування подач за рахунок швидкості м'яча, що летить (силова подача), точності (націлена подача),зміни траєкторії і польоту (планеруюча подача). Доказано, що команди з більш агресивною подачею досягають кращих результатів.

Нападаючий удар – технічний прийом атаки який полягає в тому, що гравець перебирає м’яч однією рукою на сторону суперника вище верхнього краю сітки. Нападаючи удар виконується так: стрибок з місця або з розбігу, удар, приземлення. Що стрибнути з розбігу, потрібно відштовхнутися однією або двома ногами, з місця – тільки двома ногами. Виконуючи стрибок відштовхуванням двома ногами під час бігу, гравець набирає швидкість, необхідну для високого стрибка [4, с. 37-38].

Залежно від ігрової обстановки (від напрямку і характеру подач, від того, який блок поставив суперник), нападаючий гравець намагається зробити такий удар, за допомогою якого можна провести удар по м’ячу мимо рук блокуючи гравців. Нападаючі удари ефективні, якщо гравець володіє не одним якимось способом, а всім арсеналом технічних засобів нападу.

Нападаючі удари бувають прямі й бокові. Прямі виконують з положення обличчя до сітки, бокові удари плечем. Прямі й бокові удари виконують з переводом м'яча в різні зони [2, с. 26-29].

Передача м’яча – технічний прийом, за допомогою якого м’яч направляється вище верхнього краю сітки для виконання нападаючого удару [4, с. 37-38]. Обов’язковою умовою виконання передачі є своєчасний вихід до м’яча й правильне зайняття вихідного положення .

Передачі бувають короткі (у межах однієї зони), середні (із зони 2 в зону 3) і довгі (із зони 2 в 4). Передачі можуть бути низькими (заввишки до 1 м), середніми (до 2 м) і високими (понад 2 м). Під час виконання високих і довгих передач робота ніг більш активна. Короткі передачі найкраще виконувати в стрибку, це складний технічний прийом, тому що виконується в без опорному положенні.

Останнім часом волейболі дуже часто застосовують передачу на другу лінію, це значно підвищує ефективність атакуючих дій. Важливе значення полягає у командній грі у захист. Всі старання команди зведуться нанівець, якщо гравці допускатимуть помилки з захисних діях.

Захисні дії складаються з переміщень, прийому м’яча, блокування, прийому

після нападаючого удару. У сучасному волейболі використовують такі способи прийому м'яча: двома руками знизу, двома руками згори, однією рукою знизу в падінні.

Прийом подачі багато в чому визначає ефективність нападаючих дій команди. Показником якості прийому першого м'яча служить точність першої передачі [1, с. 26-27].

Блокування – це основний спосіб протидії діям суперника над сіткою. У волейболі блокування застосовують для ефективних захисних дій. Блокування складається з переміщення, стрибка, винесення і постановки рук над сіткою та приземлення.

Вибір моменту стрибка блокуючого гравця визначається діями нападаючого. Переміщення, стартові стійки, ривки, самострахування вважаються найголовнішим елементом техніки захисту. Переміщатися можна вперед, назад і в сторони. Переміщення волейболіста це підготовка до виконання основних ігрових дій. Після стартового ривку гравець повинен зайняти таке положення, щоб бути готовим до виконання наступних дій на майданчику. Його рухи специфічні: зігнутий тулуб при ходьбі, нетипові для ходьби рухи рук. Для бігу характерні стартові ривки, подолання незначної відстані і часті зупинки.

Для того, щоб гарно грати в захисті потрібно розвивати спритність, приділяти велику увагу координації рухів, оскільки саме від них залежить правильність виконання.

Виховання спритності у волейболістів пов'язане у першу чергу із симетричністю рухів, рівномірністю їхніх зусиль при прийомах і передачах м'яча. Також спритність залежить від уміння волейболіста володіти своїм тілом при виконання різноманітних падінь, перекатів, при нападаючих ударах і блокуванні м'яча. Також на заняттях з волейболу потрібно використовувати спеціальні вправи для розвитку сили, швидкості, стрибучості, витривалості, спритності і гнучкості. Засобами розвитку сили повинні бути вправи динамічного характеру з помірним навантаженням. Застосовуються переважно вправи з обтяжуваннями власної маси (присідання, стрибки, віджимання тощо),

також корисні рухливі ігри, в яких потрібні короткочасні швидкісно-силові напруження. Можна застосовувати також вправи із зовнішніми обтяжуваннями (для цього використовуються набивні м'ячі, гантелі, кулі). Всі ці вправи підвищать рівень фізичної підготовки, зокрема швидкість, силу, спритність. Ці якості відіграють важливу роль у діях в захисті і нападі.

Раціоналізація тренувального процесу та чітка градація дій учасників команди під час захисту чи нападу забезпечують покращення техніки у волейболі з одночасним удосконаленням швидкісної техніки.

Слід зазначити, що у пошуках інноваційних підходів до тренувального процесу тренери часто схиляються до одночасного використання під час гри різних варіантів подач й атак, що, є запорукою підвищення рівня гри, одночасно забезпечує дієву атаку та сильний захист [3, с. 34-36].

Іншою інноваційною складовою в технічній підготовці волейболістів є оптимальне застосування обманних рухів. Всі інноваційні підходи в спортивному тренуванні спрямовані на досягнення максимально позитивного результату. Під час гри у нападі частіше використовується напад із задньої лінії, і не лише з першої зони, але й з п'ятої і, особливо, з шостої. Часто підключають до нападу гравців задньої лінії, коли гравець, що пасує також знаходиться на задній лінії, тобто є четвертим нападаючим. При грі в захисті частіше гравці страхують своїх блокуючих гравцем передньої лінії, що не бере участь у блоці, та гравцями першої і п'ятої зони [5, с. 222-225].

Висновки і пропозиції. Якісно новий рівень гри у волейбол залежить від раціонального використання в тренувальному процесі студентів інноваційних підходів до технічної підготовки. Для досягнення позитивних результатів у швидко мінливих ігрових положеннях, волейболіст повинен володіти великим арсеналом прийомів і способів техніки. Рівень технічної майстерності окремого гравця, багато в чому визначає успіх команди.

Список використаних джерел:

1. Гаркуша С. В. Педагогічні аспекти дослідження технічної підготовки гравців під час змагань з волейболу. *Вісник Чернігівського державного педагогічного університету ім. Т.Г. Шевченка.* 2001. №7. С. 26-29.

2. Дорошенко Е. Ю., Мельничук Ю. В. Параметри ефективності техніко-тактичної діяльності кваліфікованих волейболістів. *Теорія і методика фізичного виховання і спорту.* 2006. №2. С. 16-21.

3. Костюкевич В. М., Драчук А. І., Зацерковна Л. М. Теорія і методика техніко-тактичної ігрової і загальної підготовки спортсменів ігровиків. *Навчально-методичний посібник з теорії і методики обраного ви спорту для студентів з фізичного виховання і спорту.* Вінниця: ВДПУ, 2004. С. 37-38.

4. Рогаль І. В., Васькевич С. С. «Вплив занять з волейболу на здоровий спосіб життя студентів» Збірник наукових праць II Всеукраїнська інтернет-конференція Color of Science «Перспективи, проблеми та наявні здобутки розвитку фізичної культури і спорту в Україні», 30 січня 2019 року, м. Вінниця. С. 100- 104.

5. Сальникова Світлана, Гуренко Олександр, Пуздимір Микола. Динаміка показників фізичної підготовленості студентів ВНЗ під впливом занять з плавання, легкої атлетики та боксу. Фізична культура, спорт та здоров'я нації : зб. наук. праць. гол. ред. В. М. Костюкевич. Вінниця-Житомир. 2017. С. 226-231. ISSN 2071-5285.

УДК [797.217+796.015.574]:796.015.572-055.2

Сальникова С. В., кандидат наук з фізичного виховання і спорту, доцент

ORCID https://orcid.org/0000-0003-4675-6105

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ДОСВІВД ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ПЛАВАННЯ ТА АКВАФІТНЕСУ У РЕАБІЛІТАЦІЇ ОСІБ З НАСЛІДКАМИ ТРАВМУВАННЯ КОЛІННОГО СУГЛОБУ

Стаття присвячена огляду можливостей та доцільності використання у реабілітаційному процесі осіб з наслідками травм колінного суглобу засобів

плавання та аквафітнесу. Оздоровче значення фізичної активності у водному середовищі полягає в тому, що вона є одним з ефективних засобів гартування людини, яка підвищує опір організму до дії температурних коливань. Заняття плаванням та аквафітнесом сприяють усуненню порушень опорно-рухового апарату, гармонійно розвивають майже всі групи м'язів.

***Ключові слова**: аквафітнес, плавання, реабілітація, здоров'я, оздоровлення*

Постановка проблеми. Сучасна медицина стикається з дедалі більшим числом випадків дегенеративних захворювань опорно-рухового апарату, серед яких посттравматичний артроз колінного суглобу посідає особливе місце. Ця патологія виникає як наслідок механічних ушкоджень суглобових структур – переломів, розривів зв'язок, травм меніска чи хряща – і характеризується поступовим руйнуванням суглобового хряща, хронічним больовим синдромом та обмеженням рухливості [8, стор. 227].

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), артроз є однією з провідних причин інвалідизації серед осіб працездатного віку, а його посттравматична форма становить значну частку випадків, особливо серед молодого населення, що зазнає спортивних чи побутових травм. У цьому контексті актуальність реабілітаційних заходів набуває критичного значення, адже своєчасне та ефективне відновлення функцій колінного суглобу дозволяє не лише повернути до активного життя, але й запобігти подальшому прогресуванню захворювання [8, стор. 227].

Мета статті полягає в аналізі доступних результатів наукових досліджень з питань використання засобів плавання та аквафітнесу у реабілітації осіб з травмами колінних суглобів для подальшої інтеграції напрацювань в програму фізичного виховання студентів спеціальної медичної групи

Аналіз останніх досліджень та виклад основного матеріалу. Посттравматичний артроз колінного суглобу є вторинним дегенеративним захворюванням, що виникає внаслідок травм і характеризується прогресуючою деградацією суглобового хряща, болем та обмеженням рухливості. Реабілітація таких станів вимагає методів, які одночасно зменшують навантаження на суглоб

і сприяють відновленню його функцій. У цьому контексті плавання та водні вправи визнано ефективними засобами, що базуються на принципах гідростатики, гідродинаміки та фізіологічної адаптації. Дослідження закордонних науковців підтверджують значний потенціал цих методів у терапії ПТА [2, стор. 204-205].

Анатомо-фізіологічні особливості колінного суглобу роблять його вразливим до травм і дегенеративних змін, але водне середовище створює унікальні умови для реабілітації. Гідростатична підтримка води зменшує гравітаційне навантаження на суглоб, що дозволяє пацієнтам виконувати рухи без болю та ризику додаткового ушкодження. Британський фізіотерапевт Майкл Дж. Каллахен довів, що плавання протягом 8 тижнів сприяє покращенню сили чотириголового м’яза стегна на 15–20%, що є критичним для стабілізації коліна [2, стор. 204-205].

Австралійська дослідниця Кім Беннелл акцентує на здатності плавання покращувати кровообіг у суглобових тканинах, що сприяє живленню хряща та уповільненню дегенеративних змін на ранніх стадіях ПТА. Її роботи демонструють, що регулярні заняття у воді підвищують функціональну рухливість коліна без надмірного механічного стресу. Це особливо важливо для осіб, які перенесли травми зв’язок чи меніска, де збереження суглобової конгруентності є пріоритетом [1, стор. 455].

Американський фізіотерапевт Джеймс Е. Захазевскі розробив протоколи гідротерапії, які включають плавання як засіб відновлення діапазону рухів. Він встановив, що опір води під час рухів м’яко зміцнює м’язи навколо коліна, зокрема групу задньої поверхні стегна та литковий м’яз, що зменшує ризик прогресування ПТА. Його підхід інтегрує плавання в комплексну реабілітацію, забезпечуючи поступове повернення до повсякденної активності [10, стор. 28].

Норвезька дослідниця Лінда Фернандес у своїх працях довела, що 12-тижневий курс водних вправ знижує рівень болю на 30% за шкалою WOMAC і покращує якість життя пацієнтів із ПТА. Її дослідження підкреслюють психологічний аспект реабілітації: плавання сприяє релаксації та зниженню

стресу, що опосередковано впливає на сприйняття болю. Водночас Томас Райлі заклав основи розуміння біомеханічних переваг плавання, довівши, що відсутність ударного навантаження робить його ідеальним для осіб із посттравматичними станами [4, стор. 153].

Застосування засобів плавання в реабілітації ПТА має кілька ключових переваг: зменшення ваги тіла у воді знижує компресію суглоба, опір води сприяє м'язовому тонусу, а температура води (зазвичай 28–32°C у терапевтичних басейнах) покращує кровотік і еластичність тканин. Ці фактори створюють оптимальні умови для відновлення, особливо на етапах, коли традиційні наземні вправи можуть бути протипоказані [8, стор. 226-227].

Отже, плавання є науково обґрунтованим і безпечним методом реабілітації осіб із посттравматичним артрозом колінного суглобу. Дослідження Каллахена, Беннелл, Захазевскі, Фернандес і Райлі підтверджують його ефективність у зменшенні болю, покращенні рухливості та уповільненні дегенеративних процесів, що робить його цінним компонентом комплексної терапії [4, стор. 153].

Вітчизняні науковці та фахівці також активно досліджували ці методи, пропонуючи обґрунтовані рішення для відновлення функцій колінного суглобу.

Фізичні властивості водного середовища – гідростатична підтримка, опір і температура – створюють оптимальні умови для реабілітації осіб із ПТА. Зменшення ваги тіла у воді дозволяє виконувати рухи з мінімальним навантаженням на суглобові поверхні, що є критичним на етапах загострення чи після хірургічного втручання. Олександр Владимиров розробив програми аквареабілітації, які демонструють зниження больового синдрому на 20–25% протягом 6–8 тижнів регулярних занять. Його дослідження підкреслюють, що плавання покращує кровообіг і сприяє м'язовій стабілізації, що є важливим для профілактики прогресування дегенеративних змін [9, стор. 18].

Світлана Федоренко зосередила увагу на аквафітнесі як методі відновлення рухливості. Її комплекси вправ, що включають плавання брасом і легкі аеробні рухи у воді, показали підвищення амплітуди рухів у колінному суглобі на 15–20% у пацієнтів середнього віку. Автор також зазначає психоемоційний ефект

таких занять: зменшення стресу та покращення мотивації до реабілітації сприяють загальному успіху терапії. Її підхід інтегрує аквафітнес у ширші програми фізичної терапії, адаптовані до індивідуальних потреб [3, стор. 45-50].

Володимир Козявкін, відомий своєю системою нейрофізіологічної реабілітації, адаптував гідрокінезотерапію для осіб із посттравматичними ураженнями суглобів. Цей метод виявився ефективним для зменшення запальних процесів, що часто супроводжують ПТА, завдяки поєднанню водного середовища з контрольованими рухами [6, стор. 21-25].

Олена Гусєва довела, що плавання у теплій воді (28–30°C) сприяє зменшенню набряку та болю у 60% пацієнтів із ПТА протягом 4 тижнів. Її рекомендації щодо використання аквафітнесу як частини комплексної реабілітації підкреслюють важливість температурного фактора, який розслабляє тканини та покращує їхню еластичність [5, стор. 112-114].

Практикуючий ортопед Ігор Мізецький досліджував плавання як засіб ранньої реабілітації після артроскопії при ПТА. Його спостереження показали, що 70% пацієнтів, які займалися плаванням після зняття швів, демонструють швидше відновлення нормальної ходи та діапазону рухів порівняно з тими, хто уникав водних вправ. Мізецький наголошує, що плавання запобігає атрофії м’язів, що є частим ускладненням післяопераційного періоду [7, стор. 58-63].

Використання засобів плавання та аквафітнесу в реабілітації ПТА має низку переваг: зменшення компресії суглоба, м’яке зміцнення м’язового корсету та покращення кровотоку. Вітчизняні фахівці довели, що ці методи не лише зменшують симптоми, але й уповільнюють дегенеративні процеси, що підтверджується клінічними результатами. Наприклад, програми Владимирова та Гусєвої показали зниження болю за шкалою VAS на 20–30%, а дослідження Федоренко та Мізецького – покращення функціональних показників на 15–25% [7, стор. 58-63].

Висновки. Отже, внесок науковців у вивчення плавання та аквафітнесу для реабілітації осіб із посттарматичним артрозом колінного суглобу є значним. Їхні здобутки демонструють ефективність цих методів у зменшенні болю, відновленні рухливості та підвищенні якості життя, що робить їх важливим елементом сучасної фізичної терапії в Україні.

Список використаних джерел:

1. Bennell K. L., Nelligan R., Dobson F., Rini C., Keefe F., Kasza J. et al. Effectiveness of an internet-delivered exercise and pain-coping skills training intervention for persons with chronic knee pain: a randomized trial. Ann Intern Med. 2017; №166(6). pp.453-62. doi: 10.7326/M16-1714.

2. Callaghan M. J., Whittaker P. E., Grimes S., Smith N., Oldham J. A. An investigation into the effects of a water-based exercise programme on pain and function in patients with knee osteoarthritis. Physiotherapy. 2015. №101(Suppl 1) . pp. eS204-eS205. doi: 10.1016/j.physio.2015.03.349.

3. Fedorenko S. V. [Application of aquafitness in the rehabilitation of patients with knee joint injuries]. Fizychne vykhovannia, sport i zdorov'ia. 2020. №25(2). pp. 45-50.

4. Fernandes L., Storheim K., Nordsletten L., Risberg M. A. Development of a therapeutic exercise program for patients with osteoarthritis of the hip or knee: a randomized controlled trial. Scand J Med Sci Sports. 2010. №20(4). pp. e151-9. doi: 10.1111/j.1600-0838.2010.01146.x.

5. Gusieva O. Y.. Hydrotherapy in the complex treatment of posttraumatic knee osteoarthritis. Klinichna ta eksperymentalna medytsyna. 2019. №18(3). pp. 112-7.

6. Kozyavkin V. I., Voloshyn B. D., editors. [Intensive neurophysiological rehabilitation: methods and outcomes]. Lviv: International Clinic of Rehabilitation; 2015.

7. Mizetskyi I. H. Early postoperative rehabilitation of knee joint using swimming after arthroscopy. Travma. 2021. №22(4). pp. 58-63.

8. Salnykova S.; Hurenko O.; Puzdymir M. Dynamika pokaznykiv fizychnoi pidhotovlenosti studentiv VNZ pid vplyvom zaniat z plavannia, lehkoi atletyky ta boksu. Dynamics of indicators of physical fitness of university students under the influence of swimming, athletics and boxing]. Fizychna kultura, sport ta zdorovia natsii, 2017, №4. pp. 226-231

9. Vladimirov O. A. [Physical rehabilitation of patients with degenerative joint diseases using aquatic exercises]. Kyiv: National University of Physical Education and Sport of Ukraine; 2018.

10. Zachazewski J. E., Geigle P. R., editors. Therapeutic exercise: techniques for intervention. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins; 2001.

УДК 796.1–053.67

Шкондя В. В.
ORCID https://orcid.org/0000-0003-0252-4951
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ВПЛИВ ІГРОВИХ ВИДІВ СПОРТУ НА ФІЗИЧНИЙ ТА ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАН СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Навчальні заняття ігровими видами спорту є дуже ефективними для впровадження їх у процес фізичного виховання студентів, які мають різний фізичний стан й підготовку. Саме фізична активність відіграє важливу роль в становленні міцного фізичного здоров'я, формування різних рухових здібностей, а також сприяє зміцненню загального емоційного фону, дає психологічну розрядку і просто приносить задоволення. Різноманітність видів спорту дозволяє кожному студенту розкрити свій внутрішній потенціал. За допомогою ігрових видів спорту у студентів розвиваються важливі фізичні якості: сила, швидкість, спритність, витривалість, закріплюються та вдосконалюються різноманітні вміння. Молодь, як майбутнє будь-якого суспільства, повинна отримувати фізичні навантаження і придбати основні спортивні навички. Вона повинна бути залучена в рамках або за рамками студентської програми в заняття спортом і щоденні фізичні вправи.

Ключові слова: *студенти, фізична активність, ігрові види спорту, здоров'я, психологічний стан.*

Постановка проблеми. На сьогодні важливо відновити розуміння, що фізична активність і спорт, особливо різних верств населення важлива умова розвитку розуму і тіла. А фізична активність і заняття спортом покращують

якість життя, знижують стресовий стан, підвищують працездатність організму, що фізична культура і спорт є запорукою здоров'я нації і зміцнення національної безпеки держави [4, с. 164]. Недостатній рухливий режим студентів негативно позначається на їх фізичному розвитку і стані психічних процесів: відчуття, сприймання, мислення, запам'ятовування, уваги, що зрештою знижує успішність навчання. За умови систематичного використання, рухливі і спортивні ігри забезпечують достатню фізичну активність сучасної молоді та сприяють зміцненню здоров'я [2, с. 426].

Студентська молодь – соціальна група, для якої характерною є низка специфічних умов життєдіяльності. Зниження рівня рухової активності студентів обумовлене не тільки збільшенням витрат часу на навчальну діяльність у закладах вищої освіти, але і способом життя, який став звичним для більшості молоді (захоплення комп'ютерними іграми, соціальними мережами, нераціональне харчування, нестача сну, недостатнє перебування на відкритому повітрі, наявність шкідливих звичок). У сучасних студентів відзначаються негативні тенденції в стані здоров'я, всього 2-3% молоді мають високий рівень загальносоматичного здоров'я, більшість студентів не дотримуються елементарних основ здорового способу життя. Для вирішення такої проблеми найбільш ефективними засобами є, перш за все, ігрові види спорту [3, с. 124-125].

Ігри розширюють коло уявлень студентів, розвивають спостережливість, кмітливість, уміння аналізувати, порівнювати й узагальнювати бачене, на основі чого робити висновки, а також збагачують учасників новими поняттями, уявленнями, відчуттями.

Рухлива гра з максимальним рівнем фізичного навантаження вирішує завдання по зміцненню здоров'я студентів, розвитку спритності і координації, швидкості реакції, а також загартовування їх характеру, вихованню духу колективізму і суперництва, відповідальності [5, с. 54].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку теорії фізичного виховання та впровадження сучасних фізкультурно-оздоровчих технологій науковці займаються уже давно. Як стверджують у своїх

напрацюваннях М. Горобей, О. Чалий, Т. Дерябкіна, В. Самійленко ті інш., ігрові види спорту є одним з найефективніших засобів фізичного виховання студентської молоді, прояву їх рухової та соціальної активності, зміцнення здоров'я, правильною формою проведення дозвілля, що сприяє формуванню здорового способу життя. Поряд з цим Г. Грибан стверджує, що потреба у фізичному самовдосконаленні у здобувачів освіти пов'язана з освітнім рівнем, ступенем розвитку інших потреб. Тобто, по суті, чим більш розвиненою і сформованою у своїх ціннісних установках і поглядах є особистість, тим більшою є у неї потреба у самовдосконаленні, що потребує зміни ставлення до здорового способу життя, основним чинником якого виступає рухова активність, недостатність якої призводить до зниження працездатності, швидкої стомлюваності, порушення сну, підвищення нервово-емоційного збудження, зниження ініціативності, концентрації уваги, швидкості перебігу розумових процесів та зниження інтелектуальної працездатності [7, с. 28].

Для національної системи фізичного виховання характерний цілий комплекс засобів. При цьому основним засобом вирішення завдань фізичного виховання і досягнення його мети є рухова активність людини (фізичні вправи, народні ігри і забави, військові, побутові та професійні дії (якщо вони виконуються за відповідною програмою). Допоміжним засобом є оздоровчі сили природи (сонце, повітря, вода, земля) та гігієнічні фактори (режим дня і харчування, дотримання правил особистої та громадської гігієни тощо) [5, с. 78-79].

Оздоровча фізична культура є частиною загальної фізичної культури її основна мета – зміцнення здоров'я, підтримка високої працездатності, відновлення порушених функцій (оздоровлення і часткове лікування). Значення оздоровчої фізичної культури величезне. Нині багатьма громадськими і державними організаціями проводиться робота у напрямі створення умов широким верствам населення для регулярних занять фізичною культурою з метою оздоровлення і повноцінного проведення дозвілля. Це такі види діяльності: ігрові види спорту (волейбол, футбол, баскетбол, теніс, бадмінтон),

види спорту, що мають загальний початок і певні правила (масові види спорту), активний відпочинок на свіжому повітрі, який характеризується доланням перешкод і спортивними змаганнями (літні оздоровчі табори, туристичні походи), вправи естетичного характеру, які приносять користь не тільки учасникам, а й глядачам (показові виступи) [3, с. 125].

Однією з найбільш актуальних форм організації фізичного виховання студентів, на думку таких науковців Данилюк В., Жуков С. М., Кузьмінова М. І., Салатенко І. О., Котова О. В., є спортивно орієнтована модель організації занять з фізичного виховання. У закладах вищої освіти проведено окремі дослідження, спрямовані на вивчення ефективності академічних занять з фізичного виховання з пріоритетним застосуванням різних видів спорту, популярних у студентському середовищі. Активізацію студентів до занять з фізичного виховання у вищих навчальних закладах фахівці вбачають через функціонування секцій з видів спорту та загалом розвитку студентського спортивного руху.

За аналізом даних багатьох авторів (А. Абаєв, 2012; С. Мельник, 2006) здоров'язбережувальна система освіти дозволяє забезпечити безпеку освітнього простору, відповідність змісту і обсягу навчального матеріалу віковим та індивідуальним особливостям здобувачів освіти, формування здорового способу життя, підтримку розумової і фізичної працездатності, збереження та формування фізичного, духовного і психологічного здоров'я.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є на основі літературних даних обґрунтувати вплив ігрових видів спорту фізичний та психологічний стан студентської молоді.

Виклад основного матеріалу. В останні десятиліття в різних країнах світу фізичне виховання стало розглядатися як потужний засіб зміцнення здоров'я населення, забезпечення високої працездатності і якості життя [1, с. 26].

Серед великого різноманіття засобів фізичного виховання, які використовуються з метою гармонійного розвитку людини, одне з провідних місць займають ігрові види спорту. Вони є найбільш поширеним видом фізичних вправ у всього суспільства незалежно від раси, нації, віросповідання тощо.

Популярність ігрових видів спорту пояснюється їх доступністю, привабливістю, відсутністю великих затрат на інвентар, особливих місць для гри. Ігри служать засобом комплексного розвитку фізичних якостей (спритності, сили, швидкості, витривалості та ін..) під час вирішення основних рухових завдань. Вони також дозволяють удосконалювати морально-вольові якості, навички та риси характеру (цілеспрямованість, колективізм, рішучість, сміливість, активність, дисципліну, взаємодопомогу, відчуття відповідальності та ін.). Студентам у ЗВО просто необхідна фізична активність: постійні розумові перевантаження, багатогодинне сидіння за книгами, копітка робота над контрольними та курсовими роботами, нестача сну – все це призводить до емоційної нестійкості, зривів і істерик, небажання що-небудь робити далі. І тут на допомогу приходить фізкультура і спорт [7, с. 26].

Навчальні заняття ігровими видами спорту є дуже ефективними для впровадження їх у процес фізичного виховання студентів закладів вищої освіти, які мають різний фізичний стан й підготовку, тому що структурною одиницею у грі є матч або зустріч, де прямий фізичний контакт достатньо обмежений (за винятком футболу, баскетболу й регбі) [2, с. 427].

Ігрові види спорту в нашому сучасному розумінні характеризується високим рівнем рухової активності і великими фізичними навантаженнями. Вони поєднують в собі ходьбу, біг, зупинки, повороти, стрибки, ловлю, кидки і ведення м'яча в оточенні безлічі суперників.

Система фізичних вправ, заснованих на спортивних іграх, також робить багатобічний вплив на розвиток психічних процесів в організмі студента. Вони покращують сприйняття, увагу, пам'ять, розвивають уяву і мислення, що є основою для якісного сприйняття і дотримання правил, і умов як самих вправ, так і гри, узгодження дій як індивідуального гравця, так і всієї команди цілому [5, с. 112].

Спеціальна фізична підготовка – це підготовка, спрямована на безпосереднє оволодіння навичками гри (веденням м'яча, передачею пасів, закиданням м'яча в кошик і т. д.). Таким чином неможливо розвинути рухову активність без відповідної фізичної підготовки, яка є серцевиною фізичних навичок [6, с. 72-73].

Все сказане свідчить про необхідність прийняття серйозних заходів щодо прищеплювання студентам зацікавленості до різних видів рухової активності, бажання займатися фізичною культурою, а також, в цілому, формування у них установок на здоровий спосіб життя.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Виходячи з вищесказаного можна відзначити, що без фізичної активності попросту неможливий нормальний фізичний, а також психологічний розвиток людини. Для студентської молоді фізична активність є непросто способом підтримати форму, а й засобом психологічного розвантаження і зарядом енергії. Ігрові види спорту є ефективним засобом фізичного виховання здобувачів вищої освіти. Заняття різними видами спортивних ігор мають значний вплив на фізичний, функціональний, психологічний стан та стан когнітивних функції здобувачів вищої освіти. Заняття ігровими видами спорту сприяють зміцненню здоров'я, удосконаленню фізичного розвитку, підвищенню рівня фізичної підготовленості та працездатності. Спортивні ігри позитивно впливають на функціональний стан серцево-судинної, дихальної, травної та нервової систем, покращують роботу зорового, слухового, вестибулярного, тактильного та рухового аналізаторів. Заняття ігровими видами спорту є ефективним засобом формування морально-вольових якостей, такі як впевненість, рішучість, сміливість, ініціативність, самовладання, креативність мислення та почуття колективізму. Спортивні ігри сприяють підвищенню уваги, уяви, мислення та спостережливості. У перспективі подальших досліджень передбачається експериментальна перевірка ефективності застосування ігрових видів спорту як фактора впливу на фізичний та психологічний стан студентської молоді.

Список використаних джерел:

1. Данилюк В., Назарова І. Впровадження інноваційних фізкультурно-оздоровчих технологій у систему фізичного виховання вищих навчальних закладів. *Фізична культура, спорт та здоров'я нації* : зб. наук. праць. Житомир, 2016. Вип. 2. С. 25–30.

2. Остапенко Ю. О., Остапенко В. В. Спортивні ігри як засіб професійно-прикладної фізичної підго-товки фахівців інформаційнологічної групи спеціальностей. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 15. Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт)*, 2019. Вип. 3(110), С. 425–429.

3. Котова О. В., Суханова Г. П., Ушаков В. С. Спортивні ігри як оптимальне середовище розвитку професійно-важливих якостей студентів ВНЗ в процесі фізичного виховання. *Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії* : зб. матеріалів VII Міжнар. наук.-практ. інтернет конф. Переяслав-Хмельницький, 2018. Вип. 7. С. 123–127.

4. Рогаль І., Столярик В., Чхань А., Шкондя В. Моніторинг рівня мотивації студентів ЗВО до різноманітних видів фізичної активності в умовах військового стану в Україні. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 15. Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт)*. Вип. 2(174), С. 163-166.

5. Спортивні ігри: навчальний посібник для студентів факультетів фізичної культури педагогічних вищих навчальних закладів: у 2 томах / Козіна Ж. Л., Поярков Ю. М., Церковна О. В., Воробйова В. О. ; під ред. Ж. Л. Козіної. Том 1. : Загальні основи теорії і методики спортивних ігор. Харків, 2010. 200 с.

6. Зайцева В.М. Теорія спортивного тренування з основами методик: підручник для студентів ВНЗ. Київ, 2003. 173 с.

7. Арефьєва, Л. П., Плющакова, О. В., Ганчева, В. І., & Гончаренко, В. І. (2021). Вплив занять спортивними іграми на психофізичний стан студентів. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 15. Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт)*. Вип. 11(143), С. 26-29.

УДК 378.147:81’25:316.6

Havryliuk N. M., PhD in Pedagogy, Associate Professor
ORCID https://orcid.org/0000-0002-6031-7777
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE

PROFESSIONAL IDENTITY FORMATION IN FUTURE TRANSLATORS: A COMPREHENSIVE ANALYSIS

The article explores the concept of professional identity, focusing on the particularities of training future translators at the philological faculty. It investigates the stages of professional identity formation, its components, and the factors that influence this process. Special attention is paid to the psychological and social aspects of the development of professional identity in translation students. The study is based on a review of contemporary scientific literature on the topic and aims to provide insights into how professional identity can be shaped within the educational framework of higher education.

Key words: *higher education, professional identity, educational theory, personality.*

Introduction. Professional identity is a key element of personal and professional development, especially in the field of philology, where the fusion of linguistic competence with cultural and intercultural awareness plays a central role. The development of professional identity in future translators is particularly important, as translators are seen as essential communicators between different languages and cultures. Understanding and defining professional identity for translators goes beyond the mere technical ability to translate; it encompasses the broader understanding of their role in society, their ethical responsibilities, and their sense of belonging within a professional community.

Presentation of the main research material. The issue of professional identity in education has been the subject of considerable research. However, despite the extensive studies, there still remains a lack of a universally accepted definition, which complicates the understanding of how to cultivate professional identity, especially among students at philological faculties. Different scholars have proposed varied models for professional identity formation, but there is no consensus on the exact components and stages involved. Therefore, this article aims to synthesize existing research and offer a more refined understanding of the process of professional identity development in future translators.

The concept of professional identity has been widely discussed in educational psychology and pedagogical literature. Researchers have variously linked it with terms such as «professional identification», «professional self-realization», «career development», and «role socialization». While these concepts overlap, it is crucial to distinguish professional identity as an enduring self-concept that evolves over time through experiences, reflection, and interaction with a professional community.

One of the earliest scholars to investigate professional identity was Frank Parsons, whose work in the early twentieth century laid the foundation for career guidance and professional self-determination. Parsons focused on the importance of self-awareness and the recognition of individual interests and abilities in choosing a career. Later scholars, including Elbertson, Wheeler, and Bloomfield, expanded on Parsons' theories by highlighting the role of professional choices in shaping one's identity. Their contributions emphasized the interaction between the individual and the professional environment in the identity formation process.

According to S. O. Borovikova, various factors influence the formation of professional identity, including innate inclinations, experiences, personal expectations, temperament, psychological stability, worldview, and advice from significant others. These factors interact to influence how students perceive their future profession and how they integrate it into their personal sense of self. E. F. Zeyer, for example, connects professional identity to the concept of «self-image», suggesting that individuals develop their professional identity through the challenges and obstacles they face throughout their professional lives. This concept is important for future translators, as they must continuously adapt to shifting linguistic and cultural contexts.

Another key contribution to the field comes from Y. O. Klimov, who emphasizes the structural elements of professional identity. Klimov identifies the importance of self-awareness in relation to professional norms and standards, the recognition of one's own strengths and weaknesses, and the ability to predict successes and challenges in professional practice. These elements, he argues, are central to the development of a strong and coherent professional identity. Similarly, other scholars such as G. Lozhkin and N. Volianiuk consider professional identity as a dynamic system of self-awareness that is shaped through both personal reflection and external feedback from the professional community.

In the context of translation, professional identity includes not only the skills and knowledge required for the profession but also the translator's awareness of their role in cross-cultural communication. The translator's identity is deeply tied to their ethical responsibilities, as they navigate complex decisions about how to represent different cultures and languages. Thus, the development of professional identity in future translators must take into account not just linguistic competence but also the moral and cultural considerations inherent in translation work.

The formation of professional identity in future translators is influenced by a wide range of factors, both internal and external. Psychologically, students must develop a strong sense of self-awareness regarding their skills, interests, and values. They must also learn to navigate the challenges of the profession, including the pressure to meet high standards of linguistic accuracy and cultural sensitivity. Moreover, the process of professional adaptation – how students come to understand their role in the professional community and identify with its values – is a crucial component of professional identity.

A major factor in the formation of professional identity is the educational environment. Educational institutions, particularly those at the philological faculty, play a vital role in shaping students' professional self-concept. In order to foster a strong professional identity, educational programs must go beyond traditional classroom teaching and incorporate experiential learning opportunities such as internships, fieldwork, and participation in real-world translation projects. These activities allow students to engage directly with the professional community, interact with experienced translators, and apply their skills in authentic contexts.

Research by A. M. Lukianchuk and O. A. Mateiuk emphasizes the importance of practical experience in the development of professional identity. Lukianchuk, for example, suggests that professional identity is formed during the student years and can be understood as a dynamic process that evolves through engagement with both academic and professional activities. Similarly, Mateiuk views professional identity as a psychological phenomenon that is shaped by active participation in professional practices. According to Mateiuk, the more developed a student's professional identity, the more effectively they will be able to perform their future professional tasks.

Furthermore, the role of the faculty and mentors in guiding students through this developmental process cannot be overstated. Teachers and professionals who act as mentors can help students navigate the complexities of professional identity formation by providing feedback, offering career guidance, and fostering an environment that encourages self-reflection and critical thinking. In this sense, the interaction between students and their professors is not merely academic but also personal and developmental.

The formation of professional identity in future translators unfolds over several stages, beginning with the student's initial exposure to the field and continuing through their academic and professional career. In the early stages of their studies, students often form an "academic identity", where they focus primarily on learning the theoretical foundations of translation, the nuances of different languages, and the key concepts of translation theory. During this phase, students may not yet see themselves as professional translators but rather as individuals in the process of acquiring the necessary knowledge and skills.

As students advance in their studies, they begin to form a more comprehensive «professional identity». This stage is marked by increased engagement with real-world translation tasks, internships, and projects that allow them to test their skills in practical situations. They start to identify more strongly with the professional community and begin to understand the broader social and cultural implications of their work. It is during this phase that students develop a more refined sense of their professional role and begin to articulate their goals and values as translators.

In the final stages of their education, students enter the phase of "professional self-realization". At this stage, they are expected to integrate their academic learning with their personal experiences and begin to develop a clear professional identity. This stage also involves developing strategies for navigating the complexities of professional life, such as managing client relationships, adhering to ethical standards, and continuing professional development. The transition to this phase is crucial for students who are preparing to enter the workforce as professional translators.

The educational system plays a critical role in the development of professional identity in future translators. Institutions must provide an environment that encourages both academic achievement and personal growth. This includes offering opportunities for students to engage in activities that promote experiential learning, critical thinking, and professional networking. Additionally, curricula should be designed to incorporate the ethical and cultural dimensions of translation, ensuring that students understand the broader implications of their work.

Interactive and student-centered teaching methods can significantly contribute to the development of professional identity. These methods foster self-awareness and self-reflection, enabling students to better understand their role as translators and their contributions to global communication. Furthermore, the integration of modern technology and resources into the curriculum – such as computer-assisted translation tools and access to online resources – can help students gain a better understanding of the tools and techniques they will use in their professional careers.

In conclusion, the formation of professional identity in future translators is a complex and multifaceted process that requires careful attention to both psychological and social factors. The process unfolds over several stages, beginning with the development of academic identity and progressing through professional self-awareness and self-realization. Educational institutions play a pivotal role in facilitating this process by providing opportunities for experiential learning, fostering critical thinking, and promoting engagement with the professional community. By creating an environment that supports the development of professional identity, higher education institutions can better prepare future translators to meet the challenges of their profession and thrive in an increasingly globalized and interconnected world.

Future research in this area should focus on developing specific strategies for assessing and enhancing the professional identity of translation students, as well as exploring the long-term impact of professional identity formation on career success. Additionally, further studies could examine the role of interdisciplinary training and intercultural exchange programs in shaping the professional identity of translators in a global context.

References:

1. Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3(5), 551–558. https://doi.org/10.1037/h0023281

2. Schneider, L. (2015). Professional identity: An integrative approach. *Career Development Quarterly*, 63(3), 206–220. https://doi.org/10.1002/cdq.12032

3. Yermolaieva, O. (2010). Professional identity as a marker of professional adaptation. *Psychology of Professional Activity*, 22(1), 23–85.

4. Department of Education, 2019 Federal Pell Grant Program End-of-Year Report. https://www2.ed.gov/finaid/prof/resources/data/pell-data.html

5. James, Jonathan (2012). The College Wage Premium. Federal Reserve Bank of Cleveland.

6. Lukyanchuk A.M. (2010). The model of professional identity development of future teachers. *Problems of modern psychology. Collection of Scientific Papers of Ivan Ogiyenko KPU, Institute of Psychology.* Vol. 7, Kyiv, P. 370 - 380.

УДК 81’322.4’25-051

Dovhan L. I., candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
ORCID https://orcid.org/0000-0003-4742-6570
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE

BREAKING LANGUAGE BARRIERS: THE ROLE OF MACHINE TRANSLATION IN GLOBAL COMMUNICATION

The article explores the role of machine translation in global communication, highlighting its benefits and challenges. Machine translation is considered as a cost-effective and quick translation, enabling businesses to localize content and expand markets. It is found that Tools like Google Translate, processing billions of translations daily, exemplify MT’s scalability. However, challenges include linguistic inaccuracies, cultural misinterpretations, and limitations in specialized domains and low-resource languages. The study underscores machine translation’s impact on professional translation training, advocating for enhanced theoretical, practical, and technological education to address its shortcomings.

Key words: *translation, machine translation, systems of machine translation.*

Statement of the problem. In the context of globalization and rapid development of international relations, machine translation (MT) has emerged as a critical tool for overcoming language barriers and fostering intercultural communication. By enabling interaction across diverse linguistic communities, MT supports individuals, businesses, and governments in accessing information, services, and markets in real time.

Its primary benefit is based on facilitating global communication, allowing businesses to localize websites, product descriptions, and customer support services efficiently, thereby enabling cost-effective expansion into new markets. For instance, e-commerce platforms leverage MT to translate content, which builds trust and drives sales. Surveys indicate that 76% of online shoppers prefer product information in their native language, suggesting a significant impact on purchasing behavior, though precise data quantifying sales increases (estimated at 20-30%) remain limited [1].

Tools like Google Translate, which processes billions of translations daily across over 100 languages, have been instrumental in this regard. Since its launch in 2006, Google Translate has served over 1 billion users, translating text, documents, and websites using advanced neural machine translation (NMT) technology [2].

Machine translation (MT) plays a vital role for one of the world's largest institutional translation services – the Directorate-General for Translation (DG TRAD) of the European Parliament. Comprising 24 language units, DG TRAD upholds and implements the European Union's fundamental democratic value of multilingualism. Within this complex multilingual setting, MT has become a key component of DG TRAD's operations, enabling it to handle the increasing demand for translations while allowing human translators to concentrate on the tasks that require their distinct expertise and judgment [3].

Despite these advantages, MT faces significant challenges, including linguistic inaccuracies, cultural misinterpretations, and limitations in handling specialized domains. These issues necessitate a critical examination of MT systems to understand their benefits and shortcomings comprehensively. This study aims to analyze the primary advantages and challenges of MT, drawing on recent research and practical applications, with a focus on its implications for professional translation training and intercultural communication.

Analysis of Recent Research and Publications. In Ukraine, the study of machine translation has gained significant attention of scholars such as Baboriha S., Chumak H., Franchuk N. P., Hrechukha L. O., Kuzebna V. V., Tkachuk V., and others. These researchers have explored the classification, application, and limitations of MT systems, emphasizing the importance of their proper integration into translation workflows.

Thus, Khoroshun O. O. conducted a historical review of MT, tracing its evolution from early rule-based systems to modern neural networks [4]. The study highlights key developmental stages, including the adoption of corpus-based methods and computational modeling techniques, which have significantly improved translation accuracy and scalability. These advancements have been driven by factors such as increased computational power, access to large multilingual corpora, and the integration of deep learning algorithms.

Olkhovska A. and Andrushchenko Yu. conducted an experimental study comparing the performance of MT systems like *Onlinedoctranslator* and *DeepL Translate* in the specialized domain of psychiatric texts [5]. Their findings revealed significant variations in translation quality, with *DeepL Translate* outperforming competitors in rendering psychiatric terminology accurately. Nonetheless, both systems produced errors, underscoring the need for post-editing by human translators to ensure precision, particularly in high-stakes fields like medicine. This highlights a critical challenge in MT, while advanced systems improve general translation quality, domain-specific accuracy remains a persistent issue.

Bocharova M. and Malakhov E. contributed to MT development by creating general-purpose text embeddings for the Ukrainian language, aimed at enhancing translation performance for Ukrainian and other low-resource languages [6]. Their methodology involved preparing development and test datasets for multiple language pairs, which improved the robustness of MT systems. Such efforts are vital for addressing the underrepresentation of certain languages in MT, ensuring more equitable access to translation technology.

The aim of the study is to analyze the main benefits and shortcomings of machine translation with a focus on its role in global communication, its impact on professional translation training, and the challenges of ensuring accuracy and cultural appropriateness. By examining MT's technological foundations, practical applications, and limitations, this study aims to provide insights into optimizing its use in diverse contexts.

Statement of the research. Machine translation offers several transformative benefits that have reshaped communication in the digital age. MT enables rapid and cost-effective translation, allowing organizations to scale their operations globally. For businesses, this translates into the ability to localize content for diverse markets without the prohibitive costs of human translation. E-commerce platforms, for example, use MT to translate product listings, customer reviews, and support materials, fostering trust and increasing sales. A 2023 survey by the Localization Industry Standards Association (LISA) found that 68% of businesses using MT reported improved

customer engagement in non-native markets [7]. Additionally, MT supports real-time communication, as seen in tools like Google Translate and Microsoft Translator, which provide instant translations for text, speech, and even images, facilitating seamless interactions in multilingual settings.

MT also enhances accessibility to information. By translating academic papers, news articles, and public documents, MT democratizes knowledge, enabling individuals in underserved linguistic communities to access critical information. For instance, UNESCO's 2024 report on digital inclusion highlighted MT's role in making educational resources available in over 50 indigenous languages, thereby bridging educational gaps [8]. This is particularly significant for low-resource languages, where human translators are scarce.

One of MT's benefits is the support of scalability and consistency in translation tasks. Translation memory (TM) systems, which integrate MT with human oversight, store previously translated segments, ensuring consistency across large projects. This is particularly valuable in technical fields like software localization, where uniform terminology is critical. According to a 2024 study by the European Association for Machine Translation (EAMT), hybrid MT-TM systems reduced translation turnaround times by 40% in large-scale projects [9].

Despite its benefits, MT faces several challenges that limit its effectiveness. Neural MT systems often struggle with idiomatic expressions, cultural nuances, and context-dependent meanings. This is particularly problematic in literary and legal translations, where precision and cultural sensitivity are very important.

Besides, MT systems are less effective for low-resource languages, which lack sufficient training data. While languages like English, Spanish, and Chinese benefit from large corpora, languages like Ukrainian, Swahili, or Quechua often suffer from poor translation quality due to limited datasets. Efforts like those by Bocharova and Malakhov to develop Ukrainian text embeddings are steps toward addressing this, but significant gaps remain for many languages [6].

Domain-specific translation poses a challenge as well. Specialized fields such as medicine, law, and engineering require precise terminology and contextual

understanding, which MT systems often fail to deliver. Olkhovska and Andrushchenko's study on psychiatric texts demonstrated that even high-performing systems like DeepL Translate produced errors in terminology, necessitating human intervention [5]. This underscores the need for domain-specific training data and fine-tuned models, which are resource-intensive to develop.

Addressing these issues requires integrating cultural knowledge bases and ethical guidelines into MT development.

The rise of MT has significant implications for the training of future translators in Ukraine and beyond. The modernization of professional training for future translators within the higher education system of Ukraine requires addressing the development of skills of using information and computer technologies including MT [10].

Higher education institutions must adapt curricula to address the following objectives:

1. Improving Theoretical Training: Translators must understand the technical foundations of MT systems, including rule-based, statistical, and neural paradigms, to leverage them effectively. Courses on computational linguistics and natural language processing (NLP) can equip students with the necessary knowledge.

2. Fostering Soft Skills: Translators must develop critical thinking and cultural competence to address MT's limitations, such as cultural misinterpretations and biases. Training in intercultural communication can enhance translators' ability to post-edit MT outputs effectively.

3. Expanding Practical Training: Hands-on experience with MT tools, such as DeepL, Google Translate, and TM systems, is essential. Practical training should include post-editing exercises to improve MT outputs and ensure accuracy in specialized domains.

4. Developing Technological Proficiency: Translators must be proficient in information and communication technologies, including TM systems and computer-assisted translation (CAT) tools. Familiarity with programming languages like Python can also enable translators to customize MT workflows.

To address MT's challenges, future developments should focus on several key areas. First, improving training data for low-resource languages through collaborative efforts like crowdsourcing and open-source datasets can enhance translation quality. Second, integrating domain-specific knowledge bases can improve accuracy in specialized fields. Third, incorporating ethical frameworks into MT development can mitigate biases and ensure culturally sensitive translations. Finally, advancements in explainable AI can make MT systems more transparent, allowing translators to understand and correct errors more effectively.

Conclusion. Machine translation has revolutionized global communication by enabling rapid, cost-effective, and scalable translation across diverse languages and contexts. Its benefits, including enhanced accessibility, business expansion, and translation consistency, have made it an indispensable tool in the digital age. However, challenges such as linguistic inaccuracies, limitations in low-resource languages, domain-specific errors, and cultural biases highlight the need for continued research and development. By integrating MT with human expertise and adapting professional training programs, the translation industry can harness the full potential of MT while addressing its shortcomings. Future advancements in data quality, domain specialization, and ethical AI will further enhance MT's role in fostering intercultural communication and global connectivity.

References:

1. Anne Q. E-commerce translation: what and how to translate effectively? *June 09, 2022*. Retrieved from: https://gtelocalize.com/e-commerce-translation/

2. Google translate users: how many people use it in 2025? Retrieved from: https://earthweb.com/blog/how-many-people-use-google-translate

3. Mavric V. Harnessing the benefits of machine translation at the European Parliament: from current practices to future possibilities. *Proceedings of the 25th Annual Conference of the European Association for Machine Translation.* Volume 2: Products & Projects. June 24-27, 2024. Sheffield, United Kingdom. P. XIII.

4. Khoroshun O. O. Historical Development of Machine Translation Systems. *Journal of Computational Linguistics.* 2022. № 15 (3). P. 45-60.

5. Olkhovska A., Andrushchenko Yu. Eksperementalne doslidzhennia vpluvy mashynnoho perekladu na yakist perekladu [An experimental study of the impact of machine translation on translation quality]. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: Foreign Philology. Methods of Foreign Language Teaching. 2024. No 99. P.76-80.

6. Bocharova M., Malakhov E. General-Purpose Text Embeddings Learning For Ukrainian Language," *Advanced Information Technology*. 2024. Vol.1(3). P. 6-12.

7. Localization Industry Standards Association (LISA). Impact of Machine Translation on Customer Engagement. 2023. Retrieved from: https://blog.pangeanic.com/localization-industry-standards-association

8. UNESCO. (2024). *Digital Inclusion and Machine Translation*. Retrieved from: https://iite.unesco.org/wp-content/uploads/2025/01/IITE_Publication-2_Recommendations.pdf

9. Hybrid MT-TM Systems: Efficiency and Scalability. European Association for Machine Translation (EAMT). Retrieved from: https://eamt.org

10. Dovhan L. I. Modern Approaches and Trends in the Professional Training of Future Philologist-Translators in the Higher Education System. *Modern Information Technologies and Innovative Teaching Methods in Specialist Training: Methodology, Theory, Experience, Problems.* 2023. Issue 69. P. 152-163. DOI: https://doi.org/10.31652/2412-1142-2023-69-152-163.

УДК 37.046.16/37.0.11.31

Западинська І. Г., кандидат педагогічних наук, доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
ORCID https://orcid.org/0000-0002-3967-7583

СТАНОВЛЕННЯ БАЗОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ЯК ОСНОВА ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ

У статті порушується проблема застосування базових компетернцій як основа підготовки майбутнього фахівця. Використання на сучасному етапі розвитку вітчизняної вищої школи формування базових компетерцій обумовлене зростаючими потребами ринку праці, що потребує компетентного спеціаліста з активною життєвою й фаховою позиціями, який зможе адаптуватися до ринкових умов й громадянського суспільства. Зосереджена увага на ключових поняттях базових компетенцій: "компетентність" і "компетенція". Основні положення компетентнісного підходу – це побудова стандартів вищої освіти нового покоління на основі професійної спрямованості; необхідність переходу від кваліфікаційної характеристики до компетенції, яка дозволяє людині знаходити рішення в будь-яких професійних і життєвих ситуаціях, що уможливлює діяльність освіченої особистості незалежно від локального чи глобального ринку праці

Ключові слова: *компетентнісний підхід; базові компетенції; компетенції; компетентна особистість.*

Постановка проблеми. Проблема застосування компетентнісного підходу у вищій школі є актуальною, так як, на думку вчених, сприяє подоланню традиційних когнітивних орієнтацій професійної освіти, приводить до нового її змісту, методів і технологій. Але шляхи застосування його в професійній підготовці магістрів вищих технічних навчальних закладів, зокрема, для формування базових компетенцій як основи для професійних, ще недостатньо досліджені. Тому метою даної публікації є визначення ролі психолого-

педагогічної підготовки магістрів у формуванні ключових (базових) компетенцій як складових загальної компетентності фахівця. Згідно Національній стратегії розвитку освіти в Україні на 2012 – 2021 рр. [4], вища освіта в країні повинна стати невід'ємною компонентою глобального освітнього проекту, стати одночасно рушійною силою інноваційного розвитку національної економіки. Спрямованість системи освіти на засвоєння знань, яка була традиційною й виправданою раніше, вже не відповідає сучасним вимогам, соціальному замовленню. Підготовка фахівця здійснювалася шляхом передачі нагромадженого, перевіреного і позитивно оціненого попередніми поколіннями досвіду. Сучасне зрушення в усвідомленні сенсу освіти полягає у переорієнтації на розвиток здібностей студентів, а передача досвіду уподібнюється засобу чи матеріалу конструювання розвивальних процедур. Відбувається орієнтація на вимоги до фахівця згідно європейським стандартам. Це, у першу чергу, формування і розвиток "нової особистості", здатної до самостійних, відповідальних, творчих дій; людини інтелектуальної, з критичним мисленням, котра живе в складному, суперечливому, наповненому проблемами, сучасному світі й готова кваліфіковано розв'язувати проблеми, як у професійній сфері, так і особистій. Це діяльна особистість, котра спроможна не тільки виконувати чиїсь рішення, а й приймати їх самостійно у різних ситуаціях, які часто пов'язані з ризиком, недостатністю інформації, динамічною ринковою кон'юнктурою. Поняття – формування‖ у педагогіці розглядається як результат розвитку людини, пов'язаний з цілеспрямованими змінами через виховання, освіту і навчання [1, с. 43]. Процес формування ключових (базових)
компетенцій в професійній підготовці майбутніх фахівців, особливо у вищих технічних навчальних закладах, є дуже важливими. Адже нові життєві обставини вимагають орієнтації вищої освіти на всебічний розвиток особистості фахівця в процесі його підготовки. Тому, на думку В.Г.Кременя [3], в умовах глобалізації саме особистісно орієнтована освіта виходить на перший план.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукової літератури свідчить, що проблема застосування компетентнісного підходу в закладах вищої

освіти актуальна і багатогранна. Джерельна база з проблем застосування компетентнісного підходу в педагогіці представлена різними підходами.

Зокрема, проблемам професійної підготовки магістрів на основі компетентнісного підходу присвячені праці С. О. Сисоєвої [2], теоретико-прикладний сенс компетентнісного підходу розглядає І. Д. Бех [3], порівняльний аналіз діяльнісного і компетентнісного підходу здійснює Ю. В. Сухарніков [5], європейської концепції компетентнісного підходу та проблем реалізації її в Україні торкається в своїх публікаціях В. І. Луговий [5], модель формування фахової компетентності у майбутніх випускників технічних ВНЗ представляє В. А. Петрук [1]. Різні види компетентності, її специфіка та методика формування обґрунтовувалися у працях багатьох дослідників: Н. Амінової, Л. Боголюбової (соціальна компетентність); Л. Антропової, С. Рогожкіної, О. Фадейкіної (комунікативна компетентність); А. Бєлкіної, А. Бусигіної, М. Лобанової, В. Нестерова (педагогічна компетентність); Н. Витківської (інформаційна компетентність); П. Шендерова (дослідницька компетентність) та ін.

Мета статті – здійснити аналіз наукових точок зору щодо проблеми компетентнісного підходу, його базових понять «компетентність», «компетенції»; визначити особливості компетентнісного підходу та його вплив на підготовку майбутнього компетентного фахівця.

Виклад основного матеріалу. Категорія «підхід» широко використовується в педагогічній теорії та практиці. У сучасній методологічній літературі поняття «підхід» або ототожнюється з проведенням в дослідженні певної світоглядної позиції (І. Блауберг, Є. Юдін й ін.), або розуміється як стратегічний принцип або сукупність принципів (І.Блауберг, Н. Стефанів, Є. Юдін), або пов’язується з застосуванням набору процедур і прийомів, котрі слугують формою і умовою реалізації відповідних принципів (А. Петров та ін.). Поняття «підхід» у загальному розумінні означає певну сукупність різноманітних засобів та прийомів, які діють певним чином на когось. У науковому розумінні поняття «підхід» тлумачиться як вихідна позиція, що складає основу дослідницької діяльності. Відносно компетентнісного підходу, то

більшість вчених зазначають, що завдання сучасної вищої освіти полягає в тому, щоб не тільки дати професійні знання, а й підготувати фахівця, який глибоко розуміє і знає свою роль у суспільстві, вміє творчо використовувати здобуті знання на практиці, а також вміє працювати з людьми у колективі, володіє певними компетенціями. На необхідності заміни репродуктивнофункціональної моделі освіти компетентнісною моделлю наголошує І. Зязюн [3], вказуючи, що розвиток змісту неминуче зумовлює і реконструкцію форм, процесуальних характеристик освіти. М. Нагач [4] зауважує, що компетентнісний підхід стає останнім часом все більш поширеним і претендує на роль концептуальної основи освітньої політики, котра здійснюється як державами, так і впливовими міжнародними організаціями, підсилює практичну орієнтацію освіти, підкреслює значення досвіду, умінь та навичок, що спираються на наукові знання. Компетентнісний підхід, що лежить в основі стратегії модернізації вищої школи, слід розглядати як одну з найбільш адекватних відповідей системи вищої освіти на вимоги, які висуває до неї сучасне суспільство; як домінуючий чинник оновлення змісту сучасної вищої освіти в умовах багаторівневої підготовки майбутніх фахівців. Реалізація компетентнісного підходу дає можливість сформувати кваліфікованого фахівця, що володіє необхідними якостями й професійними знаннями, котрий готовий до подальшого розвитку своїх здібностей і підвищення кваліфікації. Ключовими поняттями компетентнісного підходу в освіті є «компетентність» і «компетенція» [1]. Заслуговує на увагу точка зору дослідниці О. Павленко яка підкреслює, що з огляду на лексичне тлумачення понять «компетентність» і «компетенція», поняття «компетенція» вужче, ніж «компетентність», і містить у собі цілу низку «ключових компетенцій» [5, 80]. Поняття «компетентність» і «компетенція» мають різне лексичне значення. Як свідчить категоріальний аналіз, «компетенція» є похідним поняттям від «компетентності» й означає сферу застосування знань, умінь, навичок людини. А «компетентність» – семантично первинна категорія, яка являє собою інтеріоризовану (трансформовану в особистісний досвід) сукупність, систему, деякий багато знань людини і здатність користуватися цим багажем. Тому «компетентна» особистість у своїй галузі знань означає людину,

яка є визнаним знавцем з певного питання. З урахуванням вимог до сучасного фахівця, компетентнісний підхід необхідно впроваджувати в організацію навчального процесу у сукупності з іншими методологічними підходами: системним, культурологічним, змістово-процесуальним, особистісноорієнтованим; у змістовне наповнення навчальних дисциплін, оскільки основним результатом діяльності освітньої установи має стати не система знань, умінь і навичок студентів сама по собі, а набір ключових компетентностей в інтелектуальній, цивільно-правовій, комунікаційній, інформаційній та інших сферах. Застосування компетентнісного підходу у професійній підготовці майбутніх фахівців у вищій школі не лише не спростовує необхідність використання інших підходів, але й, навпаки, вимагає їх оптимального поєднання й інтеграції з позицій культуроцентриської, гуманістичної освітніх парадигм. З кожної предметної галузі необхідно визначити низку компетенцій, яких повинен набути майбутній фахівець, щоб бути конкурентоспроможним на ринку праці. Предметні компетентності пов’язані зі здатністю студентів залучати для рішення проблем знання, уміння, навички, котрі формуються в рамках конкретного предмета. Відповідно, викладач будь-якого предмета має вміти конструювати завдання, пов’язані з вирішенням конкретних проблем, що дозволяють відпрацьовувати ті чи інші компетентності. Під час розробки завдань необхідно враховувати, щоб вони були побудовані у відповідності до поставлених наукових питань; щоб студенти могли описувати та виявляти характеристики правильно спланованого дослідження; приймати рішення стосовно вимірів чи процедур, які повинні бути використані у процесі проведення дослідження. Розвиток здібностей студентів до самостійного вирішення проблем можливий за умови досягнення таких результатів освітньої діяльності: уміння організувати свою діяльність (визначати її мету, вибирати способи реалізації цілей, планувати діяльність, оцінювати її результати); здатність пояснювати явища дійсності; здатність орієнтуватись у світі цінностей; уміння вирішувати завдання, пов’язані з виконанням певної соціальної ролі (працівника, користувача, споживача, виборця тощо); формування ключових компетентностей; здатність орієнтуватись у ключових

проблемах; готовність до вибору, у тому числі професійному. При розробці і визначенні предметних компетенцій необхідно враховувати вимоги світової спільноти до фахівця.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, психолого-педагогічні компетенції як базові в межах компетентнісного підходу мають незаперечну важливість у формуванні морально-духовної досвідченості особистості і є невід'ємною складовою моделі сучасного фахівця. Викладачі вищих навчальних закладів як фундаментальних, так і психолого-педагогічних дисциплін мають створити сприятливі умови для формування особистості майбутнього фахівця, актуалізації його інтелектуальних і творчих ресурсів. Шляхи створення цих умов, особливо в процесі магістерської підготовки в технічному вищому навчальному закладі, є перспективою подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Deja Vu. Translation Memory. URL: https://powerling.com

2. MetaTexis. The easy way to translate. URL: http://www.metatexis.com.

3. Луговий В. І. Європейськиа концепція компетентнісного підходу у вищій школі та проблеми її реалізації в Україні [Текст] / В.І.Луговий // Педагогіка і психологія. – 2009. – № 2 (63). – С.13.-23.

4. Петрук В. А. Модельний підхід як складова формування фахових компетенцій майбутнього випускника технічного ВНЗ [Текст] / В.А.Петрук // Освітянські обрії: реалії та перспективи: Зб. наук. праць. – К.: ІПТО, 2017. – № 1. – С.141-146.

5. Зязюн І. А. Філософія поступу і прогнозу освітньої системи // Педагогічна майстерність: проблеми, пошуки, перспективи: монографія / І. А. Зязюн. – Київ; Глухів: РВВ ГДПУ, 2015. – С.10–18. 6. Нагач М. В. Підготовка майбутніх учителів у школах професійного розвитку в США: автореф. дис. … канд. пед. наук: 13.00.04 "Теорія і методика професійної освітио / Нагач Марина Володимирівна // Університет менеджменту освіти Академії педагогічних наук України. – Київ, 2008. – 22 с.

УДК 811.111:338

Ivanytska N. B., doctor of Philological Sciences, Full Professor
ORCID 0000-0002-9925-1285
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE

Ivanytska N. L., doctor of Philological Sciences, Full Professor
ORCID 0000-0001-8111-3645
Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynskyi State Pedagogical University

ECONOMY OF SYNTACTIC RESOURCES IN MASS MEDIA COMMUNICATION (BASED ON TED-TALKS)

This article explores the phenomenon of syntactic economy in English-language mass media discourse, focusing on TED Talks as a form of public business communication. The present study draws on empirical data from ten TED presentations to analyze the role of elliptical structures, infinitive constructions, and participial phrases in enhancing communicative efficiency. The findings demonstrate that syntactic economy functions as a structural means of information compression and a pragmatic strategy that increases speech clarity, dynamism, and persuasive power. The study significantly contributes to the field by offering a comprehensive understanding of the functionality of economic syntactic structures as adaptive tools in contemporary high-density communication formats.

Key words*: secondary predication, language economy, impersonal verb forms, business media, communication, information overload.*

Introduction. Research in linguistics has confirmed the view that the development and functioning of language are regulated by the interaction of two conflicting tendencies: linguistic redundancy and linguistic economy. Linguistic redundancy is a linguistic principle that ensures the precision and clarity of meaning transmission. Conversely, linguistic economy is a linguistic principle that contributes to the optimization of communication by reducing or simplifying linguistic means

[2; 4; 8]. As George Zipf once observed: «Language strives for the principle of least effort, balancing between the economy of linguistic expression and the clarity necessary for effective communication» [11, p. 24].

The advent of globalization and the accelerated development of digital technologies has given rise to novel challenges for the linguistic environment. In the context of intensive information exchange, rapidly transmitting and processing large volumes of data is paramount. Information overload is a growing concern that can result in the loss of significant semantic elements. In this regard, the linguistic economy is a pivotal mechanism that facilitates effective communication without losing key information.

The issue of linguistic economy is becoming increasingly salient due to several significant factors. In the contemporary era, society is inundated with a substantial amount of information, which demands the evolution of more precise and intelligible forms of communication for diverse discursive genres. Furthermore, concise linguistic means have been demonstrated to reduce the cognitive load on the recipient, thereby facilitating enhanced information retention. Moreover, in the context of the dominance of digital communications, the linguistic economy functions as a tool that facilitates adaptation to the limitations of these formats.

The relevance of the study is reinforced by the fact that, in light of the new realities, linguistic economy may become a key factor in developing innovative approaches to learning, translation, and content creation. The significance of research in the domain of language economy is contingent upon the necessity for effective mechanisms that facilitate the transmission of information. Such mechanisms must address the challenges posed by the contemporary information environment and ensure an optimal perception of information.

Theoretical Background. Acknowledging that linguistic economy is not a novel one within linguistic science is important. This problem was studied in the 1980s by P. Passy, G. Suitt, and O. Espersen. According to Passy, the economy of linguistic means can be attributed to two primary factors: 1) the inherent tendency of language to liberate itself from superfluous elements, and 2) the constant pursuit of language to distinguish

the essential from the non-essential. Otto Jespersen establishes a correlation between the linguistic economy and the «theory of progress». He posited that the evolution of the English language from inflectional to analytical morphology exemplifies a progressive process, as economic languages attain greater expressiveness with minimal effort [7].

Notwithstanding the extensive history of scientific inquiry, a unifying interpretation of the principle of economy in language development remains elusive. In contemporary works, the topic of language resource economy has been addressed in passing by O. Popkova [5], who provided a concise review of the concept of language economy and identified the primary factors that led to its emergence in media linguistics. M. Navalna provides an in-depth analysis of new manifestations of linguistic economy, in particular, such lexical innovations as univerbates, which are actively used in the language of Internet publications [4]. The principles of linguistic economy have been previously articulated by Yu. Makarets [3], I. Karamyshleva [1], and others. This topic has also been partially covered in foreign linguistics [6-10].

Purpose and Objectives. This article aims to examine the distinctive features of syntactic economy in English-language mass media discourse.

Research materials. The empirical foundation for this study was speeches on business topics delivered on the TED platform. A total of ten speeches from recent years, with a combined length of 50,000 characters, were subjected to analysis.

Results and Discussion. The syntactic economy plays a pivotal role in ensuring effective communication in TED talks, a genre of public business discourse. Given the limited time available for presentations (on average, up to 18 minutes), speakers must articulate complex ideas lucidly, succinctly, and persuasively. Syntactic economy, defined as the desire to minimize grammatical structures without compromising meaning, facilitates the optimization of information presentation, ensuring its high intensity and accessibility to a broad audience.

In the context of TED talks, this effect is frequently accomplished by employing techniques such as incomplete sentences, ellipses, nominalizations, secondary predicates (e.g., participle constructions), and inversions, which enhance the pragmatic

effect. These syntactic strategies have been demonstrated to facilitate audience focus on salient messages, augment the dynamism of speech, and enhance material assimilation. Concurrently, the economical organization of speech in terms of syntax indicates oratorical skill, which integrates precision of thought with clarity of verbal expression.

TED talks frequently employ sentences that are left incomplete, a phenomenon that enables them to retain their communicative function even in the absence of a fully syntactically structured formulation. This approach engenders the effect of lively, conversational speech while circumventing the burden of superfluous lexical elements on the listener.

A close examination of Avani Prabhakar's speech «How distributed work can unlock your potential» (https://surl.li/aompnl) reveals the use of elliptical constructions, a hallmark of spoken public discourse. Ellipsis, a syntactic phenomenon, is defined as the omission of structurally obligatory components of a sentence that can be readily restored from the context. This technique contributes to the conciseness, dynamism, and colloquiality of speech, allowing one to avoid excessive reduction or repetition.

To illustrate, consider the sentence *Like many of you, I am an introvert*. In this case, the verb-noun phrase «are introverts» is omitted, and the subject «like many of you» is restored, resulting in the sentence *Like many of you [are introverts]*. This structure exemplifies the speaker's objective to articulate their thoughts concisely while preserving their essence. In the phrase *But I've never been the first, second, or even third to offer my opinion*, the noun «person» is omitted, which is logically substituted in each part of the comparative series (the first [person], second [person], etc.). This is also due to the avoidance of tautology.

The sentence *Well, 2020, fast forward, as we all know, we became remote workers overnight* exemplifies a shortened conditional construction, where the ellipsis encompasses both the subject and the verb (*If we fast forward to 2020*). This structure conveys the characteristic intonational conciseness of public speech. Other examples include constructions with the omission of an auxiliary verb, such as in the sentence

Why [are] we here"; an omitted call to action, such as in the sentence *[Let's have] another round of applause*; or the shortening of superfluous descriptive components, such as in the sentence *for whatever [reasons that are] various.*

Therefore, ellipsis in TED talks fulfils the role of linguistic economy, upholds an informal tone of communication, and guarantees flexibility in the syntactic structuring of the text while preserving a high degree of informativeness.

Another feature of English syntax in spoken mass media discourse is the presence of constructions with secondary predicativity between its members. In spoken business communication, infinitive constructions play a leading role, where event dynamics and results are important.

Avani Prabhakar's TED talk contains several object infinitive constructions representing a typical grammatical mechanism for realising predication within a complex sentence. An object infinitive construction (object + infinitive) involves a transitive verb followed by a direct object and an infinitive, forming a semantic unity – a semantic predication. In this discourse, such constructions express mandatory or expected actions that form the regulatory component of business speech.

In particular, in the sentence *Well, with all of that prep, when I joined the workforce, it got further amplified because corporate environments* ***expect you to show*** *up in a certain way* we can see the classic model of an infinitive complement after the verb *expect*, which indicates external expectations regarding the subject's behaviour. A similar structure can be found in *So we* ***get our teams to really*** *design their day...*, where the verb *get* expresses an incitement to action.

Other examples demonstrate fixed constructions with the verb *have to*, which, despite the modal component, syntactically retain the structure of the object infinitive: *You have to be articulate, You have to cater to different cultures, You also have to anchor yourself to two or three values*, etc. They all have a common feature — an indication of the need to perform a specific action determined by the context of professional activity. The construction *You are* ***giving them the key to accelerate*** *their full potential* also contains an infinitive form that expresses the purpose of the action within the syntactic object.

Thus, object infinitive constructions in the analysed fragment play an important role in implementing the instructive function of the text and forming a clear grammatical structure of the hierarchy of actions expected or required from the participants in communication. They reinforce the directive vector of the utterance, which is characteristic of public speech in business discourse.

A TED talk revealed several secondary predication constructions of the participle type, illustrating the economy of linguistic resources in mass media communication. Below are examples of such structures and their context and classification.

In this sentence *I grew up* ***seeing*** *firsthand so many examples of* ***people getting creative*** *with limited resources* the construction 'people getting creative with limited resources' is a typical example of an object-present participle construction, where people is the object of the verb *seeing*, and *getting creative* is the predicate describing the state or action of this object.

In the sentence *Helping people embrace their natural hair texture has been my personal passion since I was a teenager* the construction 'people embrace their natural hair texture' (in its implicit form: 'helping people [to] embrace…') demonstrates secondary predication, where *people* is the object and *embrace* is the infinitive or participle expressing the action performed by the object.

An absolute construction includes an independent subject and a participle, forming an additional predicative centre separated from the main clause. In the sentence *We get to know our customers on a personal level because we take the time to really listen,* ***building that kind of relationship*** *creates an authentic, reciprocal understanding between brand and customers* 'building that kind of relationship...' is an absolute construction accompanying the main clause 'we take the time to really listen.' Here, the participle building does not have a common subject with the main verb, but acts as a secondary predicate with an implicit subject.

Thus, the use of secondary predication structures in English-language public discourse in TED talks demonstrates an economy of syntactic means by compressing information, preserving the dynamics of speech, and enhancing the expressiveness of the utterance. All the constructions identified also perform a discursive function – they serve as a means of shifting the focus of attention to the action, its conditions or the subject without increasing the syntactic complexity of the sentence.

Conclusion. The study has demonstrated that syntactic economy is crucial in enhancing the communicative effectiveness of English-language public discourse, particularly within the TED Talks format. Speakers leverage syntactic compression strategies when faced with constrained speaking time and high information density. Such strategies enable the effective transmission of complex concepts, ensuring the listener is not overwhelmed. The analysis revealed that devices such as ellipsis, infinitive constructions, and participial structures are instrumental in achieving clarity, brevity, and expressive force. Elliptical constructions contribute to the conversational tone and reduce cognitive load, while object-infinitive structures concisely articulate expected actions and directives. Participial constructions, encompassing absolute and object-present participle phrases, facilitate incorporating supplementary information without augmenting syntactic complexity. Collectively, these strategies reflect an intentional orientation toward minimizing linguistic redundancy while maintaining semantic precision. The syntactic organization of TED talks exemplifies how language adapts to the communicative demands of the digital age, thereby establishing syntactic economy as a defining feature of modern media discourse.

References:

1. Карамишева І. Д. Структури вторинної предикації у англійській мові: до питання класифікації. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми лінгвістики науково-технічного і художнього тексту та питання лінгвометодики*. Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2002. No 465. С. 82–86.

2. Кульбабська О. В. Вторинна предикація у простому реченні. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2011. 672 с.

3. Макарець Ю. С. До питання про принцип економії в мові та мовленні. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 10 : Проблеми граматики і лексикології української мови*. 2013. Вип. 10. С. 161-168.

4. Навальна М. Нові вияви мовної економії (на прикладі матеріалів інтернетного видання «Українська правда»). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. *Серія «Філологія. Соціальні комунікації». 2012.* Т. 26 (65). №1. С. 51–56.

5. Попкова О. Мовна економія як запорука успішної медіаграмотності. *Зб. статей Сьомої міжнар. наук.-метод. конф. «Сучасний простір медіаграмотності та перспективи його розвитку»*. Київ: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2019. С. 74–79.

6. Irimia M.-A. Types of secondary predication. *Toronto Working Papers in Linguistics.* 2005. # 25. Retrieved from https://twpl.library.utoronto.ca/index.php/twpl/article/view/6181

7. Jespersen Otto. The Philosophy of Grammar. ImprintRoutledge (eBook), 2013. DOIhttps://doi.org/10.4324/9780203716045

8. Lee Juwon. A New Type of Secondary Predicate Construction in English. *Korean Journal of English Language and Linguistics*. 2022. Vol 22. P. 1428-1442.

9. Rapoport T. Secondary Predication. *Oxford Handbook of Event Structure*. Oxford University Press, 2019. P. 426–455. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199685318.013.19

10. The Small Clause node. *Small Clauses in English*: *The Nonverbal Types.* Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 1992. P. 171-190. https://doi.org/10.1515/9783110861457.171

11. Zipf, G. K. (1949). Human behavior and the principle of least effort. Cambridge: Addison Wesley Press, 1949.

УДК 378.147:811.111(045)

Коровій Д. М., доктор філософії зі спеціальності «Професійна освіта»

ORCID https://orcid.org/0000-0002-3107-2539

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ГЕЙМІФІКАЦІЯ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ

У статті розглядається процес впровадження елементів гейміфікації в процес навчання англійської мови як іноземної (ESL). Проаналізовано ключові переваги

гейміфікації, серед яких підвищення мотивації учнів, формування позитивного навчального середовища та розвиток комунікативних навичок. Особливу увагу приділено практичному застосуванню ігрових методик, таких як мовні квести, вікторини, онлайн-платформи (Kahoot!, Quizizz, Duolingo) та рольові ігри. У роботі також розглянуто виклики, з якими може зіткнутися вчитель при впровадженні гейміфікації, а також надано рекомендації щодо ефективного її використання в ESL-уроках. Зроблено висновок, що гейміфікація є потужним інструментом у сучасному викладанні іноземних мов, здатним не лише активізувати навчальний процес, а й сприяти формуванню сталого інтересу до вивчення англійської мови.

Ключові слова: *гейміфікація, інноваційне навчання, ESL, уроки англійської мови, цифрові платформи, мотивація учнів, комунікативні навички, онлайн-інструменти, ігрові методики, квести.*

Сучасна освітня практика дедалі більше орієнтується на активізацію навчального процесу, підвищення мотивації та залучення учнів до діяльності, що сприяє формуванню не лише мовних, але й комунікативних, соціальних та емоційно-вольових навичок. Проте традиційні методи викладання англійської мови як іноземної не завжди відповідають інтересам та пізнавальним потребам сучасного учня, що часто призводить до зниження зацікавленості, пасивності й обмеженої участі в навчальному процесі.

У зв’язку з цим постає необхідність пошуку ефективних засобів підвищення мотивації та створення сприятливого психологічного клімату на уроках англійської мови. Одним із таких засобів є гейміфікація – інтеграція ігрових елементів у навчальний процес з метою посилення внутрішньої мотивації учнів, розвитку навичок співпраці, критичного мислення та самостійності, це навчання через гру, що передбачає використання ігор із чітко визначеними навчальними цілями або додавання ігрових елементів до освітнього процесу, таких як змагання, нагороди, виклики тощо..

Попри численні позитивні приклади впровадження гейміфікації у викладання іноземних мов, відсутність чіткої систематизації методик,

недостатній рівень підготовки педагогів до використання ігрових стратегій та ризики надмірного акценту на процесі змагання, залишаються **актуальними проблемами**, що потребують теоретичного обґрунтування й практичного вирішення.

Останні дослідження виявили, що використання гейміфікації покращує взаєморозуміння між учителем та учнем, підвищує готовність учнів до спілкування та сприяє створенню позитивного навчального середовища .

Окрім того, варто зазначити, що гейміфікація сприяє кращому запам'ятовуванню лексики, граматичній точності та комунікативній впевненості учнів. Використання платформ, таких як Duolingo, Kahoot! та Classcraft, забезпечує інтерактивне навчання з миттєвим зворотним зв'язком та адаптивними шляхами навчання [5].

Існує низка переваг використання ігор та ігрових механік на уроках. Серед них:

Активне навчання. Залучення ігор до освітнього процесу дозволяє більшій кількості учнів одночасно брати участь у практичних завданнях і активно вдосконалювати свої навички.

Зростання внутрішньої мотивації. Якщо учні залучаються до діяльності, бо вона їм цікава, це сприяє ефективнішому навчанню, адже мотивація виходить із власного інтересу, а не з потреби отримати оцінку, схвалення дорослих чи похвалу.

Розвиток м’яких навичок (soft skills). Ігри, які використовуються в навчальному процесі, мають мати чіткі академічні цілі. Водночас вони сприяють формуванню таких навичок, як:

- Креативність (наприклад, створення історії за картинками);
- Уміння вирішувати проблеми (наприклад, рольові ігри-розслідування);
- Допитливість (наприклад, пошук незвичних фактів про тварин, країни чи планети, які партнер має відгадати).

Співпраця та командна робота. Командна взаємодія – ще одна важлива м’яка навичка, що розвивається через ігри. Якщо всі учасники команди мають внести

свій вклад для досягнення результату чи перемоги, це сприяє підвищенню самооцінки, мотивації до подальшого навчання та зміцненню взаємин у колективі. Призначення ролей у грі допомагає ефективніше організувати роботу в команді та залучити кожного учасника.

Емоційна залученість у навчальний процес. Ігри роблять навчання більш емоційним. Здорова конкуренція, бажання перемогти чи просто задоволення від створення кумедної історії викликають емоції, формують емоційний зв'язок з матеріалом, що вивчається, і сприяють кращому запам'ятовуванню інформації.

Зниження рівня стресу під час занять. Використання ігор та можливість повеселитися допомагає учням розслабитися і зменшує тиск. Якщо навчальне середовище (як офлайн, так і онлайн) асоціюється з позитивом і приємними емоціями, процес навчання стає ефективнішим та результативнішим.

Метою статті є теоретичне обґрунтування та практичний аналіз можливостей використання гейміфікації як інноваційного підходу до підвищення ефективності навчального процесу на уроках англійської мови як іноземної, зокрема шляхом формування внутрішньої мотивації, підвищення рівня залученості учнів, розвитку мовленнєвих і соціальних навичок, а також виявлення потенційних викликів і обмежень у впровадженні ігрових елементів в освітнє середовище.

Усі навчальні ігри можна поділити наступним чином:

1. Онлайн / офлайн / безресурсні ігри.

- Онлайн-ігри

Онлайн-ігри можна створювати та використовувати безкоштовно в інтернеті, або знайти вже готові розробки інших учителів і адаптувати їх для своїх учнів. Онлайн-ігри є універсальними: їх можна застосовувати як на дистанційних, так і на очних заняттях (за наявності хоча б одного пристрою з підключенням до Інтернету в аудиторії).

Наприклад, онлайн-вікторини:

Kahoot, Quizizz, Quizlet, JeopardyLabs, Gimkit – платформи для створення та проведення інтерактивних тестів, ігор на закріплення знань, опитувань тощо.

Окрім цього, існують інші вебсайти для створення ігор та інтерактивних завдань:

Wordwall – дозволяє створювати та використовувати онлайн-пазли, кросворди, ігри на відповідність, ігри на пам’ять тощо.

Genially – платформа для створення настільних ігор, «хрестиків-нуликів», «морського бою» та інших інтерактивних навчальних ігор.

LearningApps – сервіс для створення та використання кросвордів, пазлів, ігор на відповідність, ігор «вгадай слово» та ін.

Вебсайти для впровадження ігрових елементів в освітній процес:

ClassDojo – платформа для організації роботи в класі. Дає змогу вчителю використовувати систему мотивації, вимірювач рівня шуму, випадковий вибір учнів та багато інших функцій для підтримки дисципліни та залучення учнів.

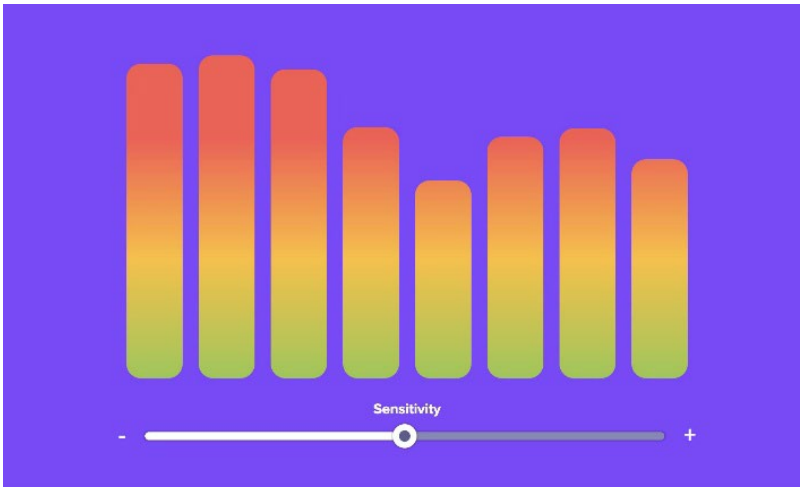


Рисунок 1 – ClassDojo

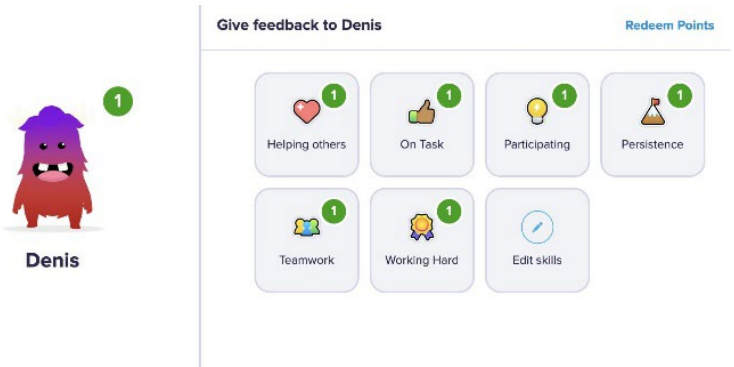


Рисунок 2 – ClassDojo

Random Wheel — сервіс для створення «колеса фортуни», яке можна використовувати для випадкового вибору учня, питання для обговорення, теми для створення історії тощо.

Рисунок 3 – Random Wheel

- Офлайн-ігри

Під час очних занять можна використовувати ігри, що включають рухову активність. Це особливо ефективно, оскільки зміна положення в просторі та фізична активність під час уроку сприяють підвищенню концентрації уваги, залученості учнів та можуть «розбудити» тих, хто втратив інтерес до заняття.

Наприклад, гра баскетбол. Встановіть імпровізований «кошик» (коробку, сумку, кошик для сміття тощо) та підготуйте м’яч. Роздайте учням завдання. За кожну правильну відповідь учень отримує шанс закинути м’яч у «кошик». Перемагає команда або учень, який набрав найбільше балів.

Дженга. Учні виконують коротке завдання, після чого мають право пересунути один брусок у вежі. Це поєднує навчання з елементами концентрації та моторної активності.

Зіпсований телефон. Учні сидять або стоять у ряд. Вчитель шепоче слово або показує картку першому учневі, який передає це слово наступному. Процес триває до останнього учня, який має сказати це слово вголос / написати на дошці / скласти з ним речення тощо.

Біговий диктант. Прикріпіть у різних частинах класу картки з реченнями або частинами тексту. Учні працюють у парах: один читає речення на картці, запам’ятовує його та повертається до партнера, щоб продиктувати, а той записує. Перемагає пара, яка першою завершила всі завдання.

- Ігри, які можна проводити як онлайн, так і офлайн

Багато ігор спочатку використовувались лише в офлайн-форматі, але з розвитком цифрових інструментів їх можна адаптувати до онлайн-занять.

Наприклад, настільні ігри. Їх можна проводити офлайн, використовуючи фізичні кубики та фішки, або онлайн — за допомогою таких платформ, як Genially, Flippity тощо. Також можна демонструвати гру через екран та використовувати онлайн-кубики для вибору чисел.

Ігри з флешкартками.

Офлайн-варіанти:

- повільно відкривати зображення й запропонувати учням здогадатися, що на ньому зображено;

- назвати слово й запропонувати знайти відповідну картку;

- продемонструвати набір карток, сховати одну з них і запропонувати учням здогадатися, якої саме бракує.

Онлайн-варіанти:

- створити презентацію з анімаціями для гри «Відгадай, що зникло»;

- створити гру на пам’ять у Wordwall;

- просто повільно прокручувати документ з картками, щоб учні могли здогадатися, що зображено.

Перегони. Поясніть слово або покажіть зображення, після чого учні мають написати це слово на дошці (офлайн) або у чаті (онлайн).

- Ігри без ресурсів

Існують ігри, які не потребують жодної підготовки чи матеріалів, але при цьому залишаються ефективними та привабливими для учнів різного віку.

Наприклад, Alias (Скажи інакше), Hangman (Шибениця), Charades (Крокодил), Pantomime (Ігри на міміку).

2. Та другий тип – ігри з різними навчальними цілями.

Варто зазначити, що ігри можуть бути ефективними на різних етапах уроку:

- Ігри як вступна активність (lead-in) – використання коротких ігор на початку уроку дозволяє зацікавити учнів темою. Наприклад: поступово відкривати фрагменти зображення й запропонувати учням здогадатися, яке це місто; малювати тварину із заплющеними очима, а інші мають здогадатися, що це.

- Ігри для повторення/розминки – Чому б не розпочати урок із гри на повторення матеріалу з попереднього заняття? Варіанти необмежені: онлайн-вікторини (Kahoot, Baamboozle, Quizizz), квести, Jeopardy, Banana Game, Alias та інші ігри на вгадування.

- Ігри для відпрацювання мовних систем – численні ігри спрямовані на закріплення лексики, граматики та функціонального мовлення. Наприклад: Find somebody who…, Tic-tac-toe, настільні ігри тощо.

- Ігри для розвитку мовленнєвих навичок – рольові ігри ідеально підходять для розвитку навичок говоріння (наприклад: ситуація в ресторані, гра-розслідування, організація заходу).

Колективне письмове завдання може бути цікавим способом для тренування письма – наприклад, створення історії за випадковими зображеннями.

Також можна інтегрувати елементи гри для покращення навичок читання й аудіювання – перегляд відео без звуку з метою вгадати, що говорять персонажі; перетворення тексту на комікс або малюнок тощо.

- Ігри як домашнє завдання – Навіть домашнє завдання може бути цікавим. Наприклад, задати Kahoot як домашню роботу буде більш захопливо, ніж ще одне завдання в підручнику.

Щоб зробити навчання ефективнішим та підвищити мотивацію учнів, можна впроваджувати ігрові елементи не лише на окремих уроках, а й протягом усього семестру чи навчального року. Це може навіть стати новою класною традицією.

Приклади таких елементів:

- Виклики (challenges): запропонуйте класу колективне завдання. Наприклад, якщо весь тиждень учні спілкуються тільки англійською на уроках – наступного тижня урок присвячено Kahoot, або відбувається костюмована вечірка. З часом завдання можуть ускладнюватися, а варіанти нагород – обговорюватися з учнями.

- Бали / нагороди: дозвольте учням заробляти бали, наліпки або значки за виконання завдань чи досягнення навчальних цілей. Потім ці бали можна обміняти на «приз». Наприклад:

- «придбати» ще одну гру Kahoot на уроці;

- «придбати» можливість працювати в парі з найкращим другом;

- «придбати» право не виконувати домашнє завдання на один раз;

- обрати гру для наступного уроку.

- Здорова конкуренція: розподіліть учнів на команди (збалансовані за рівнем знань) і дозвольте їм набирати бали впродовж семестру. Наприкінці підраховуються результати, і команда-переможець отримує обрану нагороду.

Але, на жаль, ігри не зроблять урок автоматично цікавим та ефективним. Щоб вони дійсно сприяли навчанню, важливо враховувати такі моменти:

1) Орієнтуйтеся на інтереси учнів, а не свої. Обираючи ігри, враховуйте смаки учнів. Запитуйте, що їм подобається, спостерігайте за їхньою реакцією, аналізуйте ефективність ігор за рівнем залученості та досягненням навчальної мети.

2) Чітке навчальне спрямування. Кожна гра має бути пов’язана з темою уроку, відповідати рівню учнів і мати конкретну академічну мету. Наприклад: «учні практикують вживання майбутніх часів у контексті розмов про літні канікули».

3) Зрозумілі інструкції. Щоб гра була ефективною, необхідно чітко пояснити її правила. Використовуйте демонстрацію та контрольні запитання (ICQs), щоби переконатися, що всі все зрозуміли.

4) Зворотний зв’язок. За потреби надавайте фідбек щодо змісту і точності виконання. Це сприятиме кращому запам’ятовуванню матеріалу та досягненню навчальних цілей.

5) Обережно з елементами змагання. Деякі учні можуть засмутитися через програш. Це особливо актуально в класах з різним рівнем підготовки: слабші або повільніші учні можуть втрачати мотивацію. Тож важливо передбачати заохочення не лише переможців, а й усіх, хто активно бере участь або спілкується англійською.

Отже, гейміфікація в уроках англійської мови як іноземної є потужним інструментом, що сприяє залученню учнів, підвищенню мотивації та покращенню навчальних результатів. Завдяки інтерактивним завданням, балам, винагородам і викликам, учителі можуть створити динамічне й захоплююче освітнє середовище. Гейміфікація не лише покращує ставлення до вивчення мови, а й розвиває в учнів навички критичного мислення, співпраці та розв'язання проблем.

Список використаних джерел:

1. Alawadhi, A., & Abu-Ayyash, E. A. (2021). Students' perceptions of Kahoot!: An exploratory mixed-method study in EFL undergraduate classrooms in the UAE. *Education and Information Technologies,* 26(4), 3629-3658.

2. Dehghanzadeh, H., Fardanesh, H., Hatami, J., Talaee, E., & Noroozi, O. (2021). Using gamification to support learning English as a second language: A systematic review. *Computer Assisted Language Learning,* 34(7), 934-957.

3. Kapp, K. M. (2012). The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education. Pfeiffer.

4. Suh, A., Wagner, C., & Liu, L. (2018). Enhancing user engagement through gamification. Journal of Computer Information Systems, 58(3), 204-213.

5. Gamification in ESL/EFL Education: Transforming Language Learning and Teaching Through Play [Електронний ресурс] // ResearchGate. – 2024. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/390528215_Gamification_in_ESLEFL_Education_Transforming_Language_Learning_and_Teaching_Through_Play

УДК 81’322.4:811.111(045)

Мацера О. А.
ORCID https://orcid.org/0000-0001-7102-4497
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ ЯК ДОПОМІЖНОГО ЗАСОБУ У ВИКЛАДАННІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті висвітлено питання використання інструментів машинного перекладу як допоміжного засобу у викладанні англійської мови. Розглянуто метод навчального перекладу як ефективний засіб формування професійної комунікативної компетентності студентів немовних спеціальностей в умовах цифрових трансформацій освіти. Наголошено на доцільності поєднання традиційних методів навчання з використанням систем машинного перекладу для оптимізації мовної підготовки. Проаналізовано особливості роботи з автентичними текстами професійного спрямування, зокрема в галузях економіки, логістики та маркетингу. Визначено переваги й обмеження застосування машинного перекладу, акцентовано увагу на потребі у постредагуванні автоматично згенерованих текстів.

Ключові слова: *машинний переклад, компетентність, професійно орієнтоване навчання, постредагування перекладу.*

Постановка проблеми. В умовах цифрових трансформацій у сфері освіти та зростаючої важливості англійської мови як основного інструмента міжнародної професійної комунікації, особливо серед студентів немовних спеціальностей, постає потреба в розробці та впровадженні ефективних інструментів для покращення якості їх мовної підготовки. Одним із таких інструментів є системи машинного перекладу, що дедалі частіше розглядаються як допоміжний засіб у процесі викладання англійської мови.

У цьому контексті актуальним є не лише запровадження новітніх цифрових технологій, зокрема систем машинного перекладу, а й переосмислення традиційних методів навчання, які зарекомендували себе як ефективні в умовах професійно орієнтованого мовного навчання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика використання перекладу як педагогічного інструменту у викладанні іноземної мови активно висвітлюється у сучасних наукових дослідженнях. Так, І. Довженко та Л. Дячук розглянули можливості застосування перекладу у процесі навчання іноземної мови студентів немовних закладів вищої освіти [1]. Л. Романюк акцентував увагу на особливостях використання систем машинного перекладу студентами немовних спеціальностей [2]. Актуальну тенденцію інтеграції цифрових інструментів у підготовку фахівців з іноземних мов висвітлили А. Моренцова та Т. Варянко [3]. Водночас В. Ігнатенко акцентував увагу на постредагуванні як ключовому етапі роботи з машинним перекладом [4].

Таким чином, узагальнення наукових позицій засвідчує зростаючу увагу дослідників до машинного перекладу як дидактичного засобу, що при належному методичному супроводі може підвищити ефективність вивчення іноземної мови.

Метою статті є розкриття особливостей використання інструментів машинного перекладу як допоміжного засобу у процесі викладання англійської мови, з акцентом на їх потенціал для підвищення ефективності навчання та розвитку мовної компетентності.

Виклад основного матеріалу. Метод навчального перекладу посідає одне з провідних місць серед ефективних засобів вивчення іноземної мови, особливо в контексті формування комунікативної компетентності здобувачів освіти. Його результативність зумовлена тим, що в процесі перекладу професійно орієнтованих текстів студенти активно добирають відповідні лексичні одиниці, водночас збагачуючи свої знання термінологічної лексики як рідної, так і іноземної мов [1, с. 76]. Крім того, застосування навчального перекладу забезпечує формування міжмовної інтерференції на рівні професійного контексту, що сприяє глибшому розумінню функціонування терміносистем у різних мовах. У цьому контексті навчальний переклад виконує важливу функцію засобу розвитку професійного мовлення, проте його дидактичний потенціал значно посилюється за умови поєднання з іншими видами навчальної діяльності, спрямованими на формування мовленнєвих умінь і навичок у професійно орієнтованих комунікативних ситуаціях.

Особливу дидактичну цінність метод демонструє під час роботи з автентичними матеріалами, що репрезентують реальний професійний дискурс. Наприклад, тексти з галузей економіки, міжнародної торгівлі та логістики – зокрема, контракти на постачання товарів, рахунки-фактури, інвойси, описові частини транспортно-експедиційної документації – створюють умови для засвоєння як термінологічного мінімуму, так і граматичних структур, притаманних зазначеним жанрам. Під час перекладу таких документів студенти засвоюють стандартні синтаксичні конструкції, наприклад, умовні речення першого типу (*"The shipment will be completed within 30 days, provided that the payment has been received in full"*), які широко вживаються в угодах, специфікаціях і комерційних пропозиціях.

Крім того, цілеспрямований аналіз структурно-семантичних особливостей подібних конструкцій сприяє формуванню у студентів когнітивної чутливості до мовних засобів формалізації домовленостей, застережень або зобов'язань, що відіграє ключову роль у професійній міжмовній комунікації. Напрацьовані таким чином навички перекладу не лише сприяють закріпленню мовного матеріалу, а й забезпечують розвиток критичного мислення, здатності до інтерпретації текстів, а також вміння передавати зміст оригіналу з урахуванням прагматичних параметрів цільової мови.

Регулярне впровадження навчального перекладу в освітній процес у закладах вищої освіти немовного профілю забезпечує прискорене оволодіння студентами іноземною мовою в межах професійної сфери. Такий підхід сприяє не лише формуванню навичок автоматизованого спонтанного мовлення, а й засвоєнню основної термінології відповідної галузі знань. Водночас варто зазначити, що ефективність методу зумовлена його цілеспрямованим використанням, зокрема за умови систематичного порівняння й зіставлення спеціалізованої лексики обох мов [1, с. 76].

Зокрема, під час перекладу прес-релізів міжнародних компаній або офіційних повідомлень фондових бірж студентам доцільно пропонувати завдання, що передбачають ідентифікацію та переклад ключових економічних

термінів, таких як *«merger», «shareholder value2, «net profit margin»*. Така лексика є стандартною для повідомлень про злиття компаній, фінансову звітність або зміни в акціонерній структурі, тому її опрацювання сприяє глибшому розумінню специфіки економічного дискурсу.

Крім того, доцільним є залучення матеріалів зі звітів транснаціональних корпорацій, де фігурують поняття *«return on investment», «operating income», «earnings per share»*, що дозволяє майбутнім фахівцям вивчати не лише вузькопрофесійну термінологію, а й стандартні способи представлення фінансових результатів у публічному дискурсі. Аналіз та переклад таких фрагментів сприяє формуванню здатності точно інтерпретувати кількісні показники, логічно поєднувати їх з пояснювальними блоками тексту та адекватно передавати прагматичне навантаження інформації у перекладі.

У зв'язку з інтенсифікацією цифрових технологій у сфері освіти, дедалі актуальнішим стає використання машинного перекладу як допоміжного засобу у викладанні іноземної мови студентам немовних спеціальностей. До переваг сучасних систем машинного перекладу належать висока швидкість обробки інформації, широкий спектр сервісних функцій, а також спроможність цих систем знижувати мовний бар'єр завдяки моделюванню опосередкованої міжмовної комунікації. Однак разом із цим слід враховувати обмеження таких систем, зокрема труднощі з адекватною обробкою синтаксично складних структур і стилістично маркованих фрагментів, що є характерними для текстів фахового спрямування [2, с. 146].

Особливою проблемою під час перекладу є обробка маркетингових оглядів, у яких широко використовуються стилістично навантажені конструкції та метафоризовані вислови. Такі тексти часто поєднують інформаційну та емоційну складові, що ускладнює процес адекватного міжмовного відтворення. Зокрема, у виразі *«The brand's value proposition resonates with price-sensitive consumers in emerging markets»* вживається метафоричний дієслівний компонент *«resonates with»*, що вимагає не буквального перекладу, а пошуку функціонально еквівалентного вислову, здатного передати змістовну й емоційну насиченість оригіналу.

Невірне або автоматизоване відтворення подібних фраз машинними

перекладачами, як правило, призводить до втрати прагматичного ефекту повідомлення. Наприклад, вислови на зразок *«disruptive innovation», «customer-centric strategy»* або *«brand loyalty drivers»* можуть бути перекладені без урахування контексту, що спотворює зміст і порушує норму функціонально-стилістичної відповідності. Це своєю чергою зумовлює необхідність залучення навичок постредагування, що базуються на глибокому розумінні специфіки маркетингового дискурсу та знанні професійної термінології.

До того ж, студентам слід пропонувати аналітичні завдання, що передбачають порівняння кількох варіантів перекладу однієї і тієї ж конструкції, наприклад, *«The campaign reinforces the brand's identity across multiple touchpoints»* може бути передано як *«Кампанія посилює впізнаваність бренду через різні канали взаємодії»*, або як *«Рекламна кампанія забезпечує цілісне позиціонування бренду на всіх рівнях комунікації»*. Така робота стимулює розвиток критичного мислення, уміння аналізувати прагматичну функцію мовного засобу, а також здатність обґрунтовувати перекладацькі рішення.

На сучасному етапі розвитку технологій перекладу спостерігається активне впровадження нейронних моделей, побудованих на основі глибинного навчання. Такі системи дозволяють отримувати результати, які за якісними характеристиками наближаються до рівня перекладу, придатного до публікації з мінімальним втручанням перекладача. Водночас використання відкритих хмарних платформ без дотримання принципів інформаційної безпеки може призвести до небажаного розголошення конфіденційних даних, особливо в умовах комерційного середовища [3, с. 169].

Це особливо критично у випадках перекладу текстів, що містять тендерні умови, прайс-листи або технічні характеристики товарів. Неналежна конфігурація налаштувань конфіденційності або відсутність внутрішніх серверів перекладу створюють ризики витоку інформації, що може завдати репутаційної чи фінансової шкоди компанії.

У зв'язку з цим, важливого значення набуває постредагування машинного перекладу, яке передбачає цілеспрямовану корекцію автоматично згенерованого

тексту. Практичне впровадження таких завдань в освітній процес дозволяє не лише виявити стандартні помилки студентів, а й сформувати в них навички аналітичного мислення та мовної рефлексії. Результати досліджень свідчать, що багаторазове виконання вправ з ідентифікації та виправлення лексичних і граматичних неточностей сприяє підвищенню загального рівня володіння мовою [4, с. 280].

Зокрема, редагування машинно перекладених текстів комерційної кореспонденції, експортних замовлень або міжнародних фінансових звітів виступає ефективним засобом формування як мовної, так і професійної компетентності здобувачів вищої освіти. Робота з такими текстами передбачає не лише вдосконалення лексико-граматичних навичок, а й засвоєння структурних особливостей ділового дискурсу в англомовному середовищі. Наприклад, студентам доцільно пропонувати завдання з редагування перекладів фраз, наприклад, «*Please find attached the proforma invoice for your review", "The shipment is scheduled for the second quarter», «We kindly request confirmation of the payment terms»*, які вимагають точного відтворення формул ввічливості, часових форм і фінансової термінології з урахуванням норм української ділової комунікації.

У процесі аналізу стандартних помилок автоматичного перекладу, наприклад, калькування конструкцій, невідповідність стилістичного реєстру або зміщення логічного акценту, студенти набувають навичок критичної оцінки технологічних рішень у перекладацькій діяльності. Зокрема, помилкове відтворення виразів *«accounts receivable», «terms and conditions», «order fulfillment status»* може суттєво вплинути на змістову точність та юридичну достовірність фінансових документів, що особливо важливо у сфері міжнародної торгівлі.

Крім того, редагування таких текстів сприяє глибшому розумінню ролі мови як інструмента міжкультурної взаємодії та економічного партнерства. У цьому

контексті використання автентичних матеріалів – наприклад, шаблонів комерційних листів, контрактів або щоквартальних звітів компаній – дозволяє моделювати реальні комунікативні ситуації, що своєю чергою активізує професійно орієнтоване мислення студентів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, впровадження інструментів машинного перекладу у процес викладання англійської мови студентам немовного профілю має значний потенціал за умови їх методично обгрунтованого використання. Вони можуть виконувати роль ефективного допоміжного засобу, що сприяє формуванню мовленнєвої автономії, розвитку критичного мислення та опануванню фахової лексики. Проте досягнення цих цілей можливе лише за умови інтеграції машинного перекладу в структуру навчальних завдань, орієнтованих на постредагування, жанрово-стилістичний аналіз і міжмовні порівняння.

Перспективи подальших досліджень полягають у формуванні ефективних методичних підходів до використання машинного перекладу в навчанні англійської мови студентів немовного профілю.

Список використаних джерел:

1. Довженко І. В., Дячук Л. С. Використання перекладу у вивченні іноземної мови для студентів немовних ЗВО. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2019. Том 30 (69) № 2 Ч. 1. С. 73-77.

2. Романюк Л. В. До проблеми використання систем машинного перекладу студентами немовних спеціальностей. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. № 10(2). С. 143-146.

3. Моренцова А., Варянко Т. Робота з машинним перекладом як складова змісту підготовки фахівців з іноземних мов. *Молодь і ринок*. 2022. № 1/199. С. 166-170.

4. Ігнатенко В. Постредагування як важливий аспект навчання майбутніх перекладачів. *Studia Methodologica*. 2025. № 59. С. 273-283.

УДК 81’374

Нечипоренко В. О., кандидат філологічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0002-2429-9487
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

TRENDS IN MODERN ELECTRONIC LEXICOGRAPHY

The purpose of the article is to study the trends and dynamics of electronic dictionaries' development. Over the past decades, electronic dictionaries have rapidly evolved from basic machine-readable versions of paper books into multifaceted digital lexicographic platforms with extensive functionalities, marking a new era in the lexicography sphere. Their current popularity among diverse users in academic, professional, educational, and daily contexts is a testament to their superior search features, speed, intuitive design, accessibility, and portability.

Key words: *electronic dictionary, online dictionary, computer lexicography, bottom-up lexicography, Urban Dictionary.*

Statement and substantiation of the problem relevance. The development of technical means of communication in modern society has directly resulted in the emergence of new forms of linguistic communication and their actualization in a new type of linguistic production. In this context, a significant phenomenon is the marked intensification of Internet communication within the English-speaking community, which has led to the emergence of virtual lexicographic resources reflecting the latest processes in the development of the English language. The appearance of such resources may reasonably be regarded as the development of a new lexicographic practice.

Analysis of recent research and publications. The theoretical foundation of this study is based on the works of both domestic and foreign scholars conducted in the fields of lexicology, stylistics, text theory, and theoretical lexicography. The development of dictionary classification systems and challenges and perspectives of modern lexicography have been the subject of research by the following scholars:

Z. Biloshytska, O. Chernysh, Y. Kapranov, A. Kravchenko, R. Lew, O. Petrenko. The current state of Ukrainian computational linguistics is being studied in the research of V. Baloh and E. Kuprijanov. The issues of typology of electronic dictionaries and the identification of classification criteria have been addressed in the research of both domestic and international scholars: A. Alcina, O. Balalaieva, O. Hordiyenko, H. Nesy, V. Pastor, O. Sydorenko, V. Shadura, O. Syvak. The use of interactive technologies and teaching methods, as well as electronic dictionaries as a means of developing foreign language professional competence, has been examined in the works of S. Amelina, O. Balalaieva, T. Bondarenko, L. Khomenko, A. Pikilnyak, N. Stetsenko, H. Tkachuk.

The relevance of this study is determined by current trends in modern lexicography, which are characterized by the emergence of a new type of dictionary. The quantitative growth and increasing qualitative diversity of such dictionaries illustrate the unlimited possibilities for linguistic self-expression enabled by virtual communication. In this context, dictionaries of this type are of unquestionable linguistic interest.

The purpose of the study. The purpose of the article is to study the trends and dynamics of electronic dictionaries' development.

The main material of the study. Contemporary lexicography is significantly influenced by new methods and techniques of information processing: changes in research tools are leading to the emergence of new dictionary technologies. Ukrainian linguists V. Shadura and O. Syvak underline the most essential features of the dictionary as a distinct linguistic phenomenon: (1) from the perspective of terminology, a dictionary is a reference book, a collection of linguistic units, and a form of generalization and codification of knowledge about all language elements; (2) from the perspective of the concept denoted by the aforementioned terms, a dictionary encompasses all types of linguistic units – morphemes, words, phraseological units, and paremias – organized in a specific order and supplemented with semantic information both about themselves and about fragments of extralinguistic reality. In doing so, the dictionary generalizes and codifies knowledge of the 'worldview' within

a system of semantic inventories, which provide insights into the philosophical, religious, political, and scientific-technological thought of a given ethnos. Thus, the dictionary functions as a vector of societal ideology and a social institution tasked with regulating the life of a language and shaping complexes of ideas in the form of text, as a result of the process of intertextual derivation of dictionary entries [2, p. 126].

In lexicographic science, there is a discernible trend toward the study, on the one hand, of existing types of dictionaries, and on the other, of contemporary publications, which likewise require classification. The number of classification criteria for lexicographic sources may vary – from as few as three to as many as sixty. For example, Y. Kapranov applies in his typology the five most important criteria as follows: (1) the object of dictionary description; (2) the method of lexical organization; (3) the quantitative composition of the lexicographic source and the volume of lexicographic information; (4) the method of presenting the lexical meaning of a word; and (5) the functions, aims, purpose, and parameters of describing a lexicographic unit [1, p. 188].

A key trend of the development of modern lexicography is the adoption of a computational approach to the description of lexemes. The central object of computer lexicography is the electronic dictionary. As H. Nesy writes, “the term *Electronic dictionary* can be used to refer to any data collection in electronic form concerned with the spelling, meaning or use of words” [6, p. 458]. Further, the scientist emphasizes that this broad definition can be taken to include machine-readable databases used by language researchers, and glossaries, translators, and spell-checkers incorporated into educational or office software [6, p. 458]. There is no common understanding among researchers of what an electronic dictionary is. E. Kuprijanov attempts to explore contemporary approaches to defining the electronic dictionary and to analyze the various criteria that have formed the basis for different definitions [4]. The researcher proposes his own definition of the electronic dictionary, which appears to be the most comprehensive and exhaustive and reflects the main signs of the notion: “Thus electronic dictionary is a special lexicographic characterized by non-linear textual structure (the scope of which depends on a user’s queries), inside and outside search, harmonic combination of different types of information (phonetic, semantic,

encyclopedic etc.) in one entry, verbal and non-verbal means of information representation and possibility of connecting with other information resources" [4, p. 30-31].

In scholarly literature, there exists a range of terms used to refer to this type of dictionary: automatic, computational, computer, electronic, and digital dictionary. The emergence of electronic dictionaries represents a natural stage in the evolution of lexicographic practice. The advancement of computer technologies and, consequently, the widespread use of Internet-based communication have transformed the nature of human interaction with information. As a result, it is now possible to speak of the emergence of a new type of reader – a creative user capable of rapidly locating and analyzing material. The widespread computerization of lexicography and the use of electronic catalogs and databases for information processing and storage not only offer new possibilities but, above all, respond to the needs of the modern user. As Ukrainian researchers underline, lexicography in the 21st century is becoming increasingly oriented toward applied linguistics. It is primarily designed for the potential user (user-centered, learner-centered), rather than for the lexicographer or the specific type of lexicographic publication (lexicographer-centered, dictionary-centered). Accordingly, the primary task of the lexicographer is to compile a dictionary that meets the needs and expectations of its target audience [3, p. 10].

The original purpose of dictionaries was to explain unfamiliar words. Today, due to the emergence and development of new communication channels, previously unknown words, terms, and fixed expressions are actively entering colloquial speech. In this context, one of the most crucial characteristics of a dictionary is its capacity for regular updating. Electronic dictionaries, being essentially software applications, differ from their printed predecessors in their ability to continuously expand their lexical content and to allow for prompt editing. As a result, traditional lexicographic publications are receding into the background – new vocabulary cannot be adequately captured in printed dictionaries for the simple reason that their preparation takes too long. Traditional printed dictionaries can be regarded as 'lexicographic museums,' as they have little in common with current reality – the representation of the world captured in their entries is already outdated by the time the dictionary is published.

Describing the early use of computers in lexicography, H. Nesy notes that

computers were first employed in lexicography in the 1960s, and the first electronic ‘dictionaries’ with interfaces designed for human users were an offshoot of calculator and PDA technology, and became available in 1978 [6]. Computational dictionaries are, first and foremost, software products characterized by features such as frequent version updates, continuous user feedback, dynamic existence, relevance, and openness to each temporal context, as well as the ability to combine a large volume of information with ease of use. This is why computer lexicography can be described as 'inevitably relevant lexicography'. The capacity for continual expansion makes the electronic dictionary comparable to a living organism: the lexicographer’s work does not end with its creation but, on the contrary, becomes even more demanding. Every new word, phrase, or idiomatic expression that enters common usage, as well as new meanings of familiar words and concepts, must be promptly incorporated into the electronic dictionary and appropriately represented within its entries. Thus, the primary advantage of the electronic dictionary over the traditional one lies in its ability to promptly incorporate changes into its content, keeping pace with the evolving language and ongoing global events.

As R. Lew rightly notes, given the sheer number of the currently available online dictionaries, no one can hope to produce a complete catalogue [5, p. 230]. The classification of dictionaries has traditionally posed challenges due to the variety of levels at which they can be compared. This issue has become even more complex with the advent of electronic dictionaries. So, the researcher proposes some criteria or oppositions that have not been inherited from printed dictionaries but rather are specific to online dictionaries: (1) institutional vs. collective; (2) free vs. paid; (3) number of dictionaries [5, p. 231]. Within the *institutional vs. collective* opposition, our attention is drawn to the subcategory *2.3*, identified by R. Lew, *User-involvement (bottom-up) lexicography*, as “in the democratic world of the internet, users can play lexicographer as well and create their own online dictionaries” [5, p. 235].

The principle of the online dictionary facilitates a connection between the dictionary’s creator and its users. The presence of feedback from thousands of users leads to the continual improvement of the information contained within the dictionary.

The issue of the 'collective authorship of the dictionary' brings us to the consideration of a specific type of online dictionary – interactive dictionaries. An interactive dictionary can be understood as a website whose content is generated based on data provided by the site's visitors and processed by the server. Accordingly, the concept of 'interactive' can be applied to all websites that engage with information consumers and include features such as message submission forms, online questionnaires and surveys, registration forms, visitor counters, online order forms, and other similar elements. Interactivity represents a specific mode of system organization in which the intended goal is achieved through the exchange of information between the system's components. Interactive dictionaries represent a constantly evolving phenomenon and are considered 'open' resources. Such dictionaries are also referred to as media dictionaries, active-type dictionaries, as well as grassroots, community-driven, volunteer-based, multimedia, and crowdsourced dictionaries. Crowdsourced projects may involve an unlimited number of contributors – both experts and enthusiasts from around the world – who wish to participate in the development of ideas, the solving of problems, and related tasks. Crowdsourcing enables a multifaceted view of existing issues by engaging a broad spectrum of individuals with diverse personal and professional expertise. Thus, an interactive (or crowdsourced) dictionary is an online resource enriched by contributions from a multitude of authors. Interactive online dictionaries possess the highest degree of updatability –contributors from around the world have the ability to add information to the lexicographic resource in real time. These dictionaries differ from traditional publications primarily in the unconventional nature of their authorship: the content of interactive online dictionaries is most often supplemented by individuals without formal lexicographic training.

The involvement of an unlimited number of contributors has both advantages and disadvantages. Among the primary benefits of interactive online encyclopedias compared to traditional printed encyclopedic dictionaries is their ability to respond rapidly to even the slightest changes in the surrounding world. Users of such websites become both publishers and readers, as they not only access information of interest but also actively contribute to the development of the resource. Unsurprisingly, as the

volume of information grows over time, regulating the quality of content in interactive platforms becomes increasingly challenging. Therefore, interactive online dictionaries can by no means be considered normative. They are typically creative projects that do not claim scientific authority in their definitions. Nevertheless, such resources are of considerable linguistic value: they capture the most recent lexemes denoting concepts relevant to younger generations, many of which are not yet recorded in printed dictionaries, and their digital format significantly facilitates data collection. Interactive dictionaries represent one of the key trends in contemporary lexicography—the emergence of numerous registering dictionaries. Prescriptive dictionaries have been largely replaced by registering ones, which record a broader range of linguistic data. The format of registering interactive dictionaries is particularly well-suited for collecting colloquial and non-standard vocabulary, including slang lexemes, thereby enabling the preservation of linguistic features and the cultural values of language users. R. Lew, in his research, analyses the Urban Dictionary as a true bottom-up initiative, underlining that “one of the community features exemplified here is that users vote on the 'best' definitions. But such democracy does not necessarily serve lexicography well: as it turns out, the most liked definitions are not of the type that would really help someone who does not already know the meaning” [5, p. 235].

Conclusions and further research prospects. Thus, one of the main trends in modern lexicography is the computational approach to the description of lexemes. According to linguists, computer-based lexicography is intended to resolve the contradictions inherent in traditional lexicography. The electronic format removes limitations on dictionary size, making it possible to reconcile the quality of dictionary content with user convenience, two aspects that were previously considered mutually exclusive. Computer dictionaries are well-suited to the needs of contemporary users, who are capable of formulating search queries quickly and efficiently processing the retrieved information. Electronic dictionaries also effectively address the primary drawback of printed lexicographic works – their lack of dynamism. The principle of

interactivity, which has recently become particularly prominent in the digital sphere, has inevitably influenced modern lexicography. Today, numerous interactive dictionaries serve as platforms for discussion and debate regarding the meanings of various words. By enabling individuals to express their own views on particular subjects, interactive online dictionaries reflect the general culture of contemporary society.

References:

1. Капранов Я. В. Типологічна класово-видова організація лексикографічних джерел. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики.* 2014. Вип. 25. С. 183 – 198.

2. Сивак О. Б., Шадура В. А. Типологія електронних словників. *Південний архів (філологічні науки).* 2020. Вип. LXXXIV. С. 124 - 131.

3. Черниш О. А., Білошицька З. А., Кравченко А.О. Сучасна лексикографія: виклики і перспективи. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2022. Т. 33 (72). № 6. Ч. 2. С. 8 - 12. DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.6.2/02

4. Kuprijanov E. V. Electronic dictionary classification as problem of modern computer lexicography. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія».* 2014. Вип. 71 (1127). С. 29 - 33.

5. Lew R. Online dictionaries of English. *e-Lexicography: The Internet, Digital Initiatives and Lexicography.* Continuum, 2011. Pp. 230-250

6. Nesi H. Dictionaries in electronic form. *The Oxford History of English Lexicography*. Oxford: Oxford University Press, 2008. Pp. 458-478.

УДК 378. 147

Осаульчик О. Б., кандидат педагогічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0003-4933-0652
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ФОРМУВАННЯ МЕТА-СКІЛЗ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ

В статті визначено потенціал формування мета-скілз в умовах сучасної вищої освіти. Феномен мета скілз (meta skills) розглядається як ключовий компонент сучасної вищої освіти. Проаналізовано особливості розвитку навичок мета-скілз (критичне і системнне мислення, адаптивність і гнучкість, емоційний інтелект, самомотивація, творче мислення, уміння навчатися протягом життя), їх вплив на конкурентоспроможність випускників та ефективність освітнього процесу. Запропоновано шляхи інтеграції розвитку мета-скілз у навчальні програми вищої школи. Акцентовано увагу на формуванні мета-навичок, як студентів, так і викладачів, як фактора боротьби зі стресом і невизначеністю в умовах війни. Визначено шляхи формування мета-навичок: тренінги, проєктне навчання, кейс-методи, дебати, ділові ігри, портфоліо, щоденники, фідбек-сесії. В ході дослідження доведено, що активні види навчальної діяльності, індивідуалізація і диджиталізація освіти сприяють системному розвитку мета-навичок. Окремо було приділено увагу формуванню цифрових мета-скілз, як універсальної сучасної професійної характеристики. Визначено перспективи подальших розвідок: формулювання методичного забезпечення для розвитку цифрових мета-навичок у площині вищої освіти.
Ключові слова: мета-скілз, вища освіта, метакогнітивні тренінги, адаптивність, емоційна стійкість, цифрові метанавички.

Постановка проблеми. У контексті швидких змін у технологіях, економіці та суспільстві, вища освіта стикається з новими викликами. Традиційні академічні знання вже не гарантують успішності випускників на ринку праці. В

контексті професійного становлення особистості в сучасних умовах особливої актуальності набуває формування трьох взаємозумовлених і взаємозалежних фахових навичок: тверді навички (hard-skills), м'які навички (soft-skills) та універсальні навички (meta-skills). В той час, як тверді і м'які навички сучасного фахівця є передбаченими та науково обгрунтованими, мета навички є відносно новим поняттям, яке потребує уточнення й визначення ролі та місця в системі професійної освіти сьогодні [1]. На відміну від «жорстких» професійних знань, мета-скілз є універсальними й акумулюють критичне і системнне мислення, адаптивність і гнучкість, емоційний інтелект, творче мислення, уміння навчатися протягом життя, відтак застосовуються у будь-якому професійному контексті.

На сьогодні зростає роль мета-скілз як навичок, які дозволяють особистості ефективно адаптуватися, навчатися протягом життя та вирішувати складні міждисциплінарні проблеми, проте наразі вища школа недостатньо імплементує розвиток мета-навичок студентів, тому освітнє програмне забезпечення потребує реорганізації і перегляду відповідно до суспільних викликів і реалій життя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження у сфері розвитку мета-навичок (meta-skills) у вищій освіті свідчать про зростаючу увагу до формування універсальних навичок, які покликані допомогти молодому спеціалісту адаптуватися до швидких змін, технологічних інновацій та складних викликів сучасного світу. З поміж науковців, які досліджували феномен мета-скілз є чимало іноземних та вітчизняних дослідників: Б. Лукас (Lucas), К. Клайкаєв (Klaykaew), П. Прасіттічок (Prasittichok), Е. Спенсер (Spencer), Ю. Адонієва, О. Лучанінова, Л. Мандро та інші.

Мета статті. Метою статті вважаємо визначення ролі і місця мета-скілз як універсальних професійних навичок в системі сучасної вищої освіти, а також можливості їхньої практичної імплементації в розрізі університетських освітніх програм.

Виклад основного матеріалу. Мета-скілз вважаються навичками вищого порядку, які лежать в основі здатності до самонавчання, саморефлексії та ефективної взаємодії. До складу мета-скілз зазвичай відносять критичне

мислення, адаптивність, гнучкість, саморефлексію, емоційний інтелект, креативність, уміння навчатися протягом життя тощо. Окремим значущим елементом мета-навичок вважаємо здатність до самомотивації, як уміння ставити власні цілі у вигляді задач й покроково вирішувати їх [2]. Мета-скілз уособлюють базові ментальні здібності вищого порядку**,** які дозволяють швидко опановувати нові навички (в тому числі soft-skills) і адаптуватися до змін. В цьому, власне, і полягає відмінність мета-навичок від м'яких навичок: останні є частиною більш ширших, універсальних та тривалих у застосуванні навичок – мета-скілз, які не прив'язані до конкретної професії, створюючи портрет особистості універсального професіонала.

Дослідники Еллен Спенсер та Білл Лукас з Університету Вінчестера дослідили концепцію мета-скілз у контексті професійного навчання. В дослідженні мета-скілз визначаються як універсальні навички, що дозволяють особистості ефективно адаптуватися до змін, вирішувати складні проблеми та навчатися протягом життя. Концепція мета-скілз відповідає основним приорітетам сучасної вищої освіти, де студент має стати активним учасником освітнього процесу. Відтак особливий акцент концепції на самостійність та відповідальність за власне навчання як безпосередню відповідальність тих, хто здобуває освіту [7].

Оскільки мета-скілз постають невід'ємними універсальними навичками сучасного фахівця, постає питання необхідності визначення траєкторії та інтеграції розвитку мета скілз у навчальні програми вищих навчальних закладів.

У своєму дослідженні «Meta-skills development needs assessment among undergraduate students» (2022) Пітчада Прасіттічок та Камолван Клайкаєв проаналізували рівень розвитку мета скілз серед студентів бакалаврату в державних університетах Бангкока. Метою дослідження було виявити розриви між поточним і бажаним рівнем володіння мета-скілз та визначити пріоритетні напрями для їх розвитку. Дослідження виявило, що серед студентів бакалаврату найбільший дефіцит спостерігається у навичках креативного вирішення проблем, самосвідомості [6]. В той же час, інші дослідники підхоплюють дані таких досліджень і пропонують шляхи активного вирішення проблеми.

Так, на думку Адонієвої Ю. (2017) допомогти можуть систематичні метакогнітивні тренінги, покликані сформувати у студентів здатність до саморефлексії та саморегуляції [3]. Метакогніція у вигляді тренінгів допомагає усвідомлювати та контролювати власне мислення. Тренінг включає завдання, вправи та рефлексивні практики, які допомагають учасникам відслідковувати свої пізнавальні процеси, усвідомлювати стратегії, які вони використовують для розв'язання проблем, коригувати поведінку й мислення для досягнення кращих результатів. Поширеним ефективним елементом тренінгу є ведення власного щоденнику досягнень. Так, наприкінці кожного дня (або заняття-тренінгу) студент відповідає письмово на запитання:

- Що нового я сьогодні дізнався?
- Що мені було важко? Чому?
- Як я вирішував проблему?
- Що я зроблю інакше наступного разу?

Передбачається, що такі метакогнітивні тренінги сприяють формуванню наступних універсальних навичок, які є складовими мета-скілз:

1. Критичне мислення. Метакогнітивні практики стимулюють усвідомлення власних упереджень, логічних помилок і способів оцінки інформації.

2. Уміння вчитися впродовж життя. Людина вчиться ставити цілі, аналізувати прогрес, переосмислювати стратегії навчання, що закладає основу для подальшого самостійного навчання.

3. Емоційний інтелект і саморегуляція. Усвідомлення власного мислення допомагає краще керувати емоціями, розуміти реакції інших і будувати ефективну взаємодію.

Особливо актуальним в умовах війни вважаємо дослідження О. Лучанінової, яка наголошує, що формування мета-скілз є запорукою ефективного психологічного світосприйняття, формування стратегічних цілей на майбутнє. Авторка підкреслює, що в ситуації воєнного стану основною метою є не лише передача знань, а й забезпечення психологічної підтримки, комунікації

та відволікання уваги студентів від стресових факторів. В таких надзвичайних умовах мета-навички, а саме адаптивність, саморефлексія, емоційна стійкість та здатність до самонавчання, набувають іншої особливої важливості. Вони допомагають студентам ефективно справлятися з викликами, стресом та невизначеністю [4].

У звуженому контексті Махачашвілі та Семеніст (2021) дослідили розвиток цифрових мета-навичок у студентів мовних спеціальностей. Цифрові мета-навички розглядаються як здатність обробляти та керувати цифровими даними, інструментами, знаннями та форматами комунікації в різних професійних, освітніх та особистих контекстах. Науковці наголошують на необхідності інтеграції цифрових мета-навичок у навчальні програми, використанні міждисциплінарних підходів та впровадженні цифрових інструментів для розвитку професійних компетенцій студентів [5]. Так, цифрові мета-навички (digital meta-skills) стають критично важливими в сучасному світі, оскільки вони лежать в основі ефективного використання цифрових технологій**,** адже на сьогодні будь-яка професія пов’язана з цифровими технологіями.

Отже, мета-скілз є критично важливими для підготовки студентів до майбутнього в сучасних умовах освіти нашої країни. Вища школа повинна реорганізуваии та адаптувати свої методики викладання, щоб забезпечити не лише трансляцію знань, але й розвиток здатності мислити, адаптуватися, взаємодіяти та вчитися упродовж життя. В той же час інтеграція формування мета скілз у програму вищого навчального закладу поступово стає стратегічним і поетапним процесом, який потребує зміни підходів до викладання, оцінювання та організації навчального середовища. Розпочати варто з аудиту наявних курсів щодо їхнього потенціалу для розвитку мета-скілз. Цілі навчання кожного курсу мають містити формулювання, пов’язані з мета-скілз (до прикладу, після завершення курсу студент зможе ефективно взаємодіяти і працювати в команді», «аналізувати складні задачі, творчо розвязувати проблеми», «гнучко адаптуватись до змінних умов праці» тощо).

Ефективним в означеному контексті може бути повсякчасна імплементація

активних форм навчання, зокрема проєктного навчання, кейс-методів, де студенти працюють над реальними проблемами в командах, розвиваючи комунікативні та лідерські навички. Дебати, ділові ігри, симуляції розвивають аргументацію, стресостійкість, креативність. Також створення портфоліо, ведення щоденників досягнень, проведення фідбек-сесій є підгрунтям для формування рефлексивного мислення студентів. Такі практичні кроки сприяють індивідуалізації освітнього процесу та інклюзії елементів емоційного та соціального навчання. Актуальним стає використання освітніх цифрових платформ (Moodle, Google Workspace, Padlet), що активує автономність студента та розвиває його самостійність і саморегуляцію.

Окремим важливим кроком у формуванні мета-скілз вважаємо проведення спеціальних тренінгів для викладачів щодо методик формування мета-скілз. На нашу думку такі тренінги мають проводитись досвідченими психологами в площині практичних життєвих прикладів з обміну досвідом з можливістю самооцінки та взаємооцінки.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином мета-скілз є особливо важливими навичками психологічного характеру в умовах сучасних реалій життя українського суспільства та невизначеного майбутнього. Вища школа повинна адаптувати свої методики викладання, щоб забезпечити не лише трансляцію знань, але й розвиток здатності мислити, адаптуватися, взаємодіяти та вчитися упродовж життя. Сучасні дослідження підкреслюють важливість інтеграції метанавичок у навчальні програми вищої освіти. Відтак, освітні програми мають бути переглянуті і реорганізовані: сформовані мета-навички мають стати програмними результатами навчання. Особливо значущим такий підхід виглядає в умовах війни та постійного стресу. Такі мета-навички як емоційна стійкість, адаптивність, здатність до самомотивації і самонавчання покликані подолати стрем та невизначеність сучасних реалій життя. Оскільки мета-навички є універсальними навичками з психологічною складовою, вважаємо, що ефективними у їхньому формуванні можуть бути різноманітні тренінги, зокрема метакогнітивні, як для студентів, так і для викладачів (ведення щоденників досягнень, складання портфоліо, проведення фідбек сесій, тренінгів

з можливістю обміном досвідом), а також активні форми навчання (проєктне навчання, кейс-методи, дебати, ділові ігри тощо). Окремим аспектом в контексті формування метанавичок постає диджиталізація освітнього процесу й розвиток цифрових метанавичок, як необхідної складової будь-якого фахівця-професіонала сьогодні. Відтак, до перспектив подальших розвідок відносимо формулювання методичного забезпечення для формування цифрових мета-навичок у площині вищої освіти.

Список використаних джерел:

1. Мандро Л. «Soft skills» та «meta skills» як основа фахового зростання соціальних працівників. *Наука і освіта.* 2022. № 3. С. 31-35.

2. Осаульчик О. Формування внутрішньої мотивації студентів у процесі вивчення фахово-орієнтованої іноземної мови. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Педагогіка і психологія.* 2015. № 43. С. 268-271.

3. Adonieva, Y. (2017). The metacognitive training of future professionals in higher education: the experience of implementation and peculiarities. ScienceRise: Pedagogical Education, 6(14), 10–13. URL: https://doi.org/10.15587/2519-4984.2017.105450

4. Лучанінова, О. (2022). Students' remote learning under war conditions: the latent power of meta-skills. *Adaptive Management: Theory and Practice.* Series Pedagogics, 13(25). URL: https://doi.org/10.33296/2707-0255-13(25)-11

5. Makhachashvili, R., & Semenist, I. V. (2021). Digital Meta-Skills in Interdisciplinary Competence for Foreign Languages Education. Systemics, Cybernetics and Informatics, 19, 8–22. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/40450/

6. Prasittichok, P., & Klaykaew, K. (2022). Meta-skills development needs assessment among undergraduate students. Heliyon, 8(1), e08787. URL: https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08787

7. Spencer, E., & Lucas, B. (2021). Meta-Skills: Best practices in work-based learning. University of Winchester. URL: https://winchester.elsevierpure.com/en/publications/meta-skills-best-practices-in-work-based-learning-a-literature-re

УДК 811.111:338

Paslavska I. B.
ORCID https://orcid.org/0000-0002-0410-0098
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE

LINGUISTIC AND PRAGMATIC PECULIARITIES OF ARGUMENTATION IN ACADEMIC DISCOURSE

The article considers argumentation as a strategic component of scientific discourse from the perspective of communicative linguistics and pragmatics. The author analyzes the typical linguistic means and discursive formulas that ensure effective persuasion in scientific communication. Particular attention is paid to rational, irrational, and analogical argumentation tactics, their structures, and their influence on recipients. The author reveals the significance of expressiveness, intertextuality, and evaluativeness as means of strengthening the logic and influence of a presentation. The author also proposes a classification model of argumentation in scientific discourse.
Key words*: argumentation strategy, discourse, communicative linguistics, pragmatics, persuasion, intertextuality*

Introduction. Argumentation theory is traditionally studied in linguistics, but it also interests mathematicians, computer scientists, lawyers, and others. The multifaceted nature of argumentation allows it to be examined from various perspectives, including communicative, psychological, cognitive, and pragmatic approaches. The most relevant current research is in argumentation theory within communicative linguistics and pragmatics. This approach involves studying the active component of the communicative strategy of argumentation. The success of any communicative situation largely depends on the appropriate selection of linguistic tools that enable one to construct a chain of arguments, present the main idea swiftly and clearly, and influence the interlocutor emotionally. A structured sequence of arguments increases the effectiveness of argumentation as a strategy of linguistic influence. However, the pragmatic aspect of argumentation has not yet been sufficiently covered in domestic and foreign linguists' works, making our research relevant.

Theoretical Background. Both domestic and foreign linguists have studied the phenomenon of argumentation, including A. Baranov, A. Belova, V. Demiankov, T. Skuratovska, D. Hacker, J. Dunlosky, A. Graesser, R. Parl, P. Tarricone, M. Hogan, A. Kurr, L. Rolf, and J. Hoefer. Argumentation as a strategy has been examined in the context of political discourse (L. Alexenko, L. Zavalska, and O. Parshin), journalistic discourse (M. Bohachova), religious discourse (A. Salakhova and M. Smyrnova), legal discourse (N. Koval and V. Krukivskiy), motivational discourse (L. Riapolova), conflict discourse (O. Fadeeva), and manipulative discourse (I. hkytska). Broadly speaking, communication that requires argumentation is classified as argumentative discourse (K. Besedina, S. Hlado, S. Chuhu, N. Malkovska, I. Pyroh, etc.). At the same time, argumentation in scientific discourse has been studied rather fragmentarily. Notable researchers include N. Doronkina (English-language scientific and technical articles) and S. Dashkova (scientific and educational texts in French and Russian). These aspects also reinforce the relevance of our study.

Purpose and Objectives. The aim of this article is to clarify the role of argumentation strategy in scientific discourse and identify the main tactics for its implementation.

Results and Discussion. The humanities are less formal and reveal a strong dependence of the object of cognition on its subject. Discursive formulas are represented by unique expressions that characterize communication within a specific institution. These formulas unite all members of the scientific community. The desire for maximum accuracy in scientific discourse can lead to excessive terminology and syntactic complexity. Discursive formulas are expressed as clichés [5].

Participants in scientific discourse are representatives of the scientific community. A defining feature of this discourse is the fundamental equality of its participants, in the sense that no researcher has a monopoly on truth. The infinite nature of knowledge compels every scientist to evaluate their own and others' research critically.

Scientific discourse aims to prove propositions, hypotheses, and arguments and to accurately and systematically present scientific problems to describe, define, and explain natural and social phenomena, convey knowledge, and thoroughly present

research results [3]. As a type of institutional discourse, scientific discourse is characterized by the reactivity, objectivity, and logicality of the information conveyed and its professional value. It is also characterized by professional orientation, connection with the addressee, anthropocentrism, and multidisciplinarity [2].

Scientific style is based on a logical presentation sequence, focusing on logical perception rather than emotional and sensory perception and striving for maximum objectivity. Therefore, figurative language can interfere with the clarity and accuracy of scientific presentations. Regarding scientific presentation, studies have traditionally held two views: the traditional view, which treats scientific style as impartial and impersonal, devoid of emotional and expressive elements, and the innovative view, whose supporters believe it is necessary to change the attitude toward scientific presentation radically. The latter must necessarily include elements that activate the reader's attention, focus on essential content, and facilitate the assimilation of scientific thought [1; 3; 4; 8; 9].

Categorical features of intertextuality and dialogicity characterize scientific discourse. Intertextuality is evident in the abundance of quotations, references, and precedent texts in scientific writing. In scientific speech, intertextuality is a universal principle for constructing scientific texts. Intertextuality explains why any scientific work is linked retrospectively and prospectively to other studies and positioned as a microtext within a general scientific macrotext [4].

According to T. Maslova, scientific discourse reflects scientific texts in the consciousness of specific individuals in specific situations at specific moments. It is a scientific text interpreted with a consideration of its communicative parameters, such as the idea, concept, purpose of communication, knowledge base of communicators, subject of speech, addressee, and extralinguistic factors like sociocultural, pragmatic, historical, cognitive, and psychological aspects [5].

The change in scientific paradigms has also affected the basic features of scientific discourse. Specifically, scientific discourse research focuses on the linguistic formulation of strategies and tactics as formative factors of scientific communication and the categorical content of scientific texts. This includes the peculiarities of

realization of authorization, address, intertextuality, evaluativeness, expressiveness, and other communicative categories. Of these, expressiveness is the most ambiguous category in scientific language.

Recently, the spectrum of linguistic means atypical for scientific texts has become the subject of special studies in domestic and foreign linguistics (see the works of M. Bahan, N. Nepyivoda, O. Ponomarov, S. Yermolenko, N. Kovalska, P. Selihei, V. Cortés, M. A. K. Halliday, J.M. Swales, and others). These studies suggest that, as one of the most regulated institutional, discursive practices, scientific communication is prone to violating established rules in favour of deviant manifestations of scientific communication organization.

This is particularly true of monographs and scientific articles, which often contain expressive and emotional features introduced by the author, regardless of their research topic. This is due to the nature of human scientific thinking and creativity, which can never be limited to a conceptual and logical perception of the world. To perceive, assimilate, and subsequently use information, the recipient must correctly understand and interpret it.

The adequacy of perceiving information in a scientific text depends on the author's presentation's clarity, precision, and logic. These parameters determine the prospects for studying scientific texts from a communicative perspective. Using ready-made language tools contributes to the logicality of the author's presentation. In modern scientific literature, expressive and emotional functions are realized through metaphors, comparisons, repetitions, expressive clarifications, remarks, inserts, highlighting of individual sentence and phrase elements, and the use of homogeneous sentence elements for expressiveness. Conversational language devices, including elements of direct speech such as imitation of dialogue and interrogative and exclamatory sentences, are also used in scientific discourse.

Scientific discourse encompasses a wide variety of genres. In our study, we will focus on scientific articles, a well-researched genre that is still open to further exploration.

The purpose of writing a scientific article is to present the results of a scientific task to the scientific community. The article must contain new knowledge, such as describing a new research method or experimentally recorded facts. Additionally, articles may contain the systematization and generalization of existing knowledge when writing [6, p. 58]. Following T. Yakhotova, the genre is a generic, generalized category in specific realizations. The constituent features of a scientific article include its classification as a primary genre, the written channel, the average volume, and the presence of a system of references and source data. Thus, scientific articles are primary genres written in situations of direct verbal communication using a written channel. Regarding volume, scientific articles are larger than abstracts and smaller than monographs.

Previous linguistic studies have developed a typology of scientific discourse that allows us to identify a separate discursive practice within it. This practice is realized in scientific articles, the leading scientific genre, constantly changing and evolving in line with societal changes [1; 2; 3]. As mentioned earlier, scientific communication is a unique form of communication that significantly influences the recipient. This necessitates the search for optimal argumentation tactics to verify scientific information and integrate it into the scientific worldview. On the one hand, scientific communication is clearly determined, and on the other hand, it is open to the construction of various communication channels since the recipient's reaction is unpredictable and can range from complete agreement to complete rejection. During a scientific discussion, whether explicit or implicit, the author aims to convince the reader of the truth of his views, which gives communication an intentional nature. Thus, developing effective tactics for argumentation strategy is one of the important aspects of the study of scientific discourse.

Successful persuasion leads to acceptance and consistent change in a system of beliefs. This change occurs through the implementation of proven facts and a worldview transformation. Thus, there is a change in the motivational basis of behaviour. Persuasion is based on an individual's conscious perception, critical analysis, and evaluation of facts and ideas. It is no coincidence that persuasion requires

significant effort, including communication. Persuasion involves using various tactics to form a strong, stable opinion of the recipient. Our study will focus on analyzing some of these arguments.

We carried out the typology of argumentation according to numerous criteria. In the context of our study, the following classifications are important: sphere of use, subject of appeal, logical structure of reasoning, structural features, degree of dependence of arguments, and type of reasoning.

Arguments based on truth are called logical and fall under deductive and inductive reasoning. Deductive reasoning involves transitioning from partial statements to general statements. Conclusions about a particular case are made based on general knowledge. In inductive reasoning, conclusions about a class are made based on individual cases. Ancient scholars identified three methods of persuasion: logos, ethos, and pathos. Logos is the logical sequence of the arguer's judgments, pathos is the emotional effect on the recipient, and ethos is an appeal to moral principles. The first two methods prevail in scientific literature. If an arguer appeals to the audience's emotions, it is considered rhetorical argumentation [8, p. 46]. Logical argumentation is divided into empirical and theoretical depending on whether it is based on experience [9, p. 27]. There is also a distinction between explicit or obvious argumentation and implicit or hidden argumentation. In implicit argumentation, logical rules are not shown, and errors and possible corrections are allowed. The latter includes statistical and probabilistic argumentation [4, p. 245].

Based on their structure, arguments can be simple or complex. In simple arguments, one piece of evidence is given in support of a statement. In complex arguments, two or more pieces of evidence are given. The evidence supporting the thesis is either independent or dependent on complex arguments. In connected reasoning, the evidence supporting the thesis must support the conclusion. In cumulative arguments, each piece of evidence is important for substantiating the thesis. Complex argumentation can be subordinate, coordinated, or multiple. Subordinate argumentation contains more than one level, where a lower-level thesis serves as the basis for proving a higher-level argument. Coordinate argumentation involves

interrelated evidence that supports a claim only when considered collectively. Multiple argumentation involves independent evidence, where each piece is sufficient to support the thesis.

Additionally, both convergent and divergent arguments are highlighted. In divergent argumentation, one piece of evidence is used to support several theses. Convergent argumentation, on the other hand, uses several pieces of evidence to support one thesis. Sign argumentation is based on evidence; data is based on factual evidence, and the thesis asserts the truth of the evidence. This means that one fact or event indicates another fact or event. Causal argumentation is based on causal laws; it assumes that facts and events cause other facts and events.

Types of argumentation also differ in their organizational methods and the mechanisms by which arguments are exchanged. For instance, argumentation through explanation is based on a causal relationship, where the thesis is the cause of an event. The validity and effectiveness of this type of argument depend on the source of the data and the sequence and coherence of the facts.

After critically analysing previous works, we created our own working classification scheme for argumentation strategies in scientific discourse. This scheme covers a range of tactics and techniques. The primary tactics of the argumentation strategy in scientific discourse are the rational justification of a thesis, irrational argumentation, and analogical justification. Rational justification can be implemented through arguments, cause-and-effect reasoning, and references to numerical data, statistics, and examples. Irrational argumentation includes intertextual techniques, such as appeals to authority, quotations, background knowledge, and appeals to the addressee's emotions. Analogical justification is implemented through object identification techniques, quantitative qualifications, and establishing similarities.

Conclusion. Argumentation tactics influence the rational sphere of the addressee by activating their mental and verbal activity in the desired manner since argumentation is a rational means of persuasion, and arguments must appeal to reason. However, the assertion that there are no means of persuasion in scientific discourse oriented toward the emotional sphere is incorrect. We believe that emotions "interfere" to a certain

extent with speech and thought processes. Given the above, we have identified rational and irrational argumentation tactics in our work. Analyzing and synthesizing previous studies of argumentation theory about scientific discourse enabled us to develop our working model of argumentation strategy. This model contains the tactics and techniques we identified: rational justification of a thesis (techniques of argumentative chains, causal argumentation, and references to examples, numbers, and statistics); irrational argumentation (techniques of intertextuality and appeals to emotion); and analogical justification (techniques of identifying objects, quantifying them, and establishing similarity).

References:

1. Борисов В. Прецедентні інтертекстеми як джерело й аргумент наукової думки (на матеріалі мовознавчого дискурсу). *Український світ у наукових парадигмах : Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди.* Харків : ХІФТ, 2016. Вип. 3. С. 90-95.

2. Доронкіна Н. Є. Дослідження аргументативної структури англійськомовної оглядової статті. *Нова філологія*. 2021. Вип.81. С. 102-107.

3. Іваницька Н. Б. Реалізація комунікативної стратегії переконання в різномовних наукових статтях: зіставний аспект. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* Том 32 (71) № 1, Ч. 1. 2021. С. 220-228.

4. Мартинюк А. П. Аргументація та сугестія як інструментальні стратегії дискурсу. *Мовні і концептуальні картини світу.* 2015. Вип. 55. С. 238-246.

5. Маслова Т. Б. Типологія наукового дискурсу в сучасній мовознавчій парадигмі. *Англістика та американістика.* 2013. №10. С. 39-43.

6. Яхонтова Т. В. Лінгвістична генологія наукової комунікації. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2009. 420 с.

7. Femeren F. H. van, Grootendorst R. Argumentation, communication, and fallacies: a pragmadialectical perspective. Routledge, 1992. 236 p.

8. Gira Vetti; Paily M. U. Effect of scientific argumentation on the development of critical thinking. *Science & Education.* 2020. 29.3. P. 673-690.

9. Leech G. Principles of pragmatics. L.: Longman, 1983. 250 p.

УДК 81'42:32

Самохвал О. О., доктор педагогічних наук, доцент
ORCID https://orcid.org/0000-0001-7958-945X
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ФУНКЦІОНАЛЬНІСТЬ СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНОМУ АСПЕКТІ

У статті розглянуто функціональність сучасного політичного дискурсу в межах комунікативно-прагматичного підходу. Здійснено аналіз основних функцій політичного мовлення та встановлено їхній взаємозв'язок із комунікативними стратегіями й тактиками, що використовуються політичними акторами для реалізації впливу на аудиторію. Окреслено п'ять провідних стратегій політичного дискурсу – аргументаційну, конфліктну, компромісну, утримання влади та маніпулятивну – як інструментів досягнення комунікативних цілей. Ураховано сучасні глобальні політичні реалії, що зумовлюють трансформацію функцій політичного дискурсу та підвищують вимоги до ефективності мовленнєвої поведінки політиків.

Ключові слова: *політичний дискурс, функціональність, комунікативна стратегія, мовленнєва тактика, маніпуляція, аргументація, політична комунікація, прагматика, вплив, ідеологія.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізованого інформаційного простору політичний дискурс відіграє ключову роль у формуванні суспільної думки, легітимації влади, моделюванні політичної реальності та мобілізації електорату. Комунікативні практики, що реалізуються в політичному мовленні, дедалі більше набувають ознак цілеспрямованого впливу, де стратегічне планування висловлювань і тактичне маніпулювання змістом стають невід'ємними елементами політичної комунікації. У цьому контексті актуальним є аналіз функціональності політичного дискурсу, яка розкривається крізь призму використання стратегій і тактик впливу на аудиторію.

Вивчення політичного дискурсу як особливого типу комунікації передбачає комплексне дослідження його прагматичних характеристик, зокрема реалізації мовленнєвих стратегій, спрямованих на досягнення маніпулятивних, аргументаційних, емотивних, прогностичних, ідеологічних та інших комунікативних цілей. Відтак, політичне мовлення набуває багатофункціонального характеру, поєднуючи інформаційну, регулятивну, експресивну та персуазивну компоненти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Джерельна база проблеми дослідження охоплює як функціонально-прагматичний підхід до політичного дискурсу, так і лінгвостилістичні та соціокомунікативні аспекти.

Так, у науковому доробку Г. Вусик і О. Антонюк представлено класифікацію основних функцій політичного дискурсу, які послугували основою функціонального аналізу політичного мовлення. Українська філологиня Л. Нагорна звертає увагу на негативні наслідки надмірної експресивності політичного дискурсу, яка може зруйнувати інформаційну та консолідаційну функції, що додає критичну перспективу до проблематики. Праця американського вченого Д. Грейбера (David Graeber) «The Democracy Project : a History, a Crisis, a Movement» [7] зосереджується на функціональності політичної комунікації, яка розширює стратегічний підхід у дискурсивному аналізі. Дослідження української вченої Н. Шевчук [6] є фундаментальним науковим доробком для систематизації функціональності політичної комунікації. У працях Т. Ананко, Н. Деренчук, Л. Овсієнко, Н. Яковлєва [1; 4] обґрунтовується алгоритм реалізації комунікативних стратегій, що є необхідним для аналізу дискурсивної діяльності політиків. Водночас О. Чепіль [5] характеризує комунікативні тактики як конкретні мовленнєві дії, що підкреслюють роль мікрорівня в реалізації загальної стратегії політичного дискурсу.

Метою дослідження є визначення ключових стратегій та відповідних тактик, що забезпечують реалізацію функціонального потенціалу сучасного політичного дискурсу в межах комунікативно-прагматичного підходу.

Виклад основного матеріалу. У нашому розумінні політичний дискурс є

чітко структурований вид політичної комунікації, який охоплює сукупність мовних практик у поєднанні з екстралінгвістичними факторами, що використовуються у сфері політики для формування, вираження та поширення експліцитних чи імпліцитних політичних ідей, які відображають або просувають культурні, історичні, соціальні та політичні реалії.

Ураховуючи те, що політичний дискурс є багатогранним інструментом, він виконує не лише функцію передавання інформації, а й виступає потужним засобом формування громадської думки, маніпуляції свідомістю мас, легітимації влади та конструювання соціальної реальності. Його багатогранність полягає в поєднанні мовних, психологічних, соціокультурних і прагматичних складників, що дозволяє політикам впливати на різні цільові аудиторії, адаптуючи повідомлення до конкретного контексту.

У науковому дослідженні Г. Вусик і О. Антонюк [2] зазначено, що до основних функцій політичного дискурсу належать мобілізаційна, маніпулятивна, ідеологічна, корпоративна та функція привернення уваги до тексту чи зображення. Мобілізаційна функція характеризується як емоційний заклик адресанта до ціннісних та ідеологічних преференцій електорату, що найчіткіше виражена у плакатах, лозунгах, листівках. Маніпулятивна функція полягає у спекуляції інформацією стосовно нагальних суспільних проблем з метою розпалювання ворожнечі між політичними опонентами. Ідеологічна та корпоративна функції – це функції виокремлення ключових позицій політика чи партії з метою демонстрування власних особливостей. Функція привернення уваги має на меті якщо не прихилити реципієнта на бік політика, то принаймні заявити про його існування яскравим зображенням чи слоганом [2].

Водночас Л. Нагорна підкреслює, що на практиці надмірна експресивність політичних дискурсів здатна руйнувати ідентифікаційний простір, зводячи нанівець як їхню інформаційну, так і консолідаційну функції [3].

Д. Грейбер виокремлює такі функції політичного дискурсу: 1) поширення інформації (*англ. information dissemination*); 2) визначення порядку денного (*англ. agenda setting*), сутність якої полягає в контролі за поширенням інформації; 3) проекція в майбутнє та минуле, що має на увазі прогнозування політики на майбутнє, аналізуючи позитивний чи негативний досвід минулого [7].

Деталізовану функціональність політичного дискурсу представлено у дослідженні української філологині Н. Шевчук [6]. Науковиця виділяє та обґрунтовує такі функції політичного дискурсу, як: комунікативна (передавання інформації, яка має призвести до зміни політичної свідомості адресата); спонукальна (апелятивна, вокативна, конативна, регулятивна, інструментальна) (політична пропаганда, переконання та вплив на адресата, позаяк політична комунікація нерідко має завдання мобілізувати громадян/виборців для проведення певних акцій); конструювання мовленнєвої реальності (через ідеологію засобами ЗМІ та PR формується вторинна реальність, що структурує і тлумачить-інтерпретує дійсність та претендує згодом стати соціальною практикою); волюнтативна (вираження волі щодо співрозмовника: прохання, запрошення, порада, спонукання тощо); інформаційно-трансляційна (політичний дискурс є важливим соціальним ідентифікатором та ретранслятором суспільних цінностей); емотивна (вираження емоцій автора та збудження емоцій адресата); метамовна (пояснення смислу слова чи висловлювання, розкриття суті спеціальних понять, термінів, образів тощо); прогностична (постійна проекція в майбутнє, планування (поточне та стратегічне) політичних дій та їх наслідків); фатична (контактовстановлювальна) (встановлення контактів, звертання уваги на себе, підготовка потенційного співрозмовника до сприйняття інформації); естетична (поетична) (орієнтація на форму повідомлення, на те, як виражена думка, оскільки політик також повинен слідкувати за виразністю свого мовлення); магічна (реалізація форм табу: молитви, клятви, присяги).

Погоджуємося із думками вчених, що функціональність політичного дискурсу визначає його роль і вплив на політичні процеси, відносини та комунікацію, а також розуміється як здатність вирішувати конкретні завдання, які можуть бути реалізовані у політичному середовищі. Водночас звертаємо увагу, що функціональність сучасного політичного дискурсу полягає в його здатності виконувати різноманітні завдання, пов'язані з комунікацією, управлінням суспільством, легітимацією влади та мобілізацією аудиторії, слугуючи не лише інструментом передавання повідомлень, а й активним чинником творення політичної реальності.

Таким чином, політичний дискурс є багатофункціональним інструментом, який сприяє як стабільності та єдності, так і відкритому обговоренню та розв'язанню політичних конфліктів. Функціональність політичного дискурсу безпосередньо пов'язана з використанням політиками різноманітних стратегій і тактик у процесі політичної комунікації, оскільки саме через реалізацію мовленнєвих дій і відповідних комунікативних прийомів дискурс набуває практичного змісту та впливу.

Володіння стратегіями і тактиками в процесі комунікації – це результат підготовленості мовця та його компетентності, які мають своє вираження під час здійснення мовленнєвого акту. Таким чином вибір адекватних стратегій і тактик, а саме, ліній комунікативного поводження в різних ситуаціях спілкування політичного дискурсу спрямованих на досягнення поставлених перед комунікантами завдань – обумовлює успішність / неуспішність міжособистісної інтеракції [4].

Стратегія – це процес розробки та реалізації комунікативного завдання, яке ставиться з метою ефективного впливу на адресата. Тактика, з одного боку, – спосіб мовленнєвого впливу, сукупність мовленнєвих засобів, з іншого боку – шлях реалізації стратегії. У межах однієї стратегії можна виділити декілька мовленнєвих тактик, що працюють на неї. Комунікативний хід – це конкретний засіб досягнення комунікативної ефекту, заданого в тактичній установці [4].

У мовознавстві, і зокрема в теорії комунікації, комунікативна стратегія (далі КС) – це спосіб мовлення, лінія мовленнєвої поведінки, зумовлена конкретною комунікативною метою, що впливає на вибір мовних засобів. У мовленні індивіда жодну стратегію не можна здійснити без застосування тактики або кількох тактик. За словами О. Чепіль, «комунікативна тактика – конкретні мовленнєві дії для реалізації поставлених завдань із метою здійснення впливу на адресата» [5].

Проаналізувавши праці вітчизняних мовознавців (Т. Ананко, Н. Деренчук, Н Яковлєва) [1], ми окреслили чіткий алгоритм реалізації КС у політичному дискурсі. Зокрема, першим етапом вважаємо вибір політиком мовленнєвої

інтенції, тобто конкретну мету, якої необхідно досягнути по завершенню промови. Наступний етап передбачає підбір семантичних компонентів мовлення та екстралінгвістичних засобів, що будуть ефективними в процесі досягнення цілей. Важливим є також визначення об'єму і змісту інформації, що потребує аналізує емоційного стану аудиторії, рівень сформованості емпатії, тобто суспільний запит або доцільність чи актуальність інформації, яку політик планує донести за допомогою певних мовно-стратегічних засобів. На завершальному етапі встановлюється послідовності комунікативних складників та налаштування комунікативної структури висловлювання на певний комунікативний режим і жанр.

Загалом, комунікативна стратегія у політичному дискурсі є глобальним плануванням майбутньої політичної комунікації, яка реалізовуватиметься за допомогою тактик, які є локальними риторичними прийомами й лініями мовленнєвої поведінки. Таким чином, ми визначили 5 ключові стратегії, кожна з яких характеризується специфічним набором тактик, спрямованих на досягнення конкретних функціональних цілей. Розглянемо їх детальніше.

1. Стратегія аргументації. Ця стратегія полягає у побудові логічно структурованого аргументативного ланцюга з метою переконання аудиторії. Вона реалізується через тактики солідаризації (демонстрація спільності поглядів з аудиторією), генералізації (узагальнення окремих фактів для посилення позиції), проведення аналогій (створення паралелей між різними ситуаціями) та протиставлення (чітке розмежування між «своїм» та «чужим», правильним і неправильним).

2. Конфліктна стратегія. Конфліктна стратегія орієнтована на елементи протистояння та суперечності. Вона реалізується через тактики критики, що виявляють незгоду з позиціями опонентів, дискредитації, спрямованої на зниження авторитету критикованих суб'єктів, та використання погроз, які мають функцію залякування через можливе негативне наслідок.

3. Стратегія компромісу. Зазначена стратегія характеризується орієнтацією на пошук взаємоприйнятного рішення та встановлення діалогу. Вона застосовує

такі тактики, як дружній заклик до співпраці, узгоджене визнання деяких моментів позиції опонента з одночасною корекцією або відхиленням окремих аргументів, а також заперечення доцільності певних рішень, що дозволяє досягти оцінювальної згоди.

4. Стратегія утримання влади. Основна мета цієї стратегії полягає у забезпеченні стабільності та збереженні авторитету правлячих суб'єктів. Вона виражається через тактики визнання наявних проблем з одночасним роз'ясненням контексту подій, демонстрацію емпатії щодо суспільних потреб та застосування стриманої риторики, що виключає використання гострих та емоційно забарвлених висловлювань.

5. Маніпулятивна стратегія. Маніпулятивна стратегія спрямована на опосередкований вплив на аудиторію через емоційні засоби та використання прихованих механізмів впливу. Вона реалізується через тактики апеляції до національної самобутності (формування культурно-ідентифікаційного простору), орієнтації на негативні приклади минулого з метою створення контрастного ефекту, вибіркового використання фактів та необґрунтованої екстраполяції, що створює ілюзію неминучості певних наслідків.

Таким чином, функціональність політичного дискурсу безпосередньо визначається комплексним застосуванням зазначених стратегій, кожна з яких, у свою чергу, підтримується специфічним набором тактик. Це забезпечує політикам можливість досягати як інформативних, так і впливових, ідеологічних та мобілізаційних цілей у процесі політичної комунікації.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У результаті проведеного дослідження встановлено, що функціональність сучасного політичного дискурсу виявляється через багатовекторну реалізацію комунікативних стратегій і тактик, які забезпечують ефективне формування, трансляцію та закріплення політичних смислів. Політичний дискурс сьогодні постає як не лише інструмент інформування, а передусім – як засіб впливу, контролю, маніпуляції та мобілізації, що набуває особливої актуальності в умовах політичної нестабільності, інформаційної війни та глобального переформатування міжнародного порядку.

Аналіз функціональних аспектів показав, що політичне мовлення виконує не лише традиційні функції (інформаційну, ідеологічну, маніпулятивну), а й включає прогностичну, емотивну, волюнтативну, естетичну, а також функції конструкції мовленнєвої реальності. Такі характеристики дозволяють політикам адаптуватися до змінних соціальних умов, формувати необхідний імідж та утримувати увагу аудиторії в медіа-насиченому середовищі.

Урахування глобальних політичних реалій – зокрема війни, поляризації суспільства, кризи довіри до інституцій – актуалізує значення політичного дискурсу як інструмента соціального управління та політичної мобілізації. У таких умовах зростає потреба в застосуванні збалансованих стратегій: аргументації, компромісу, а також тактик емпатійної риторики, що покликані зберігати комунікативну єдність та легітимність політичних акторів.

Таким чином, функціональність сучасного політичного дискурсу постає як складний динамічний механізм, тісно пов’язаний із соціокультурним контекстом, характером політичної взаємодії та медіа-репрезентацією влади. Ефективність політичної комунікації напряму залежить від здатності мовця обирати релевантні стратегії та тактики відповідно до ситуації, політичної мети та очікувань аудиторії.

Список використаних джерел:

1. Ананко Т. Р., Деренчук Н. В., Яковлєва Н. І. Особливості політичної комунікації в умовах українських внутрішньодержавних криз [Текст]. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право.* Випуск 3/4 (23/24). 2014. С. 166-171

2. Вусик Г. М., Антонюк О. В. Сучасний політичний дискурс як об’єкт лінгвістичних досліджень. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса.* 2020. № 12. Т. 2. С. 213–217.

3. Нагорна Л. П. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики [Текст] : монографія. Київ : Видавництво «Світогляд», 2005. 231 с.

4. Овсієнко Л. О. Аксіологічні стратегії й тактики в конфліктній ситуації німецькомовного діалогічного дискурсу [Текст]. *Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство).* Кіровоград : Видавець Лисенко В.Ф., 2015. Вип. 138. С. 118-120.

5. Чепіль О. Я. Особливості реалізації комунікативних стратегій в політичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна».* 2015. Вип. 52. С. 274–276.

6. Шевчук Н. В. Особливості політичного дискурсу : зміст, функції, жанрове втілення [Текст]. *Вісник ДАКККіМ. Політологія*. Вип. 1. 2013. С. 263–269

7. David Graeber The Democracy Project : a History, a Crisis, a Movement [Електронний ресурс]. URL : https://blackbooksdotpub.wordpress.com/wp-content/uploads/2021/06/david-graeber-the-democracy-project_-a-history-a-crisis-a-movement-spiegel-grau-2013.pdf

UDC 811.161.2:070

Tereshchenko L. Ya., PhD, Associate Professor
ORCID https://orcid.org/0000-0002-2774-8540
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE

REFLECTION OF RUSSIAN AGGRESSION AGAINST UKRAINE IN ELECTRONIC MEDIA WORLDWIDE: CORPUS APPROACH

The article outlines a corpus approach to defining the peculiarities of reflecting Russian aggression against Ukraine in multiple electronic media worldwide. Attention is paid to the proportions of texts featuring the situation as 'Ukraine war' and 'Ukraine conflict'. The discrepancy in defining Russian military aggression can be explained by the manipulative nature of media discourse in which the choice of nominations can be prompted by the general governmental policy. The analysis included the contents of electronic media in the US, the UK, India, Tanzania, Qatar and Hong Kong.

Keywords: *corpus linguistics, discourse analysis, manipulation, Ukraine war, Ukraine conflict*.

The problem and literature review. The peculiarity of modern wars is their hybrid nature, which is manifested in particular in the manipulation of public consciousness through the way events are presented to the public, mainly through electronic media. Greater access to media resources and political platforms, concealment or exaggeration of facts, silencing of alternative points of view, use of euphemisms, ideologically charged vocabulary and various rhetorical techniques can help one of the parties to impose its vision of the world on societies that are not directly involved in the war 'on the ground' and are only recipients of the information [1].

T. van Dijk, one of the leading theorists of critical discourse analysis, notes that discourse is not just a way of transmitting information, but a tool for the struggle for power and control over consciousness. The scholar sees discourse not only as a text or language, but as a social action that is always connected to the social, political, and cultural context and carries an ideological colouring. A hidden influence on the minds of listeners or readers can be exerted through the manipulative use of words, including presupposition (assumptions that are perceived as true without proof), emotional appeal, negative or positive nomination (e.g., 'explosions' vs. 'booms'), and repetition of key terms to consolidate an idea in the mind [6]. It is through such abuses that the minds of the masses can be controlled.

The Ukrainian researcher L. Pavlichenko has defined several strategies that help polarise the media discourse concerning the Ukraine war, for instance: labelling, evidentiality, manipulation with numbers, hyperbole, victimization, personalization and analogy strategy [5]. In 2022, this research showed that both British and American media used discursive strategies to define Ukraine positively as an In-group and to refer to Russia negatively as an Out-group.

We should also take into consideration that not only media but also scientists tend to take sides while describing a conflict of high intensity. While such strategic moves are expected from the media, which have long been notorious for conveying preconceived points of view, the judgmental attitude of some scientists who are

supposed to be neutral (they are not nationals of one of the conflicting sides) seems rather unprofessional. For instance, in the open-access article by N. Tang (a researcher from East China University of Science and Technology), the conclusions do not only represent the findings of the corpus analysis about the image of Russia in American media, but also make insinuations about the political motives of presenting Russia as an aggressor: «*The study found that the US media believed that in the war, Russia played the role of the invader, while Ukraine was the victim, and believed that the war was a military aggression by Russia against Ukraine. The main reason may be that the United States, as one of the leading members of NATO, hopes to suppress Russia through public opinion and prompt Ukraine to join NATO in order to consolidate its global hegemony status*.» [6]. The article that should concentrate on linguistics is full of the following whitewashing elements (translated from Chinese by DeepL.com): "The U.S. media believes that Putin started the war and led it, thus promoting Putin as the intruder and blaming him for the problem. However, Putin has already stated that Russia has no intention of occupying Ukraine. Russia's strategy is to use the war as a catalyst for negotiation, to force Ukraine to sign an alliance, to force Ukraine to give up its intention to join NATO, and to obtain security guarantees." [6]. Thus, we see that the issue of defining the Russia-Ukraine war is pressing and demands the attention of Ukrainian scientists so that biased accounts can be adequately challenged.

The aim of the study is to examine the peculiarities of the nomination of the Russian-Ukrainian war in the world's English-language electronic media in 2022-2025.

The methods. The study is based on a corpus analysis of English-language electronic publications collected in the NOW (News on the Web) corpus [3], which is one of the largest monitoring corpora in the world, reaching 21.7 billion words at the end of April 2025. The corpus allows for frequency analysis of word usage in electronic texts since 2010, distribution of frequency by country and date, detection of frequency of phrases and contextually close words, and comparative analysis of lexemes and phrases by a number of criteria. The search was conducted in the form of lemmas to include derived words and different grammatical forms.

The results of the research. The lexemes 'war' and 'conflict' were chosen for

the analysis, as they can serve as nominations for the Russian-Ukrainian war but have different semantic meanings, and the use of one instead of the other can significantly change the audience's perception of events. The lexeme ‘war’ refers to an official, large-scale armed conflict between states or organised groups and has a clear legal and political definition, often linked to international law: ‘an armed struggle between two or more countries or groups, or a particular example of this; and a state of armed conflict between different countries or different groups within a country’, while ‘conflict’ is a broader term that encompasses any confrontation, from personal disputes to armed clashes: ‘an active disagreement between people with opposing opinions or principles; a serious disagreement or argument, usually a protracted one’ [2; 4]. The second lexeme has less pronounced emotional and evaluative characteristics, which can be used to reduce or neutralise the seriousness of events by euphemising them. War requires a legal definition and clearly indicates attack/aggression/defence, while conflict has a vague legal basis, which allows avoiding the mention of the aggressor or the victim, creating the impression of symmetry and mutual guilt. This neutralises the responsibility of the aggressor. The perception of events by a wide audience is distorted: instead of intensifying the perception of a crisis, danger, or violation of international law, it creates the impression that the events are an internal dispute rather than an act of aggression. Often, this lexical replacement of the word ‘war’ with ‘conflict’ is a deliberate strategy of media that maintain neutrality, are censored, or do not want to lose the political or economic support of a particular party. Such a strategy is a typical example of manipulative discourse that creates pseudo-objectivity, while actually influencing the reader's attitude.

According to the NOW corpus, the phrase Ukraine war ranks 16th in terms of the frequency of phrases with the word war, reaching 33655 occurrences and second only to such attributive phrases as world war, civil war, trade war, cold war, Vietnam war, which indicates its significant prevalence in the electronic discourse of the last ten years. The frequency of the phrase Ukraine conflict in the corpus was 10738 occurrences. Although the frequency of use of the phrase Ukraine war is three times higher than this figure, the spread of both expressions in the electronic media of different countries in different years requires a more thorough analysis.

We have studied the prevalence of the expressions Ukraine war and Ukraine conflict in the texts of electronic media in general and in the three countries with the highest rates: The United States (US) – 9113 instances of the phrase Ukraine war and 2321 Ukraine conflict, India (IN) – 8174 instances of the phrase Ukraine war and 3495 Ukraine conflict, the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland (UK) – 5445 instances of the phrase Ukraine war and 1344 instances of the expression Ukraine conflict. Moreover, we analysed the media response from some countries/administrative regions that could represent the Global South (Tanzania (TZ)– 47 texts that mention war and 27 texts that use the expression Ukraine conflict), Middle East (Qatar (QA) – 307 and 70 respectively), and Far East (Hong Kong (HK) – 280 and 67 respectively).

The distribution of texts containing the expressions ‘Ukraine war’ or ‘Ukraine conflict’ by country in the timeframe of 2022-2025 showed several trends (see Figures 1-2). The number of texts containing references to the war in Ukraine in any wording (war or conflict) significantly decreased in 2023-2024 compared to 2022. Given that the available data for 2025 contains information only for the first 4 months, we can note that the downward trend in interest has stopped and in recent months the media in the three countries have revived discussions of the Russian-Ukrainian war, paying almost as much attention to this topic, and sometimes more than in the whole of 2024. The latter observation applies to the British media, which has increased its references to both the Ukrainian war and the Ukrainian conflict. The changes are most pronounced in the electronic discourse of the US media, which switched from the detailed coverage of Russian aggression against Ukraine (more than 4,000 texts in 2022) to the political race and President Trump's new policies, which led to a rapid reduction in the number of thematic stories to less than 1,000. Accordingly, the Indian media ranked first in terms of the number of publications covering the war or conflict in Ukraine.

Among other regions, it is quite obvious that the Arab world media, represented by the Qatar-based media holding Aljazeera, pay much more attention to the Ukraine war than Tanzanian media, which represents one of the biggest importers of Ukrainian grain in Eastern Africa. Hong Kong media coverage of the war fluctuates, which is explained by the discrepancy of opinions between the official Chinese government and Hong Kong’s administration.

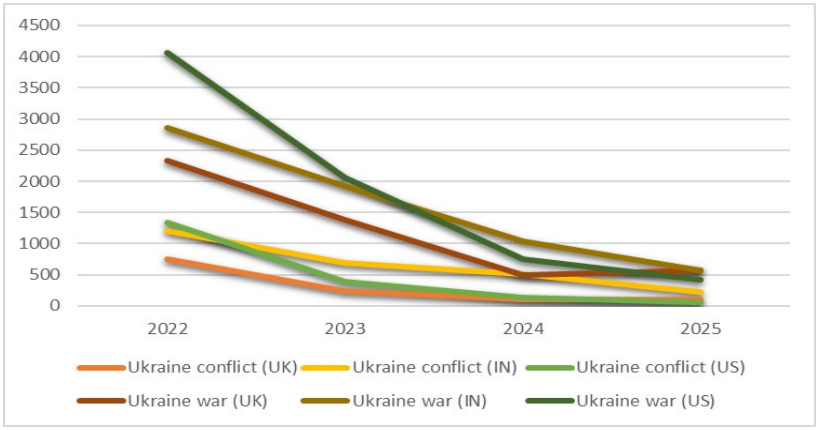


Figure 1 – the number of texts in which the expressions Ukraine war or Ukraine conflict appeared in 2022-2025 in the US, the UK and India

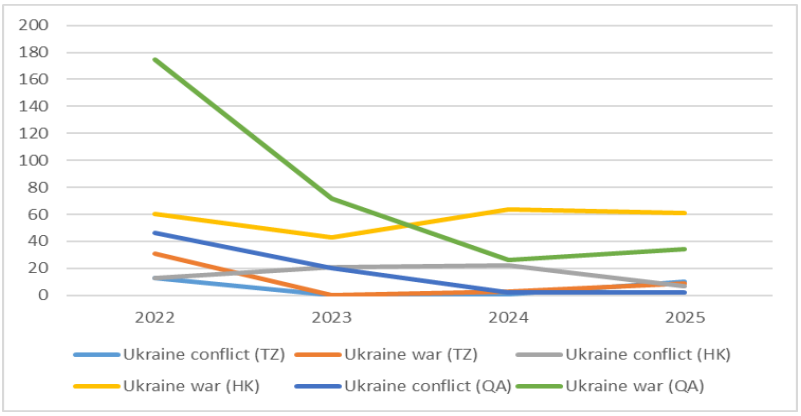


Figure 2 – the number of texts in which the expressions Ukraine war or Ukraine conflict appeared in 2022-2025 in Tanzania, Hong Kong and Qatar

The analysis of the distribution of publications by the choice of the phrase ‘Ukraine war’ or ‘Ukraine conflict’ showed that Western media are more inclined to call the Russian-Ukrainian war a war, as the share of publications with the expression ‘Ukraine conflict’ in different years was approximately 12-24% of texts in the United States and 13-23% in the United Kingdom, which is less than the overall figure of 20-25% of all English-language media in the corpus (see Figure 3). The US, the UK and all English-language media in general were characterised by a decrease (in some cases by half) in the number of publications that presented the situation as a conflict rather than a war, which indicates that over time, the status of the military operations taking place on the territory of Ukraine has become clear.

In Indian and Tanzanian publications, on the contrary, the number of texts with the interpretation of the war as a conflict is higher than the overall figures – 27-33% and 25-54% respectively (see Figure 4). Among the Indian and Tanzanian media there was an increase in the use of the expression ‘Ukraine conflict’ in 2024 and 2025.

The number of texts that named Russian aggression a conflict in Hong Kong media fluctuated significantly from 33% in 2023 to 10% in 2025, which shows the discrepancy of attitudes in this unique administrative region of China due to historical reasons. Aljazeera’s publications show patterns similar to Western countries: 22% of texts mentioning the Ukraine conflict in 2023 reduced to only 5% (see Figure 5).

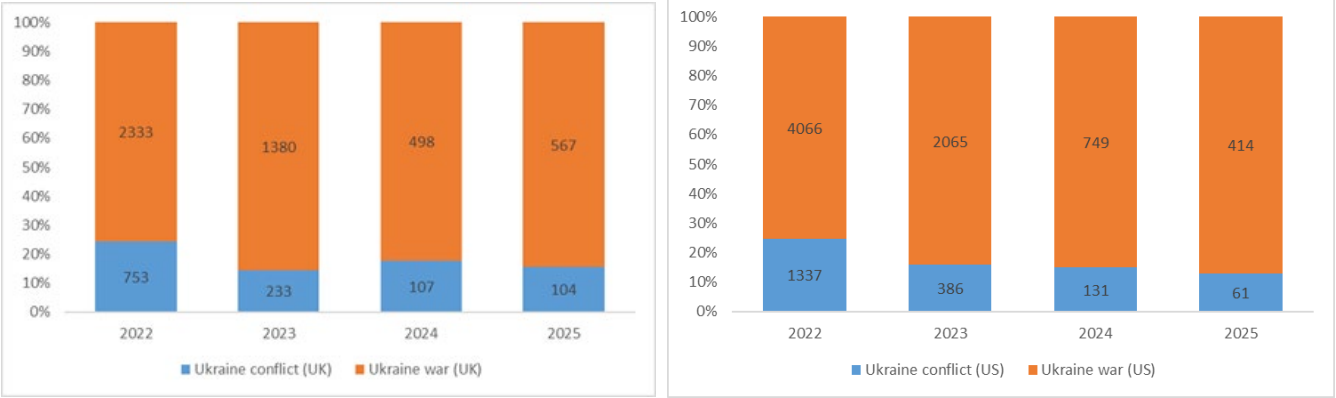


Figure 3 – the share of publications with the expressions Ukraine conflict and Ukraine war in the United States of America and the UK

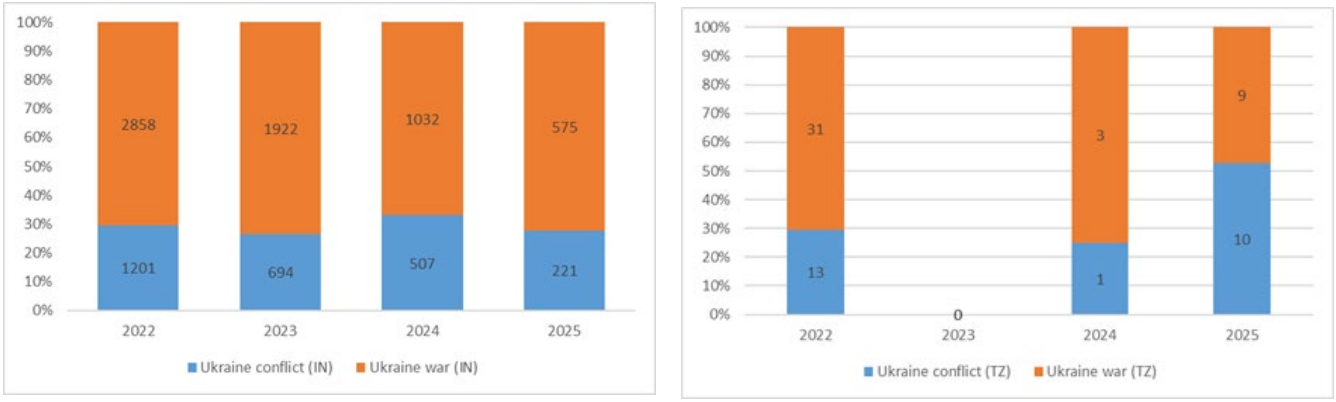


Figure 4 – the share of publications with the expressions Ukraine conflict and Ukraine war in India and Tanzania

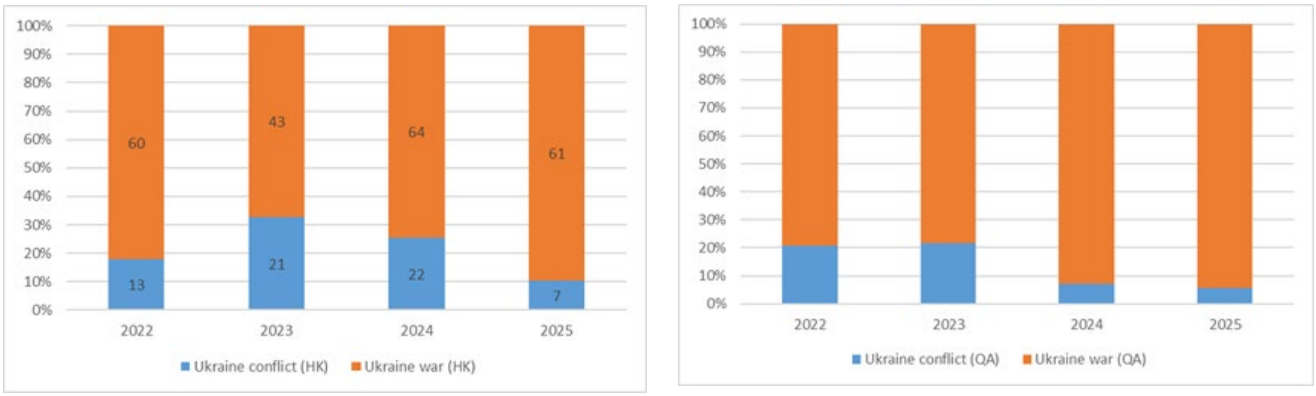


Figure 5 – the share of publications with the expressions Ukraine conflict and Ukraine war in Hong Kong and Qatar

Figures 6 and 7 present the lexemes which a most frequently used collocating with 'the Ukraine war' or 'Ukraine conflict'. Thus, a thematic and semantic comparison of the two groups of keywords related to the Ukraine conflict and war has been conducted.

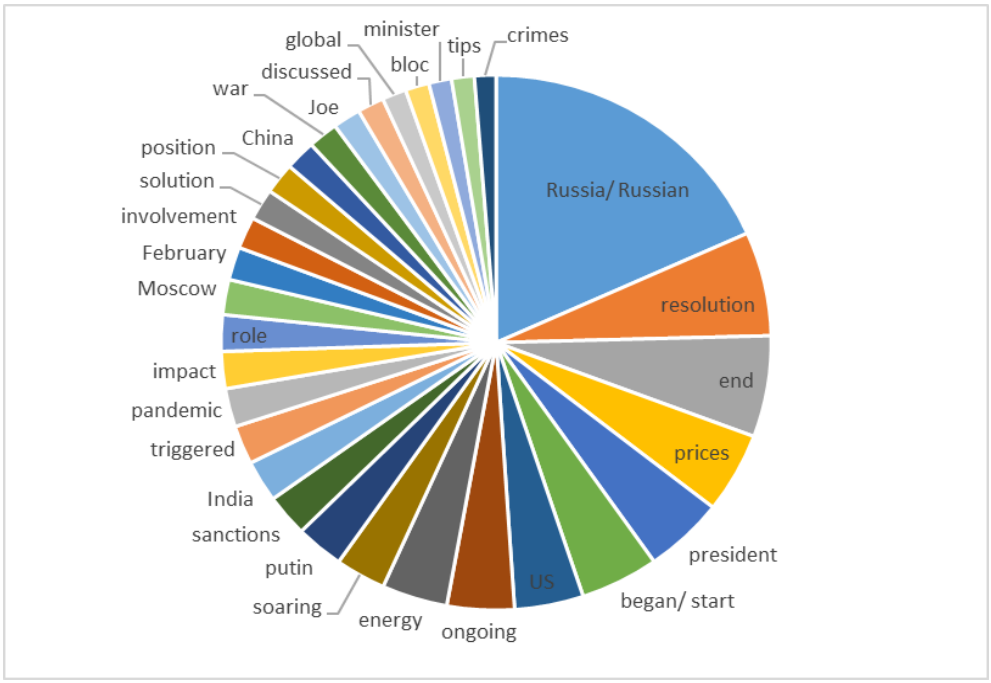


Figure 6 – lexemes that collocate with 'Ukraine conflict'

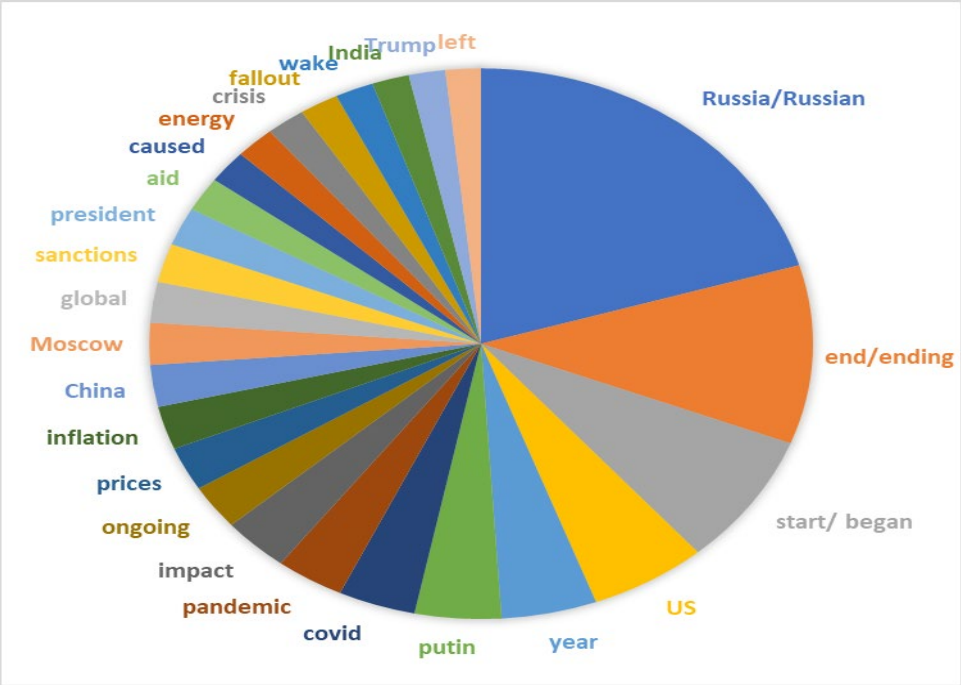


Figure 7 – lexemes that collocate with 'Ukraine war'

The two groups have shown a lot of common features, such as: 1) mentioning of geopolitical actors and locations (*Russia/Russian, US, Putin, China, India, Moscow, President*), indicating a focus on international political stakeholders; 2) temporal markers (*start/began, end/ending*), reflecting chronological framing; 3) the impact of the conflict/war (*sanctions, energy, prices*), emphasising the economic and geopolitical consequences of the war; 4) pandemic overlap (*pandemic, Covid*), suggesting the dramatic challenges of both the Ukraine war and global health crises.

In the texts dedicated to the 'Ukraine conflict,' there are a lot of resolution-focused lexemes: *resolution, solution, role, involvement, position, and minister,* which are typical of diplomatic and political discourse oriented toward negotiation and international relations. Conflict initiation and its actors (*triggered, bloc, crimes*) indicate a narrative of agency and blame, as well as the legal and institutional framing of the conflict. The highlight on rising effects – like *soaring* (likely tied to energy or prices) and *tips* – suggest a focus on practical consequences and personal impacts, possibly targeting consumer audiences. Finally, President Joe Biden is rather frequently mentioned in these texts.

The texts belonging to group 2 (Ukraine war focus) emphasise the war consequences and its aftermath: *aid, caused, crisis, fallout, wake*, and *left* which point to humanitarian, structural, and political fallout, implying an aftermath or late-phase perspective. Terms like *inflation, crisis,* and *aid* emphasize economic deterioration and international support, especially in global markets or aid policies. Mentions of President Trump might suggest political dynamics in relation to the war, possibly in the US or Europe.

Conclusions. Thus, we see a stronger bias in the Indian electronic media, compared to the US, UK and the overall sample, in reinterpreting the nature of the Russian-Ukrainian war and presenting it in a more amorphous form of 'conflict'. Given the publication activity of these media outlets, we can note that American and British electronic media risk losing out in this ideological confrontation and influence on the general population around the world. The surge in British media activity in 2025 regarding the war in Ukraine shows that their experts and journalists have realised this threat and are stepping up their work with their audience.

Prospects for further research include a comparative analysis of the relevant nominations in the English-language media of other countries, as well as the study of typical collocations, and a comparative analysis of other rhetorical techniques used in the respective media to manipulate the Russian-Ukrainian war.

References:

1. Терещенко, Л. (2021). Маніпулятивні та недостовірні тексти як частина сучасного соціокомунікативного ландшафту. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. IX Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця. С. 214-218.

2. Cambridge Dictionary. URL: https://dictionary.cambridge.org/

3. NOW (**N**ews **o**n the **W**eb) Corpus. URL: https://www.english-corpora.org/now/

4. Oxford English Dictionary. URL: https://www.oed.com/?tl=true

5. Pavlichenko L. Polarization in Media Political Discourse on the War in Ukraine: Critical Discourse Analysis. Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Філологічні науки. 2022. 2 (24). С. 214-223.

6. Tang N. The Image of Russia in the Russian-Ukrainian War from the Perspective of American Media: A Corpus-Based Critical Discourse Analysis. Open Access Library Journal. 2023. 10.

7. van Dijk, T. (2006). Discourse and Manipulation. Discourse & Society. 17(3). 359-383.

УДК 811.161.2:378.147(045)

Тимкова В. А., кандидат філологічних наук, доцент

ORCID https://orcid.org/0000-0001-5170-5412

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

МОВНА ПІДГОТОВКА ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА ЗАНЯТТЯХ З КУРСУ «УКРАЇНСЬКА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ»

Формування умінь і навичок роботи здобувачів вищої освіти у процесі мовної підготовки є актуальною проблемою сучасної педагогіки, оскільки це дозволяє розвинути комунікативну компетенцію майбутнього фахівця. Метою поданої статті є описати технологію складання вторинних наукових текстів (план, тези, реферат) задля формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти щодо аналітико-синтетичного перероблення тексту-оригіналу. Для досягнення мети було використано такі методи дослідження: аналіз і синтез наукової літератури (для з'ясування ключових понять дослідження), систематизація (з метою виявлення наявних наукових підходів до розв'язання означеної проблеми), теоретичне узагальнення (для формулювання підсумкових положень та висновків). У статті проаналізовано особливості етапів компресії вторинних наукових текстів. Окреслено призначення різних видів плану. Розглянуто види тез, з'ясовано відмінність плану й тез. Описано специфічні особливості різновидів реферату. Створення текстів цих жанрів наукового стилю за вказаною в статті технологією сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти необхідних умінь і навичок науково-дослідницької діяльності.

Ключові слова: *науковий текст, компресія тексту, план, тези, реферат.*

Постановка проблеми. Формування мовнокомунікативної компетенції фахівця передбачає ґрунтовну спеціальну підготовку за профілем навчання, а також набуття умінь і навичок комунікації в цій сфері професійного спілкування. Як слушно зазначає Г. Онуфрієнко, «опанування у ЗВО мови спеціальності – це засвоєння передусім наукового стилю як функційного різновиду національної літературної мови в межах обраної галузі знань, зокрема нормативних зразків наукових текстів на всіх рівнях їх ієрархічної організації, а також формування навичок та умінь з таких актуальних видів професійної мовленнєвої діяльності, як продукування та компресія наукової інформації за фахом у вигляді плану, тез, анотації, реферату тощо» [5, с. 17–18].

Мовна підготовка першокурсників здійснюється на заняттях з курсу «Українська мова за професійним спрямуванням», де основну увагу звертаємо на нормативність професійного мовлення, вивчення ділових паперів різного призначення, ознайомлення з жанрами наукового стилю. Зауважимо, що кількість годин, відведених на роботу з науковими текстами, є доволі незначною.

Проте саме ця робота набуває першорядного значення в подальшому навчанні студента на старших курсах, оскільки нормативно складений науковий текст є показником високої професійної майстерності. Як свідчить досвід роботи в ЗВО, у студентів-першокурсників, що навчаються за ступенем бакалавра, нерідко виникають труднощі як зі створення наукових текстів, так і з компресією наявних зразків фахового мовлення. Насамперед це стосується вторинних писемних наукових текстів. На наш погляд, актуальність досліджуваного питання полягає в нагальній потребі опанування бакалаврами технології роботи з науковими текстами, що впливає на піднесення рівня культури фахового мовлення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових досліджень засвідчив, що в сучасній педагогічній практиці пріоритетного значення набуває інформатизація науки та освіти, що має своїм завданням, на думку О. Товканець та О. Матейко, «розвиток потужної системи науково-технічної інформації й

формування інтегрованої системи науково-освітніх інформаційних ресурсів» [7, с. 129]. Розв’язати окреслене завдання можна за умови впровадження в навчальний процес закладів вищої освіти спеціальних дисциплін, які будуть спрямовані на формування умінь і навичок роботи з фаховими науковими текстами. Такою дисципліною є «Українська мова за професійним спрямуванням».

У наукових доробках Л. Галузинської, Н. Науменко, В. Колосюка [1], А. Загнітка та І. Данилюка [2], Л. Мацько й Л. Кравець [4], З. Мацюк та Н. Станкевич [3], О. Семеног [6], С. Шевчук та І. Клименко [8], В. Шейка й Н. Кушнаренко [9] та ін. подають загальні відомості про мовностилістичні особливості наукового стилю, основні комунікативні завдання спілкування в науковій сфері, підстилі й жанри цього функційного різновиду мови. У переважній більшості праць оглядово розглянуто призначення писемних жанрів наукового мовлення. Лише в окремих роботах [5; 7; 8; 9] приділено увагу опису вторинних наукових текстів (план, тези, анотація, реферат та ін.). Наголосимо, що саме робота зі створення цих текстів є визначальною у процесі науково-дослідницької діяльності здобувача вищої освіти. Погоджуємося з думкою В. Шейка та Н. Кушнаренко, які з-поміж головних завдань науково-дослідницької діяльності виокремлюють такі: «прищеплення студентам навичок самостійної науково-дослідницької діяльності; формування наукового світогляду, оволодіння методологією й методами наукового дослідження; розвиток ініціативи, здатності застосовувати теоретичні знання у своїй практичній роботі; розширення теоретичного кругозору й наукової ерудиції майбутнього фахівця» [9, с. 24–25].

Розв’язати окреслені завдання можна, якщо з перших днів навчання в закладі вищої освіти здобувачі будуть залучені до активної науково-дослідницької діяльності, володітимуть технологією складання писемних наукових текстів. Відтак формування умінь і навичок роботи з науковими текстами у процесі мовної підготовки здобувачів вищої освіти є актуальною лінгводидактичною проблемою, що потребує практичного розв’язання.

Мета статті: описати технологію складання вторинних наукових текстів (план, тези, реферат) задля формування умінь і навичок здобувачів вищої освіти щодо аналітико-синтетичного перероблення тексту-оригіналу.

Методи дослідження: аналіз і синтез наукової літератури (для з'ясування ключових понять дослідження), систематизація (з метою виявлення наявних наукових підходів до вирішення означеної проблеми), теоретичне узагальнення (для формулювання підсумкових положень та висновків).

Виклад основного матеріалу. На заняттях з курсу «Українська мова за професійним спрямуванням» основна увага приділяється формуванню умінь і навичок здобувачів вищої освіти вільно спілкуватися у сфері фахової комунікації. Специфіка професійного мовлення фахівця найбільше виявляється в наукових текстах за профілем спеціальності. Проте для першокурсників, учорашніх школярів, складати такі тексти виявляється не просто. Пояснити це можемо тим, що в шкільному курсі української мови на вивчення стилістики, на відміну від лексики та граматики, відводиться незначна кількість годин. Тому підготовчою роботою до створення вторинних наукових текстів має бути ґрунтовне опрацювання принципів їх укладання. Найперше, що має пояснити викладач здобувачам вищої освіти, це ознаки наукового тексту: цілісність; зв'язність; членованість; послідовність; інформативна, логічна, оцінна насиченість.

За О. Семеног, «цілісність наукового тексту передбачає внутрішню організованість, смислову єдність, цілісне оформлення початку та кінця твору, переходи між частинами тексту за допомогою певних мовних одиниць. Цілісність виявляється також у визначеній логіко-смисловій структурі, компонентами якої є тематика, проблематика, ідеї тексту. Зв'язність наукового тексту полягає в поєднанні його компонентів між собою за змістом. Членованість тексту виражає відношення, які існують між розділами, підрозділами тексту. Послідовність у науковому тексті реалізується через спеціальні функціонально-синтаксичні засоби, що вказують на порядок розвитку думки, перехід від однієї думки до іншої, результат, висновок. Інформативна, логічна, оцінна насиченість

наукового тексту виявляється у здатності мовних одиниць виражати смислові компоненти, які допомагають зрозуміти смисл тексту» [6, с. 64–65]. Урахування окреслених ознак наукового тексту ляже в основу принципів його створення.

Робота з науковими текстами включає як їх складання (первинні тексти), так і їх перероблення з метою компресії (вторинні тексти). Предметом нашої уваги стали саме вторинні наукові тексти, які з певним ступенем повноти (залежно від їх призначення) передають зміст наукового тексту-оригіналу.

Розглянемо особливості текстової роботи з компресії наукового тексту (зменшення обсягу написаного без шкоди для його змісту), що передбачає максимальне відтворення змістової інформації меншою кількістю мовних засобів. Формування умінь і навичок роботи з науковими текстами починаємо з визначення специфіки різних видів плану.

Для більшості першокурсників зі шкільного курсу української мови знайомий простий план. На заняттях з дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням» ці знання треба поглибити. Передовсім ознайомлюємо здобувачів освіти з такими видами планів: розгорнутий, або складний (відрізняється від простого поділом на пункти й підпункти із застосуванням розгалуженої рубрикації); за мовним оформленням виокремлюють питальний (використовуємо лише речення, які за метою висловлювання є питальними), номінативний (складаємо тільки за допомогою називних речень), цитатний (його пунктами є авторські речення). Звертаємо увагу на відступи праворуч у складному плані, коли рубрикуємо інформацію (розділи, підрозділи, пункти й підпункти) первинного тексту. Окрім того, наголошуємо на вживанні великої та малої літери, розділових знаків у написанні рубрик.

Складання плану допоможе здобувачеві вищої освіти чітко структурувати текстовий матеріал первинного тексту на смислові блоки, визначити його композицію, зафіксувати вузлові моменти викладу. Зрозуміло, що назви пунктів плану повинні бути лаконічними, передавати головну інформацію. У процесі роботи над складанням плану допомагаємо студентам розмежовувати головну й

додаткову інформацію. Сильною позицією зазвичай є перше й останнє речення абзацу, найбільш важливі з інформативної точки зору. Задля розвитку вмінь формулювати мікротеми абзаців, надфразних єдностей пропонуємо здобувачам освіти працювати з олівцем у руках, підкреслюючи ключові слова, які увійдуть до назви пунктів плану. На завершальному етапі складання плану перевіряємо, чи пов'язані логічно між собою його пункти.

Робота над складанням плану передує тезуванню – вилученню з тексту-оригіналу головної інформації у вигляді тез. Тези – це стисло сформульовані основні положення первинного тексту, які передають суть висловленого. Тези бувають двох видів: відібрані авторські цитати з першоджерела або передані власними словами найважливіші його положення. Наголошуємо на відмінності плану й тез: у плані вказуємо лише перелік основних питань, а в тезах зазначаються судження автора з кожного питання. Якщо ми порівняємо синтаксичне оформлення плану й тез, то можемо зробити висновок, що за структурою пункти плану є найчастіше складними словосполученнями, а тези – простими поширеними реченнями. Відтак можемо констатувати, що тези, порівняно з планом, мають більший ступінь інформативності.

Теза у формі логічного судження висвітлює певну мікротему. Відтак, працюючи над тезуванням наукового тексту, радимо здобувачам вищої освіти кожну тезу писати з абзацного відступу й за бажанням нумерувати. Складаючи тези статті або іншого джерела наукової інформації, необхідно вказати номер тієї сторінки, звідки взято тезу.

Звертаємо увагу, що в процесі тезування первинного тексту слід зберегти самобутність авторського викладу. Досягти ущільненого змісту тексту-оригіналу можна завдяки таким прийомам компресії тексту: трансформувати складні синтаксичні одиниці у прості, вилучити з речень дієприкметникові й дієприслівникові звороти, викласти зміст без наведення пояснень, прикладів, таблиць, діаграм, рисунків тощо.

Процес реферування викликає неабиякі труднощі у здобувачів вищої освіти. «Реферат – вторинний документ, результат аналітико-синтетичного

опрацювання інформації, поданий у вигляді стислого викладу наукової праці, змісту джерела із зазначенням характеру, методики, результатів дослідження та збереженням його мовностилістичних особливостей» [8, с. 557]. Реферат має таку структуру: титульний аркуш, план, текст (вступ, основна частина, висновки), список використаної літератури.

Спираємося на класифікацію Г. Онуфрієнко [5], яка зазначає, що «специфікою інформативного реферату, або реферату-конспекту, є те, що він містить усі основні положення первинного тексту, а також ілюстративний матеріал, важливу аргументацію, відомості про методику дослідження тощо.

На відміну від інформативного реферату, індикативний, або реферат-резюме, містить лише ті положення, які найтісніше пов'язані з темою реферованого джерела. Ступінь узагальнення й «згортання» інформації в рефераті-резюме удвічі-утричі є більшим, ніж в інформативному рефераті.

Реферат-огляд готують на матеріалі кількох джерел. Зміст та обсяги реферату залежать від його виду: реферат-конспект – це повний реферат; реферат-резюме – це короткий, узагальнений реферат; реферат-огляд – це реферат на основі кількох наукових джерел, з-поміж яких визначено базове» [5, с. 185–188].

Певні навички реферування здобувачі вищої освіти вже частково сформували в шкільному курсі української мови. Проте, як свідчить досвід роботи, першокурсники зазвичай самостійно не аналізують сам зміст першоджерел, а шукають потрібну тему в мережі Інтернет. Щоб запобігти цього негативного явища, пропонуємо забезпечити студентів зразками наукових текстів за профілем майбутньої спеціальності й на аудиторному занятті показати, як треба працювати з різними за ступенем повноти викладу змісту першоджерела рефератами.

На наш погляд, найбільш складним для здобувачів вищої освіти є оглядовий реферат, оскільки його написання передбачає роботу не з одним, а з декількома джерелами. Алгоритм роботи зі складання означеного реферату передбачає таку послідовність дій: 1. Детально ознайомтеся з текстами, на матеріалі яких будете

працювати над оглядовим рефератом. 2. Поміркуйте, яке із декількох опрацьованих джерел надалі стане основним, оскільки найбільш повно передає потрібну інформацію. 3. Визначте, яка допоміжна інформація з інших реферованих джерел доповнить основне джерело. 4. У процесі реферування уникайте дублювання текстової інформації. 5. Працюючи над мовним оформленням оглядового реферату, зробіть необхідні трансформації зі скорочення базового тексту з повним збереженням його інформативності.

Звертаємо увагу здобувачів освіти, що, складаючи реферат, вони мають висвітлити своє бачення щодо досліджуваної проблеми, критично аналізуючи реферовані джерела. За обсягом реферат становить не менше 10-12 друкованих сторінок. Бібліографічний опис опрацьованої літератури подаємо за державним стандартом ДСТУ 8302:2015. На титульному аркуші реферату необхідно вказати такі обов'язкові відомості: назву міністерства, у підпорядкуванні якого знаходиться заклад; назву закладу, у якому навчається здобувач освіти; назву кафедри, на якій виконано роботу; тему реферату; відомості про здобувача освіти (його факультет, навчальну групу, прізвище та ініціали); місце й рік.

Уміння й навички реферування допоможуть студентам на належному рівні опрацьовувати літературу за профілем майбутньої спеціальності, знаходити, систематизувати й узагальнювати в текстовому матеріалі основну інформацію щодо проведеного автором (колективом авторів) наукового дослідження (статей, монографій, рукописів тощо), а найголовніше – сприятимуть самостійній науково-дослідницькій діяльності здобувачів вищої освіти.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження дозволило встановити, що робота з науковими текстами у процесі мовної підготовки здобувачів вищої освіти на заняттях з курсу «Українська мова за професійним спрямуванням» є важливим чинником формування мовнокомунікативної компетенції фахівця. Проаналізовано особливості етапів компресії таких вторинних наукових текстів, як: план, тези, реферат. Окреслено призначення різних видів плану (розгорнутого, питального, номінативного й цитатного). Розглянуто види тез (відібрані автором цитати з першоджерела та

передані власними словами найважливіші його положення), з'ясовано відмінність плану й тез. Описано специфічні особливості різних видів реферату (інформативного, індикативного, оглядового).

Створення текстів цих жанрів наукового стилю за вказаною в статті технологією сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти необхідних умінь і навичок аналітико-синтетичного перероблення тексту-оригіналу. Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробленням технології складання анотації фахового тексту.

Список використаних джерел:

1. Галузинська Л. І., Науменко Н. В., Колосюк В. О. Українська мова (за професійним спрямуванням): навчальний посібник. Київ: Знання, 2008. 430 с.

2. Загнітко А. П., Данилюк І. Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2006. 480 с.

3. Мацюк З. О., Станкевич Н. І. Українська мова професійного спілкування: навчальний посібник. Київ: Каравела, 2005. 352 с.

4.Мацько Л. І., Кравець Л. В. Культура української фахової мови: навчальний посібник. Київ: ВЦ «Академія», 2007. 360 с.

5. Онуфрієнко Г. С. Науковий стиль української мови: навчальний посібник. Вид. 2-ге, перер. і допов. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 392 с.

6. Семеног О. М. Культура наукової української мови: навчальний посібник. Київ: ВЦ «Академія», 2010. 216 с.

7. Товканець О. С., Матейко О. Ю. Напрями інформатизації освітнього процесу в закладі загальної середньої освіти. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Педагогіка. Соціальна робота. 2020. Вип.1 (46). С. 128–131.

8. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням: підручник. Вид. 3-тє, випр. і доповн. Київ: Алерта, 2013. 696 с.

9. Шейко В. М., Кушнаренко Н. М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності: підручник. Вид. 5-те, стер. Київ: Знання, 2006. 307 с.

UDC 37.091.3.378

Tymoshchuk N. M., PhD in Philology, associate professor
ORCID https://orcid.org/0000-0001-5638-5825
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE

TEACHING ENGLISH FOR ACADEMIC PURPOSES: FLIPPED LEARNING APPROACH

The article researches the relevance and implementation of the Flipped Classroom model in English for Academic Purposes courses within Ukrainian higher education institutions. It analyzes scholarly approaches to this educational technology and outlines its key principles, advantages, and stages of implementation. The paper presents the experience of the Department of Foreign Philology and Translation at VITE SUTE in applying the FC model using the Moodle platform.

Keywords: *flipped classroom, English for Academic Purposes, digital learning, Moodle, pedagogical innovations.*

Statement of the problem. The growing internationalization of universities and the fact that English is becoming the *lingua franca* of international academic and scientific communication make English for Academic Purposes (EAP) courses more and more critical in educational programs. The ability to understand and produce academic texts in English is a key component of the research competence of master's students. With today's students belonging to the virtual world, implementing a teaching method tailored to their interests is essential for its success, as embracing digital learning may engage 21st-century students. The task of higher education institutions lies in developing and implementing new teaching approaches, the practical application of which will improve the quality of training of future specialists and ensure their competitiveness in the modern labor market.

Analysis of recent research and publications. Flipped classroom (FC) as educational technology is a relatively new phenomenon in Ukraine, attracting increased interest from national and foreign scholars. Over the past decade, scientific

research on theoretical and practical aspects of the implementation of this innovative educational technology has been carried out by such foreign scholars as M. Andrade, J. Bergmann, J. Baker, S. Brame, A. Evseeva, A. Sams, A. Solozhenko, J. Strayer, K. Samsung, B. Tucker, E. Westermann, etc. The Ukrainian pedagogical community, through the scientific works of O. Volnevych, N. Havryliuk, N. Ivanytska, O. Osaulchyk, I. Piankovska, O. Kuzminska, L. Dovhan, I. Stoliarenko, N. Prykhodkina, and T. Yarmolchuk, has contributed to the problem of implementing the analyzed educational technology in Ukrainian higher education institutions.

The article **analyzes** the features and feasibility of implementing the FC model for teaching English for Academic Purposes.

Results and discussion. In Ukraine, FC technology is being actively researched and gradually implemented in higher education institutions. Yuliia Klymovych has analyzed the semantic structure of the researched concept in the scientific works of domestic and foreign scholars and defined it as an 'innovative pedagogical technology that involves the independent acquisition of professionally significant knowledge and skills based on an educational online platform and collaborative interaction between learners and the teacher during classroom sessions' [8, p. 8].

According to the FC model, the students have to search for new information and learn new materials before the classroom activities using literature sources, video, and audio resources provided by the teacher on the particular topic. Thus, classroom activities are devoted to forming practical speaking, reading, and writing skills. Within flipped learning, there can be distinguished 'three roles of the lecturer in the learning process; as a facilitator, an instructor, and a resource, while the roles of the learners were as recipients and as partners' [6, p. 26]. One of the benefits of this model is 'its attractiveness for people with different learning styles' [3, p. 13]. As a result, students get more motivated, responsible, active, and independent [4].

Researchers sought to illuminate the components of the FC model by dissecting the acronym FLIPPED. They elucidated that F signifies a 'flexible environment', L denotes a 'learning culture', I stands for 'intentional content', the first P represents 'professional educators', the second P denotes 'progressive networking activities', E

translates to an ‘engaging and effective learning experience’ and D encapsulates a ‘diversified and seamless learning platform’ [2]. This conceptual framework underscores the holistic nature of the FC model, emphasizing the integration of pedagogical adaptability, collaborative dynamics, and learner-centered strategies. The model aims to foster a cohesive educational system that enhances engagement and academic outcomes by aligning these components.

Researchers identify core principles of FC learning: thinking: flipped learning requires a radical redefinition of the teachers’ and students’ roles and the search for rational ways to increase the effectiveness of their interaction; time: successful implementation of FC model requires an investment of time, including support from school administrators and leaders; keep it simple: fostering more productive relationships between students and teachers to guarantee learning outcomes; professional development: the teachers’ willingness to use innovative technologies and training methods; technology: identifying the right technology, the right technology providers and securing the necessary technical training are crucial for FC successful implementing; take it global: increasing numbers of teachers and school leaders are flipping their classes; spreading flipped learning’s best thinking, best practices and best technologies worldwide.

Scholars [1] proposed a three-step process for implementing the flipped classroom model, comprising the pre-class, in-class, and post-class stages (Figure 1).

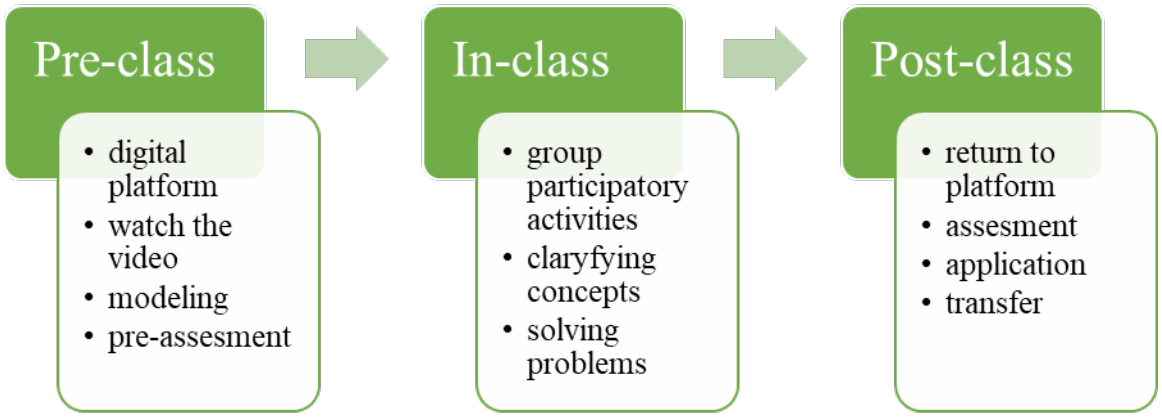


Figure 1 – Procedure for implementing FC

To implement these three stages, teachers need to ensure the following principles. The first principle is that instructors allow students to gain preliminary information before the class activity. Second, the instructor encourages students to watch online lectures and to be prepared before the class activity. Third, teachers organize assessment methods; Fourth, teachers link in-class and out-of-class activities. Fifth, teachers give unambiguous and well-organized instruction to students. Sixth, teachers supply students with enough time to complete the assignments. Seventh, teachers encourage students to build a learning community. Eighth, teachers give immediate feedback on individual or group work activities. Lastly, teachers provide students with familiar technologies they can easily access [5, p. 67].

Presenting the Department of Foreign Philology and Translation of VITE SUTE experience, it is worth noting that the teachers have successfully implemented many materials in the teaching process using the Moodle platform. Learning via the flipped classroom model, learners practice the knowledge gained at home from videos and gadgets, critically rethink theoretical material, develop interpersonal skills, make decisions independently, etc.

The FC model can be implemented in EAP classes as follows:

Pre-Class Activities. Watching & listening**.** Each video should last 10-15 minutes to engage learners and minimize their distractions. After each video, students complete a brief self-practice interactive quiz comprising true/false, multiple-choice, or fill-in-the-blank questions. These tasks are simple, as students can answer if they understand the content of the video. The videos and quizzes are uploaded to the e-learning platform (Moodle), where students can attempt them multiple times and receive immediate feedback on incorrect answers. Teachers monitor results to identify areas of difficulty before class. However, quizzes are not graded but are considered part of the students' attendance.

Reading**.** Students read a book chapter or a peer-reviewed journal article that complements the video content, varying in complexity to enhance comprehension and analytical skills.

Academic Vocabulary Activities**.** Students complete interactive exercises based on the Academic Word List (AWL) to expand their academic lexicon and are encouraged to incorporate newly learned vocabulary into their writing assignments [7].

In-Class Activities. Question and answer discussion (10-15 minutes). Each class begins with a discussion to verify that learners have watched the videos and read the necessary materials. Students are required to bring their notes and questions to participate actively. They first discuss their questions in small groups, followed by a teacher-monitored whole-class discussion to address challenging or complex questions.

In-class formative quiz (10-15 minutes). Quizzes are conducted using a game-based learning platform, Kahoot, enabling students to use their mobile phones to participate. These quizzes are interactive and are marked automatically, so teachers receive the students' grades in class on the screen.

Think-pair-share exercise (15 minutes). Students are presented with a problem individually before sharing their solutions with a partner. This exercise fosters such soft skills as critical thinking and collaborative problem-solving.

Group-work hands-on activity (30 minutes) is designed to engage students in a collaborative group activity to practice and apply the content they acquired before class.

Group presentations (10 minutes). Students deliver brief, two-minute presentations on the challenges they face. The teacher provides feedback during the presentation to help students improve and prepare for their final presentations [7].

After-Class Activities. A research article (summative assessment) is a problem-solution essay in which students analyze the causes and effects of a problem, evaluate previous solutions, and persuade the reader with their best solution. The learners must use the new vocabulary that they developed from the AWL.

Scientific publication review. Students use the academic vocabulary acquired in reviewing a journal article focusing on current course content to demonstrate that they have reached the intended learning objectives of the module.

Recorded video at the end of the semester. At the end of the semester, each student creates a video in which they teach the intended learning objectives of the module to a hypothetical class. The teacher watches the video and gives feedback to the student on parts that need to be reviewed or omitted due to misunderstandings or misconceptions [7].

Conclusions. Thus, the FC methodology is one of the modern pedagogical methods of teaching and organizing the educational process in higher education institutions. Its application is due to the need to consider the cognitive characteristics of a modern higher education student and the need for a capacious presentation of educational material in the form most convenient for its perception, understanding, assimilation, and memorization.

References:

1. Estes M., Ingram R., Liu J. A Review of Flipped Classroom Research, Practice, and Technologies. *International HETL Review*. 2014. Vol. 4. URL: https://www.hetl.org/a-review-of-flipped-classroom-research-practice-and-technologies/

2. Hamdan N., McKnight P. E., McKnight K., Arfstrom K. M. A review of flipped learning. 2013. URL: http://www.flippedlearning.org/review/ .

3. Hamdani M. Effectiveness of Flipped Classroom (FC) Method on the Development of English language learning of the high School Students in Ahwaz. *International Journal of Applied Linguistics & English Literature*. 2019. Vol. 8(2). P. 12-20.

4. Ivanytska N., Dovhan L., Tymoshchuk N., Osaulchyk O., Havryliuk N. Assessment of Flipped Learning as an Innovative Method of Teaching English: A Case Study. *Arab World English Journal*. 2021. Vol. 12 (4). P. 476-486. DOI: https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol12no4.31

5. Kim M. K., Kim S. M., Khera O., Getman J. The experience of three flipped classrooms in an urban university: an exploration of design principles. *The Internet and Higher Education*. 2014. Vol. 22. P. 37-50

6. Mahalli B., Nurkamto J., Mujiyanto J., Yuliasri I. The Implementation of Station Rotation and Flipped Classroom Models of Blended Learning in EFL. *Learning. English Language Teaching*. 2019. Vol. 12(12). P. 23-29.

7. Soliman N. A. Teaching English for academic purposes via the flipped learning approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2016. Vol. 232. P. 122-129.

8. Klymovych Yu. Yu. Formuvannia profesiinoi kompetentnosti maibutnoho filoloha zasobamy perevernutoho navchannia : dys. ... d. filosof : 015 [Formation of Future Philologist's Professional Competence through Flipped Learning: PhD Thesis] Zhytomyr Ivan Franko State University. Zhytomyr, 2024. 305 p [in Ukrainian].

УДК 81’322.4:81’255(045)

Ткачук Т. І., кандидат філологічних наук
ORCID https://orcid.org/0000-0002-4223-269X
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

АНАЛІЗ ПОМИЛОК СТУДЕНТІВ ПРИ ВИКОРИСТАННІ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ У РОБОТІ З ФАХОВИМИ ТЕКСТАМИ

У статті розглянуто проблематику використання машинного перекладу в освітньому процесі, зокрема під час опрацювання наукової та технічної термінології. Визначено стандартні помилки, що виникають через ігнорування контексту, стилістичних норм академічного мовлення та граматичних відмінностей між англійською й українською мовами. Обґрунтовано необхідність постредагування результатів машинного перекладу із залученням фахівця з урахуванням особливостей термінологічної системи. Запропоновано підходи до адаптації перекладених текстів відповідно до норм українського наукового дискурсу.

Ключові слова: *машинний переклад, термінологія, помилки перекладу, постредагування.*

Постановка проблеми. Зі стрімким розвитком технологій та інтеграцією машинного перекладу в освітній процес, особливо в навчання іноземних мов, дедалі більше студентів використовують автоматизовані системи для перекладу спеціалізованих текстів. Однак, попри високий рівень розвитку цих технологій, студенти зіштовхуються з численними труднощами, пов'язаними з точністю та адекватністю перекладу специфічної лексики. Важливою проблемою є те, що машинні системи часто не враховують контекстуальні особливості наукових чи технічних текстів, що призводить до помилок, які можуть суттєво змінити зміст повідомлення і спотворити термінологію.

Аналіз останніх досліджень та публікацій вказує на значне зростання інтересу до використання технологій машинного перекладу в навчанні іноземних мов. Так, Шокуров О., Чернявська С. та Немерцова О. розглядають типологію помилок у перекладі наукових термінів із використанням онлайн-ресурсів. Дубова О. та Юрченко І. вивчають використання і коригування машинного перекладу. Дужа-Задорожна М. та Качур Я. досліджують проблеми машинного перекладу засобами багатомовних паралельних корпусів. Натомість Мишко А., Гудманян А. та Брай А. проводять оцінку адекватності машинного перекладу письмових спеціалізованих текстів.

Метою статті є аналіз помилок студентів при використанні машинного перекладу для перекладу спеціалізованих текстів.

Виклад основного матеріалу. Узагальнення типології помилок у перекладі наукових термінів із використанням онлайн-ресурсів, здійснене у [1], охоплює широкий спектр як лінгвістичних, так і технологічних аспектів, що дозволяє більш детально розглянути проблеми точності та відповідності перекладу у різних контекстах наукової діяльності. У межах цього дослідження виокремлено три основні категорії перекладацьких помилок: 1) помилки, що суттєво спотворюють зміст повідомлення або спричиняють втрату інформації; 2) помилки, які потенційно можуть вплинути на розуміння тексту (зокрема, у разі невдалого вибору багатозначного слова); 3) незначні формальні відхилення (зокрема, граматичні, пунктуаційні чи орфографічні порушення). Основними

чинниками виникнення таких помилок є, зокрема, відсутність відповідників для новітніх термінів у мові перекладу, введення некоректного тексту користувачем, ігнорування мовленнєвого контексту, хибна інтерпретація омонімів, а також недостатнє врахування особливостей термінологічної системи.

Відтак, прикладом складності перекладу термінологічних одиниць є переклад слова *compound*, яке в загальному контексті може означати *«суміш»* або *«сполуку»*, проте в юридичному дискурсі позначає *«досудове врегулювання»*. Машинний перекладач, не маючи доступу до ширшого контексту, часто обирає перший варіант, що призводить до зміщення змісту в спеціалізованому тексті. Подібні випадки демонструють необхідність контекстуалізованої оцінки результату перекладу, яку має здійснювати фахівець-перекладач або викладач у процесі навчання студентів, що користуються машинними інструментами.

Крім того, студенти при перекладі з англійської мови часто не враховують стилістичні особливості наукового жанру, внаслідок чого автоматично запроваджуються структури, властиві розмовному або загальнонауковому мовленню. Наприклад, речення англійською *“This paper tries to show the impact of...”* студент нерідко перекладає як *«Ця стаття намагається показати вплив...»*, що є калькою, неприйнятною в українському науковому стилі. Коректним варіантом має бути *«У статті проаналізовано вплив...»*, що відповідає вимогам академічної комунікації українською мовою.

До характерних прикладів таких недоліків належать випадки, коли система машинного перекладу не розрізняє загального й спеціального значення терміна, наприклад, перекладаючи англійське *sentence* як *«речення»* замість *«судове рішення»*. Також стандартними є помилки при передаванні абревіатур або одиниць виміру. У науковому дискурсі особливої небезпеки набуває неточне відтворення спеціалізованої лексики, зокрема неологізмів та професіоналізмів, переклад яких часто вимагає використання описових конструкцій або експлікацій. Додаткову групу помилок становлять випадки порушення термінологічної узгодженості у межах одного документа, що зумовлює потребу в застосуванні технологій пам’яті перекладів.

У контексті навчальної практики було виявлено, що студенти часто застосовують машинний переклад без наступного редагування. Так, у перекладі технічного тексту *“power grid failures may cause equipment overheating”*, системою було запропоновано: *«відмови в електромережі можуть спричинити перегрів обладнання»*, що формально є правильним, однак потребує адаптації відповідно до усталеної української технічної термінології, де доцільніше використати *«порушення в роботі електромережі можуть призвести до перегріву устаткування»*. Такий приклад засвідчує потребу в науково обґрунтованому підході до постредагування, заснованому на аналізі корпусів спеціалізованих текстів.

Наступним етапом доцільно вважати редагування омонімів, зважаючи на нездатність машинних перекладачів розрізняти їхні контекстуальні або стилістичні відтінки, а також адекватно обирати значення з-поміж варіантів, притаманних суміжним науковим або технічним галузям. Крім того, через істотні відмінності в граматичних структурах англійської та української мов, другою за поширеністю категорією помилок є граматичні порушення. Найчастішими серед них є некоректне відтворення пасивних конструкцій, неправильний вибір часових форм, спричинений різницею в морфологічному вираженні граматичних категорій виду і часу, а також хибний переклад артиклів, які в англійській мові позначають означеність або неозначеність і потребують функціонального еквівалента в українській мові.

Окремо слід наголосити на необхідності синтаксичного редагування перекладеного тексту, що обумовлено розбіжностями у структурі простих і складних речень між англійською та українською мовами. Застосування відповідних граматичних трансформацій забезпечує не лише формальну відповідність, а й адекватне відтворення змісту вихідного тексту згідно з нормами мови перекладу [2, с. 10-11].

У цьому контексті особливої уваги потребує аналіз стандартних синтаксичних трансформацій, необхідних для забезпечення відповідності між англомовною структурою речення та її українським еквівалентом. До поширених

випадків належить необхідність переструктурування речень із дієприкметниковими зворотами, що є стандартними для наукового стилю англійської мови, але маловживаними в українському фаховому дискурсі. Наприклад, речення *"The data collected during the experiment confirmed the hypothesis"* за допомогою машинного перекладу часто трансформується в некоректну конструкцію *«Дані, зібрані під час експерименту, підтверджено гіпотезу»*, що потребує редагування для граматичної узгодженості та стилістичної нормативності. Оптимальним варіантом у цьому випадку є: *«Дані, зібрані під час експерименту, підтвердили гіпотезу.»*

Дослідження також засвідчують наявність низки системних помилок, зокрема таких, як ігнорування полісемії, стилістичних і контекстуальних маркерів, некоректний переклад складних мовних конструкцій і скорочень, а також граматичні порушення, пов'язані з неправильним узгодженням і керуванням. Окремо було встановлено проблему відсутності уніфікованих принципів транскрибування латинських власних назв кирилицею, що ускладнює коректне їх передавання в системах машинного перекладу [3, с. 114]. Крім того, машинні перекладачі часто не враховують специфіку позиційного порядку слів у складнопідрядних реченнях, що призводить до порушення логіки викладу. Зокрема, речення англійською *"Although the results were inconclusive, the method remains widely used"* може бути відтворене як *«Хоча результати були непереконливими, метод залишається широко використовуваним»*, що у формальному плані правильне, однак у науковому стилі української мови доречніше переформулювання: *«Попри те, що результати виявилися непереконливими, метод продовжують широко застосовувати.»* Така трансформація відповідає синтаксичним нормам українського наукового мовлення, зберігаючи інформативну насиченість та стилістичну нейтральність.

До числа складних випадків, які регулярно фіксуються в роботах студентів, належать також помилки в перекладі складених іменників або термінів, властивих технічній чи науковій термінології. Наприклад, вираз *"energy-efficient building solutions"* у машинному перекладі часто подається як *«енергія-*

ефективні рішення будівлі», що не лише граматично некоректно, а й спотворює фахове значення. Виправлений варіант має виглядати як *«енергоефективні архітектурні рішення»* або *«енергоощадні будівельні технології»*, залежно від контексту. Такий підхід передбачає залучення фонових знань у відповідній галузі та застосування термінологічних баз даних, що значно знижує ризик семантичної неточності.

Водночас особливої уваги заслуговує питання перекладу фразеологічних одиниць та усталених термінологічних зворотів. Наприклад, термін *"cutting-edge technologies*", який часто передається як *«ріжучі технології»*, потребує корекції на *«передові технології»*. Такий приклад засвідчує обмеженість семантичного аналізу, здійснюваного машиною, і потребує втручання фахівця-перекладача, обізнаного як у мовному, так і у предметному аспекті тексту.

Загалом, переклади, здійснені за допомогою систем Google Translate і DeepL, демонструють приблизно однаковий рівень якості. При цьому Google Translate виявляє дещо вищу точність у передачі термінології, тоді як DeepL показує кращі результати в обробці граматичних конструкцій. Попри це, обидві системи схильні до дослівного перекладу без урахування контексту, що зумовлює стилістичні огріхи. Неточний добір лексичних одиниць призводить до зміни змісту повідомлення, а граматичні помилки – до порушення синтаксичної структури речень перекладу [4, с. 71].

Між зазначеними системами машинного перекладу спостерігаються й відмінності у способі обробки спеціалізованої лексики, зокрема у текстах технічного чи юридичного спрямування. Наприклад, у фразі *"The agreement shall enter into force upon signature by both parties"*, Google Translate може запропонувати переклад *«Угода набирає чинності після підписання обома сторонами»*, що є адекватним. Натомість DeepL іноді замінює конструкцію на менш точну, наприклад: *«Угода вступає в силу після того, як її підпишуть обидві сторони»*, що, хоча і граматично правильне, не зовсім відповідає стилістичним нормам офіційно-ділового стилю української мови, прийнятим у юридичній практиці. Така варіативність результатів засвідчує необхідність ретельного стилістичного й термінологічного редагування текстів, перекладених із використанням автоматизованих засобів.

Крім того, стандартною помилкою студентських перекладів є дослівне відтворення англійських складних прикметників, що часто порушує норму українського словотворення. Наприклад, переклад словосполучення *"user-friendly interface"* як *«користувач-дружній інтерфейс»* є прямою калькою, яка не має нормативного вжитку в українській технічній мові. Правильним варіантом буде *«зручний для користувача інтерфейс»*. Такі приклади засвідчують обмеженість семантичної гнучкості машинного перекладу та потребу у критичному аналізі результатів, особливо в межах перекладу галузевих текстів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, аналіз стандартних помилок, зокрема у передаванні термінів, граматичних конструкцій та стилістичних особливостей, засвідчує обмеженість автоматизованих систем у сфері академічного перекладу без залучення фахової постредакції. У цьому контексті доцільним є поєднання технологічних інструментів із педагогічним супроводом, спрямованим на формування компетентностей критичної оцінки результатів машинного перекладу та навичок їх адекватного редагування.

Наступні дослідження повинні зосередитися на розробці методів поєднання машинного перекладу з навчанням, що допоможе студентам ефективно використовувати ці технології для академічного перекладу та редагування.

Список використаних джерел:

1. Шокуров О. В., Чернявська С. М., Немерцова О. Є. Типологія помилок у перекладі наукових термінів із використанням онлайн-ресурсів. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Т. 3, Вип. 27. С. 155-161.

2. Дубова О. А., Юрченко І. В. Використання і коригування машинного перекладу. *Гуманітарний вісник НУК*. 2022. Вип. 14. С. 9-12.

3. Дужа-Задорожна М. П., Качур Я. І. Дослідження проблем машинного перекладу засобами багатомовних паралельних корпусів. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2024. № 210. С. 108-115.

4. Мишко А., Гудманян А., Брай А. Оцінка адекватності машинного перекладу письмових спеціалізованих текстів. *Advanced Linguistics*. 2023. № 12. P. 66-77.

УДК 004.8:81’322.4:811.111(045)

Шостак У. В., кандидат психологічних наук
ORCID https://orcid.org/0000-0002-3258-2098
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ У ЗМІШАНОМУ НАВЧАННІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У статті розглянуто перспективи впровадження штучного інтелекту та машинного перекладу в змішаному навчанні англійської мови в контексті професійної підготовки. Акцент зроблено на адаптивності цифрових освітніх платформ, їх здатності до індивідуалізації змісту навчання та розвитку мовних навичок у фаховому контексті. Показано доцільність використання таких технологій у викладанні бізнес-англійської, зокрема для формування міжкультурної та професійної комунікативної компетентності. Окрему увагу приділено потенціалу інструментів штучного інтелекту в автоматизованому оцінюванні знань і створенні автентичного мовного середовища.

Ключові слова: *штучний інтелект, машинний переклад, змішане навчання, англійська мова, комунікація.*

Постановка проблеми. Інтеграція штучного інтелекту та машинного перекладу у викладання англійської мови ставить перед науковою спільнотою низку актуальних питань. Зокрема, існує потреба в дослідженні ефективності цих технологій у поєднанні з традиційними методами навчання та їх впливу на рівень володіння мовою студентів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Останні дослідження і публікації (Мартинюк О. [1], Калько Р., Декусар Г., Лагун К. [2], Романишин І., Чухно Т., Фийса Н. [3], Красуля А., Турчина М. [4]) підкреслюють зростаюче значення ШІ та машинного перекладу у викладанні іноземних мов, особливо в контексті вищої освіти.

Метою статті є вивчення перспектив використання штучного інтелекту та машинного перекладу у змішаному навчанні англійської мови.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах цифровізації освітнього процесу значного поширення набувають системи навчання іноземних мов на основі штучного інтелекту (ШІ), які забезпечують новий рівень адаптивності та індивідуалізації освітнього середовища. Такі системи використовують рекомендаційні алгоритми з метою підвищення ефективності освітнього процесу, моніторингу динаміки засвоєння знань і адаптації змісту навчального матеріалу відповідно до особистих потреб здобувачів освіти. Засоби обробки природного мовлення, інтегровані в ці системи, сприяють удосконаленню фонетичних навичок, зокрема вимови. Водночас інтелектуальні репетитори забезпечують індивідуалізоване освітнє середовище, в якому враховується темп і рівень підготовки кожного студента, а також моделюються ситуації реальної мовленнєвої взаємодії, що сприяє розвиткові словникового запасу, граматичних структур і фонетичної компетентності [1, с. 66].

Значущим аспектом є також застосування таких систем у професійній підготовці майбутніх фахівців у галузі міжнародної торгівлі, де ефективна міжкультурна комунікація англійською мовою є необхідною умовою успішного укладання контрактів, ведення перемовин і складання ділової документації. З огляду на складність і динамічність сучасного зовнішньоекономічного середовища, особливого значення набуває здатність студентів оперативно орієнтуватися в англомовних джерелах, нормативно-правових актах та аналітичних матеріалах. У цьому контексті системи на базі ШІ, інтегровані у навчальні платформи, забезпечують автоматизовану термінологічну підтримку, а також можливість порівняльного аналізу еквівалентів у різних контекстах, що є важливим при вивченні специфіки ділової лексики.

У межах економічної освіти такі інструменти доцільно використовувати при опрацюванні термінологічно складних тем, зокрема «умови Інкотермс», «форми міжнародних розрахунків», «контрактне право» або «аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства», оскільки це сприяє

формуванню глибокого розуміння функціональної специфіки галузевої лексики та її варіативного вживання у професійних ситуаціях. Наприклад, за допомогою інтерактивних чат-ботів або машинного перекладу студенти можуть моделювати переговори про поставки з урахуванням комунікативних норм ділового дискурсу, що дає змогу не лише покращити володіння мовою, а й підготуватися до реальних професійних викликів у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Крім того, інтеграція таких інструментів у дисципліни економічного спрямування дозволяє ефективно поєднувати мовну підготовку з аналітичними вміннями, необхідними для розуміння фінансової та контрактної документації, що підвищує готовність випускників до роботи у глобалізованому діловому середовищі.

У цьому контексті традиційні методи викладання іноземних мов, попри їх історичну значущість, дедалі частіше сприймаються як ресурсоємні й менш гнучкі щодо індивідуальних освітніх траєкторій. Їх застосування, як правило, передбачає використання значного обсягу додаткових матеріалів і не завжди відповідає сучасним вимогам до персоналізації навчання. Натомість цифрові інструменти на базі ШІ надають можливість формувати індивідуалізовані навчальні плани, що враховують актуальний рівень знань і темпи засвоєння інформації. Такі системи дозволяють автоматизовано відстежувати освітній прогрес і забезпечувати подальше подання матеріалу відповідно до потреб конкретного студента, що значно підвищує ефективність засвоєння [2, с. 183].

Особлива ефективність застосування таких підходів виявляється у змішаному навчанні англійської мови. Такий підхід дозволяє інтегрувати засоби ШІ в процес формування практикоорієнтованих мовленнєвих навичок, зокрема в галузі читання та перекладу фінансової документації, інтерпретації бізнесової інформації, а також укладання й аналізу ділового листування, де особливого значення набувають точність термінології та контекстуальна адекватність лексичних одиниць.

У таких випадках адаптивні навчальні модулі на базі ШІ демонструють підвищену функціональну ефективність, оскільки забезпечують можливість

оперативного реагування на індивідуальні освітні потреби, автоматичного добору навчальних матеріалів відповідно до рівня мовної компетентності, фахового профілю здобувача освіти та частотності вживання лексем у професійній комунікації. Унаслідок цього створюються умови для цілеспрямованого засвоєння термінологічного апарату та дискурсивних особливостей англійської мови у фаховому контексті. Наприклад, у підготовці майбутніх економістів або менеджерів зазначені технології здатні формувати навчальні завдання на основі автентичних фінансових звітів, бізнес-аналітичних оглядів чи комерційних контрактів, що сприяє підвищенню навчальної мотивації та формуванню прикладних професійно-мовленнєвих компетентностей.

Перспективи впровадження інноваційних методів навчання та інструментів ШІ у викладанні англійської мови у закладах вищої освіти є ключовими для модернізації освітнього процесу. Насамперед, йдеться про підвищення ефективності навчання за рахунок інтеграції віртуальних інтерактивних платформ, які сприяють зростанню мотивації та залученості студентів. Другим важливим аспектом є індивідуалізація освітніх підходів: системи на базі ШІ дозволяють гнучко адаптувати зміст навчального матеріалу до когнітивних і комунікативних потреб кожного здобувача освіти. Третім чинником є створення сприятливого освітнього середовища, де застосування технологій забезпечує інтенсивне занурення у мовне середовище, стимулюючи активне використання мови на практиці [3].

У прикладному аспекті це може бути реалізовано через курси з бізнес-англійської, що поєднують мовну підготовку з оволодінням ключовими навичками професійної комунікації в сфері міжнародної торгівлі. Застосування змішаного навчання у таких курсах дає змогу студентам активно долучатися до моделювання стандартних професійних ситуацій, зокрема проведення презентацій товарів і послуг, ведення переговорів з іноземними партнерами, участі в міжнародних тендерах та укладання контрактів на постачання продукції. Такий підхід сприяє формуванню стійких практичних навичок комунікації в англомовному діловому середовищі, а також забезпечує інтеграцію мовних знань у конкретні галузеві контексти, що є важливим елементом підготовки висококваліфікованих фахівців.

Крім того, застосування таких підходів дозволяє наблизити освітній процес до реальних умов функціонування ринку, оскільки передбачає роботу з автентичними матеріалами, стандартними формами ділової документації та ситуативно змодельованими кейсами, що відображають сучасні практики ведення зовнішньоекономічної діяльності. Така методика навчання стимулює розвиток міжкультурної компетентності, критичного мислення та вміння адаптуватися до швидкозмінного комунікативного середовища глобалізованого бізнес-простору. У результаті здобувачі освіти не лише поглиблюють знання з англійської мови, а й формують здатність до ефективної взаємодії в умовах реальної професійної діяльності.

Крім того, застосування цифрових рішень сприяє розвитку основних мовленнєвих умінь через моделювання автентичних ситуацій спілкування. Широке використання онлайн-ресурсів і мобільних додатків на базі ШІ забезпечує глобальну доступність до якісного навчального контенту, що є особливо важливим для студентів вищої та фахової передвищої освіти. Створення віртуальних сценаріїв і впровадження чат-ботів сприяє набуттю практичного досвіду міжособистісної взаємодії. Також варто відзначити потенціал інструментів ШІ у сфері оцінювання: детальний аналіз освітніх результатів і забезпечення об’єктивного зворотного зв’язку створюють умови для формування адаптивного освітнього процесу[3].

Для студентів економічного профілю інтеграція англомовного ділового листування та практики участі у віртуальних торгових ярмарках англійською мовою виступає одним із ключових чинників формування професійно орієнтованої комунікативної компетентності. Такий підхід не лише сприяє розвитку мовленнєвих навичок у сфері ділового спілкування, а й забезпечує адаптацію здобувачів вищої освіти до сучасних форматів цифрової взаємодії, що дедалі активніше впроваджуються у міжнародній економічній практиці.

Участь у симульованих або реальних віртуальних ярмарках дозволяє студентам відпрацювати презентацію товарів і послуг, вести перемовини з іноземними партнерами, реагувати на запити клієнтів та готувати супровідну

документацію англійською мовою відповідно до міжнародних стандартів ділового листування. У результаті такої інтеграції майбутні економісти опановують не лише лексику і стиль ділового мовлення, а й здобувають практичний досвід репрезентації продукції підприємства в конкурентному середовищі глобального ринку.

Крім того, системне поєднання мовного та професійного компонентів навчання сприяє формуванню здатності до стратегічного мислення, оскільки здобувачі вчаться враховувати комунікативні, культурні та економічні чинники у процесі міжмовної взаємодії.

Окремої уваги заслуговує використання інструментів автоматизованого перекладу (CAT-систем) у підготовці майбутніх перекладачів. Результати порівняльного аналізу таких систем, як Trados Studio, SmartCAT та MemoQ, засвідчують доцільність їх поетапного впровадження в освітній процес. Зокрема, хмарна система SmartCAT, не поступаючись у функціональності іншим платформам, вирізняється зручним інтерфейсом, доступністю для початківців і наявністю вбудованого навчального модуля. Такий підхід дозволяє ефективно поєднувати професійну діяльність перекладача із можливостями машинного перекладу, що сприяє зростанню продуктивності роботи [4, с. 112].

З огляду на зростання обсягів перекладів у сфері міжнародної торгівлі володіння CAT-системами набуває особливої цінності. Наприклад, інтеграція баз термінології, пов’язаної з договорами постачання та ЗЕД-документацією, дозволяє забезпечити високу точність перекладу та скоротити час виконання замовлень.

Сьогодні володіння CAT-системами дедалі частіше є обов’язковою умовою працевлаштування у сфері письмового перекладу. Попит на фахівців, здатних ефективно використовувати такі інструменти, зростає, що зумовлює потребу в оновленні освітніх програм. Очікується, що у перспективі CAT-системи як інструменти ШІ набудуть ще ширшого функціонального потенціалу. Розширення обсягів перекладацьких баз, удосконалення алгоритмів обробки текстів та підвищення обчислювальної потужності сприятимуть подальшому розвитку комп’ютерного перекладу як у теоретичному, так і в прикладному аспектах [4, с. 112].

Зокрема, у сфері зовнішньоекономічної діяльності перспективним є створення спеціалізованих мовних модулів для перекладу документів відповідно до норм ЄС, що дозволить адаптувати національний експортний потенціал до міжнародних стандартів комунікації та підвищить рівень мовної безпеки контрактних відносин.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, впровадження інструментів ШІ в процес навчання англійської мови у вищій освіті, зокрема у професійно орієнтованих курсах для майбутніх фахівців міжнародної торгівлі, створює нові умови для поєднання лінгвістичної та галузевої компетентностей. Системи на базі ШІ забезпечують адаптивність і персоналізацію навчання, сприяють розвитку міжкультурної комунікації та дозволяють моделювати професійні ситуації, наближені до реальних умов зовнішньоекономічної діяльності. Внаслідок цього зростає ефективність мовленнєвої підготовки, формуються прикладні аналітичні навички та підвищується готовність здобувачів освіти до комунікативної взаємодії у глобалізованому бізнес-середовищі.

Перспективи подальших досліджень пов’язані з розробленням моделей використання ШІ у фаховому навчанні англійської мови для формування комунікативної компетентності.

Список використаних джерел:

1. Мартинюк О. Інструменти ШІ у викладанні іноземних мов: переваги і недоліки в українській та зарубіжній практиці. *Comparative Professional Pedagogy*. 2024. № 14(2). С. 65-73.

2. Калько Р. М., Декусар Г. Г., Лагун К. Д. Теоретичні та практичні засади використання методів штучного інтелекту при вивченні іноземних мов у ЗВО. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2024. № 208. С. 181-187.

3. Романишин І. М., Чухно Т. В., Фийса Н. В. Трансформація методів навчання й викладання англійської мови у вищій школі: використання штучного інтелекту, аналіз впливу, перспективи. *Академічні візії*. 2023. № 24. URL: https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/645

4. Красуля А., Турчина М. Використання інструментів штучного інтелекту: порівняльний аналіз систем автоматизованого перекладу. *Львівський філологічний часопис*. 2020. № 8. С. 108-113.

УДК 811.112.2'25:6

Яблочнікова В. О.
ORCID https://orcid.org/0000-0002-9479-1418
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ЯК ЗМІНЮЄТЬСЯ РОЛЬ ПЕРЕКЛАДАЧА В ЦИФРОВУ ЕПОХУ?

У статті аналізується трансформація професії перекладача під впливом технологічних інновацій, зокрема розвитку штучного інтелекту та автоматизованих систем перекладу. Особливу увагу приділено необхідності адаптації освітніх програм до нових реалій, зокрема підготовці майбутніх перекладачів до роботи з сучасними технологіями. Підкреслюється важливість збереження людського фактору в перекладі, зокрема творчого підходу та культурної чутливості, які не можуть бути повністю замінені автоматизованими системами. Стаття також обговорює нові можливості та виклики, що постають перед перекладачами в умовах цифровізації, та наголошує на необхідності постійного професійного розвитку та освоєння нових інструментів.

Ключові слова: *машинний переклад (МП), автоматизований переклад (АП), CAT-система, штучний інтелект (ШІ), навчання перекладу, комп'ютерні технології в галузі перекладу.*

Постановка проблеми. У цифрову епоху професія перекладача переживає глибокі трансформації під впливом технологічних інновацій. Інтеграція штучного інтелекту та автоматизованих систем перекладу значно змінила традиційні методи роботи, що ставить перед перекладачами нові виклики та можливості. З одного боку, автоматизовані системи перекладу, зокрема нейронні

мережі, значно підвищили швидкість та обсяг обробки текстів. Це дозволяє знижувати витрати та прискорювати процеси, особливо при роботі з великими обсягами інформації. Однак, незважаючи на значний прогрес, ці системи часто не здатні точно передавати культурні нюанси, ідіоми та емоційний контекст, що є критичними в багатьох сферах, таких як маркетинг, література, право та медицина.

З іншого боку, зростаюча роль технологій у перекладі вимагає від фахівців не лише мовних знань, а й умінь працювати з сучасними інструментами, такими як системи комп'ютерної допомоги в перекладі (CAT), пам'яті перекладу та інтерфейси для спільної роботи. Це призводить до необхідності переосмислення традиційних підходів до підготовки перекладачів, включаючи інтеграцію нових навичок у навчальні програми та розвиток міждисциплінарних компетенцій.

Таким чином, постає питання: як зберегти високу якість перекладу та культурну чутливість в умовах цифровізації, одночасно інтегруючи новітні технології у професійну діяльність перекладачів? Ця проблема вимагає комплексного підходу, що включає технологічні, освітні та етичні аспекти, для забезпечення ефективної та відповідальної практики перекладу в цифрову епоху.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Явище та потенціал ШІ в сучасному світі досліджували С. С. Дєнєжніков, В. А. Ємєлін, Р. С. Ісламов, Н. О. Кустра, Д. В. Лубко, Ю. В. Нікольський, П. Норвіг, О. М. Павлюк, В. В. Пасічник, У. В. Поліщук, С. Рассел, Р. О. Ткаченко, А. Г. Фомін, С. В. Шаров, Ю.М. Щербина, Л.Н. Ясницький, B.J. Copeland та ін. Використання ШІ у засобах машинного та автоматизованого перекладу досліджували такі вчені, як: А. Д. Андреєва, В. В. Воронович, Л. С. Івашкевич, І. Л. Меншиков, А. А. Мокрушин, В. Н. Шевчук, Л. Ю. Щіпицина, L. Bowler, M. Barlow, D. Kenny, A. Way, та ін. Особливості впровадження технологій ШІ в процес підготовки перекладачів у ЗВО вивчали С. М. Амеліна, Т. Б. Виноградова, В. Д. Ігнатенко, А. А. Ізюмов, В. П. Коцюбинський, А. Б. Кутузов, Н. В. Нечаєва, Е. В. Піванова, С. Ю. Свєтова, М. М. Степанова, Н. М. Соболь, Р. О. Тарасенко, А. С. Ольховська та ін.

Метою статті є всебічний аналіз змін, які відбуваються в ролі перекладача в умовах цифрової епохи, зокрема під впливом технологічних інновацій, таких як штучний інтелект (ШІ), автоматизовані системи перекладу та комп'ютерно-допоміжні інструменти. Стаття прагне дослідити, як ці технології трансформують професійну діяльність перекладачів, їхні функції та вимоги до кваліфікації.

Особливу увагу буде приділено аналізу впливу цифровізації на освітні програми підготовки перекладачів, а також на етичні та культурні аспекти професії. Зокрема, стаття має на меті:

1. Оцінити вплив технологічних інновацій на професійну діяльність перекладачів, зокрема на їхні функції, обов'язки та кваліфікаційні вимоги.

2. Дослідити зміни в освітніх програмах підготовки перекладачів, зокрема інтеграцію новітніх технологій у навчальний процес.

3. Визначити нові ролі та можливості для перекладачів у контексті цифровізації, зокрема в сфері локалізації, транскреації та консалтингу з ШІ.

4. Розглянути етичні та культурні виклики, що постають перед перекладачами в умовах цифрової трансформації.

5. Надати рекомендації щодо адаптації професії перекладача до нових умов, зокрема щодо розвитку необхідних компетенцій та навичок.

Таким чином, стаття спрямована на глибоке розуміння процесів, що відбуваються в професії перекладача в умовах цифрової епохи, та на розробку рекомендацій щодо ефективної адаптації до цих змін.

Виклад основного матеріалу. Поняття штучного інтелекту (ШІ) (від англ. *Artificial intelligence (AI)*) позначає науковий напрямок на стику інформатики, філософії, кібернетики, психології, математики, фізики, хімії і т.д. Це розділ інформатики та комп’ютерної лінгвістики, який вивчає формалізацію проблем та завдань, подібних до дій, що виконує людина [1].

ШІ зазвичай позначає здатність обчислювальної системи виконувати завдання, властиві інтелекту людини, наприклад завдання логічного висновку і навчання. До ШІ в галузі перекладу належить явище автоматизованого перекладу (АП).

В англомовній термінології спостерігається використання різних термінів на позначення цього явища, а саме – *“machine translation”, “MT”* (повністю автоматичний переклад) і *“machine-aided” або “machine-assisted translation” (“MAT”)* (автоматизований переклад) [1].

Доцільно розрізняти поняття «машинного перекладу» та «автоматизованого перекладу». Термін «автоматизований переклад» позначає такий тип перекладу, при якому комп’ютерна програма лише допомагає людині перекладати тексти, тоді як у випадку машинного перекладу весь процес здійснюється програмою майже без участі людини. АП передбачає такі форми взаємодії:

− частково АП: наприклад, використання перекладачем-людиною комп’ютерних словників;

− системи з поділом праці: комп’ютер навчений перекладати тільки фрази з жорстко заданою структурою (але такий переклад не потребує подальшого редагування людиною), тоді як весь інший текст, який не підпадає під задану схему, перекладає людина [2].

Попри автоматизацію багатьох аспектів перекладу, роль перекладача залишається критично важливою. Перекладачі виконують функцію постредагування машинного перекладу, що дозволяє підвищити точність та адекватність тексту. Вони також відповідають за врахування культурних та контекстуальних нюансів, що є складними для автоматичних систем. Таким чином, перекладачі виступають як міст між технологіями та людським сприйняттям, забезпечуючи якість та відповідність перекладу вимогам замовника.

Зміни в технологіях вимагають адаптації освітніх програм підготовки перекладачів. Необхідно інтегрувати навчання роботі з CAT-інструментами, розпізнаванням голосу та оптичним розпізнаванням символів (OCR) у навчальний процес. Це дозволить майбутнім перекладачам ефективно використовувати сучасні технології та забезпечити високу якість перекладу. Однак, попри важливість технічних навичок, не слід забувати про розвиток мовної чутливості, критичного мислення та культурної компетентності, які залишаються основою професії [2].

Цифровізація перекладу ставить нові етичні та культурні виклики. Машинний переклад може не враховувати культурні контексти, що може призвести до втрати значення або навіть до непорозумінь. Перекладачі повинні бути свідомими цих ризиків та активно працювати над збереженням культурних особливостей у процесі перекладу. Також важливо забезпечити прозорість у використанні технологій, щоб уникнути зловживань та зберегти довіру користувачів до перекладацьких послуг [3].

На сьогодні спостерігається динамічне зростання цифрової освіти та, як наслідок, виникає нагальна потреба у розробці принципово нових освітніх технологій та навчальних курсів, які будувалися б на вимогах та викликах глобалізаційного суспільства та враховували можливості сучасних студентів як «цифрових аборигенів» (від англ. *“digital natives”*). Цей термін був введений у науковий обіг американським популяризатором технологічного навчання та просвіти М. Пренскі [3]. Використовується також термін «цифрове покоління», що позначає молодих людей, підлітків і особливо дітей, які народились та виросли у період зростання популярності цифрових технологій та активно ними користуються з раннього віку. Такі особливості молодого покоління роблять його сприйнятливим до засвоєння новітніх форм здійснення професійної діяльності.

Майбутнє професії перекладача полягає в інтеграції людського інтелекту з технологічними інструментами. Розвиток штучного інтелекту та машинного навчання відкриває нові можливості для автоматизації рутинних завдань, дозволяючи перекладачам зосередитися на творчих та складних аспектах перекладу. Однак це також вимагає постійного професійного розвитку та готовності до змін. Перекладачі повинні бути гнучкими, адаптивними та готовими до освоєння нових технологій, щоб залишатися конкурентоспроможними на ринку праці [4].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Як показало дослідження, ШІ є актуальним напрямком застосування надбань низки наук з метою формалізації проблем та завдань, подібних до дій, що виконує людина.

Використовується цей новітній науковий підхід і в галузі комп'ютерної лінгвістики, зокрема – в АП, у межах якого були розроблені CAT-програми для здійснення перекладу текстів з однієї природної мови на іншу за допомогою комп'ютера. Системи АП дозволяють вирішувати проблеми комунікації між носіями різних мов. Вони здатні допомогти фахівцеві перекладати багатосторінкові документи з високою швидкістю і більшою точністю.

Загалом, на сьогодні автоматизований переклад дозволяє здійснити максимально ефективний симбіоз фахівця-перекладача і машини в галузі письмового перекладу. Володіння *CAT*-системами все частіше є обов'язковою вимогою при влаштуванні на роботу перекладачем, а попит на фахівців, здатних працювати з максимально можливою продуктивністю, стрімко зростає.

У майбутньому *CAT*-системи, як інструменти ШІ, набудуть ще більшого попиту та отримають низку додаткових можливостей. Системи АП продовжать розвиватися і в майбутньому можуть бути використані з ще більшою ефективністю. Збільшення обсягу та доступності перекладацьких баз і доопрацювання алгоритмів систем автоматизації дозволять збільшити продуктивність роботи з текстами різних стилістичних груп. Нові можливості програмування і обчислювальної техніки також будуть робити свій внесок у вдосконалення і подальший розвиток теорії і практики комп'ютерного перекладу [5].

Використання штучного інтелекту у перекладацькій галузі приводить до значного зростання ефективності та продуктивності. Машинний переклад дозволяє швидко перекладати великі обсяги тексту, що раніше займало багато часу для професійних перекладачів. Це особливо важливо в умовах зростаючого обсягу інформації.

Нейронні мережі, які використовуються в штучному інтелекті, дозволяють покращувати якість машинного перекладу. Це робить машинний переклад більш точним та придатним для багатьох завдань. Однак очевидно, що штучний інтелект не заміняє перекладачів, а лише допомагає виконувати їхню роботу. Професіонали в галузі перекладу можуть використовувати штучний інтелект як

інструмент для підвищення своєї продуктивності та якості роботи. Загалом використання штучного інтелекту робить переклад більш доступним і ефективним, що сприяє глобальному обміну інформацією та співпраці між різними мовами і культурами [6].

Цифровізація радикально змінює роль перекладача, перетворюючи його з традиційного мовного посередника на висококваліфікованого фахівця, який поєднує мовні навички з технічними знаннями. Ці зміни вимагають адаптації освітніх програм, розвитку нових компетенцій та усвідомлення етичних аспектів професії. Успішна адаптація до цифрових реалій дозволить перекладачам не лише зберегти свою професійну значущість, а й стати ключовими гравцями в глобалізованому світі.

Список використаних джерел:

1. Євстратов Ю. Використання штучного інтелекту у навчанні перекладу в умовах цифровізації вищої лінгвістичної освіти. *Педагогічна Академія: наукові записки*, 2024. – № 8.

2. Мороз О. Штучний інтелект. *Філософський енциклопедичний словник*. Київ: Абрис, 2002. 742 с. 4.

3. Нестеров В., Костенко В., Курасова Н. Технологічні інновації у перекладі: вплив комп'ютерних програм та штучного інтелекту. *Вісник науки та освіти. Серія «Філологія»*, 2024. – № 2 (20). – С. 261–273.

4. Ткаченко Р., Кустра Н., Павлюк О., Поліщук У. Засоби штучного інтелекту: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2014. 204 с.

5. Krasulia A. The Convergence of Technology, Pedagogy, and Language Learning. *Імплементація європейських стандартів в українські освітні дослідження: Збірник матеріалів IV Міжнародної наукової конференції Української асоціації дослідників освіти (26 червня 2020 р.)* / За ред. С. Щудло, О. Заболотної, Л. Загоруйко. Дрогобич: ТзОВ «Трек-ЛТД», 2020. С. 80-83.

6. Zaretskaya A. The use of machine translation among professional translators. *Вісник Proceedings of the EXPERT Scientific and Technological Workshop*. Malaga. 2015. Вип. 26. С. 1–12.

УДК 81'25:355.48

Ясенчук Ю. В.
ORCID https://orcid.org/0000-0001-8507-7274
Вінницький торговельно-економічний ДТЕУ

ОСОБИЛВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ПРОФЕСІОНАЛІЗМІВ У ВІЙСЬКОВІЙ СФЕРІ

У статті досліджено лінгвістичні та перекладацькі особливості передачі професіоналізмів у військовому дискурсі. Визначено специфіку формування професіоналізмів як складника підмови військової справи, проаналізовано їхню стилістичну, семантичну та прагматичну функцію. Особливу увагу приділено впливу медіа на поширення і закріплення новітніх військових термінів та професіоналізмів в українському та англомовному мовному середовищі. Наведено типові труднощі, з якими стикаються перекладачі під час роботи з військовими текстами, зокрема при передачі неологізмів, евфемізмів, скорочень та ідіоматичних виразів. Запропоновано низку перекладацьких стратегій, що забезпечують адекватну трансмісію змісту та стилістики військового професіоналізму. Матеріалом дослідження слугували публікації українських та англомовних військових медіа, а також нормативна термінологічна база НАТО.
Ключові слова: *військовий дискурс, професіоналізми, неологізми, стилістичні особливості, ЗМІ, медіатексти*

Постановка проблеми. У сучасних умовах зростання міжнародної військової співпраці та обміну інформацією особливого значення набуває якісний переклад військових текстів, що містять професіоналізми. Професіоналізми у військовій сфері відрізняються високим ступенем спеціалізації, функціонують у межах професійного дискурсу і часто не мають прямих відповідників у мові перекладу. Недостатня увага до особливостей передачі таких одиниць може призвести до викривлення змісту, непорозумінь у військовій комунікації та навіть стратегічних помилок. Нині спостерігається потреба у поглибленому дослідженні специфіки перекладу військових

професіоналізмів, враховуючи як лінгвістичні, так і культурно-семантичні чинники. Саме ця проблема зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема перекладу професіоналізмів у військовій сфері є предметом уваги багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників. Зокрема, у працях М.П. Кочергана розглядаються загальні принципи професійної термінології як складової частини спеціалізованих дискурсів. І. Кислюк у своїй статті детально аналізує мовні особливості військового дискурсу, наголошуючи на складнощах інтерпретації жаргону та абревіатур у перекладі.

Закордонні фахівці, зокрема М. Бейкер та П. Ньюмарк, пропонують теоретичні підходи до перекладу професійних та жаргонних одиниць, включаючи методи компенсації, трансформації та пояснення, які є актуальними й для військової лексики. В. Хатім та І. Мейсон приділяють увагу дискурсивним аспектам перекладу, що особливо важливо при роботі з військовими текстами, багатими на евфемізми та політичну конотацію.

Вітчизняні дослідники, зокрема К. Пащенко, акцентують увагу на особливостях формування новітніх військових професіоналізмів в українському інформаційному просторі під час війни, а також на ролі ЗМІ у їх поширенні. Офіційні джерела НАТО слугують нормативною базою для перекладу та уніфікації термінології.

Таким чином, попередні дослідження формують надійний теоретичний та практичний фундамент для подальшого вивчення особливостей перекладу військових професіоналізмів, проте все ще існує потреба у системному аналізі сучасної української військової лексики в контексті повномасштабної війни та викликів, які вона ставить перед перекладачем.

Мета статті. Метою дослідження є з’ясування особливостей перекладу професіоналізмів у військовій сфері та розробка рекомендацій щодо їх адекватної передачі у перекладацькій практиці. Для досягнення поставленої мети необхідно проаналізувати лексико-семантичні особливості військових професіоналізмів, виявити основні труднощі їх перекладу та визначити найбільш ефективні стратегії і прийоми перекладу з урахуванням контексту та мовної специфіки.

Виклад основного матеріалу. Військовий дискурс – це структурований тип

комунікації, що обслуговує потреби військової сфери, включаючи командування, організацію, планування, звітність, аналітику та оперативну діяльність. Однією з найхарактерніших його ознак є наявність великої кількості професіоналізмів – слів або сталих словосполучень, що використовуються здебільшого фахівцями та є недостатньо зрозумілими або незрозумілими для широкого загалу. Ці одиниці виконують важливу функцію кодифікації інформації, пришвидшення комунікації та створення корпоративної ідентичності серед військовослужбовців.

Загалом професіоналізми поділяються на:

- лінійні (прямі): ті, що мають формальне походження від термінів (наприклад, артилерист, розвідник);

- жаргонізовані: неформальні, емоційно забарвлені (наприклад, орки — про ворога; світлячок – про снаряд з підсвіткою);

- абревіатури (наприклад, ЗСУ, ППО, БПЛА, НГУ тощо);

- запозичення, що зберігають форму або адаптовані (наприклад, джавелін, пікап, дрон).

До самої вузької категорії військових матеріалів входять науково-технічні матеріали та акти управління, які стосуються діяльності військ і військових установ. З іншого боку, військово-мистецька література, військова публіцистика і військово-політичні матеріали є військовими тільки за своєю тематикою та призначенням. Вони в основному мають загальні риси зі суспільно-політичними, публіцистичними та художніми текстами [2].

Через це, під час здійнення перекладу таких одиниць постає низка викликів:

- Відсутність безпосередніх відповідників в іншій мові;

- Наявність багатозначності або зміщення значення у певному контексті;

- Складність збереження стилістичного навантаження;

- Ситуація культурної безеквівалентності (наприклад, *паляниця* як кодове слово для виявлення «свого» в умовах бойових дій).

Що стосується військової лексики, то у лінгвістичній науці її прийнято класифікувати за трьома основними групами. Згідно з запропонованою типологією Л. Л. Нелюбіна, усі військові терміни поділяють на:

– військову термінологію, що вербалізує поняття, які безпосередньо пов’язані з військовою справою, збройними силами, способами ведення бою і т. ін.;

– військово-технічну термінологію, яка об’єднує науково-технічні терміни;

– емоційно забарвлену військову лексику (сленг), представлену словами та сполученнями, які характеризуються частотністю вживання в усній розмовній мові військовослужбовців і є фактично стилістичними синонімами еквівалентів військових термінів. Прикладами військових сленгізмів можуть служити такі лексичні одиниці англійської мови: GI «солдат»; leatherneck «морський піхотинець»; brass hat «генерал»; flat top «авіаносець», loot «лейтенант»; slick «неозброєний гвинтокрил»; in the bucket «в трубці» (відхилення ракет в заданих межах) та ін [3].

Для прикладу, сленговий англомовний термін *bird* у військовому контексті часто означає авіаційний засіб або ракету. Його переклад українською може варіюватися залежно від ситуації*: «ракета», «літак», «БПЛА», «пташка».* Вибір еквівалента залежить від контексту, жанру тексту, рівня офіційності й цільової аудиторії.

За словами О. Андріянової «армійці не живуть у вакуумі, тому їхнє мовлення є результатом взаємодії лінгвістичних та 10 екстралінгвістичних факторів: загальної мовної ситуації в державі, освіти та виховання, яке вони отримали в родині та навчальних закладах, мовного середовища, що їх оточує, конкретного місця перебування та реципієнта комунікації» [1].

Сьогодні Україна в умовах війни і саме це стало підгрунтям поширення військової лексики серед людей. Таким чином, сучасний український військовий дискурс, сформований в умовах війни з РФ після 2014 року та повномасштабного вторгнення у 2022 році, активно розвивається і постійно поповнюється новими одиницями. Частина з них є кальками з англійської (наприклад, *евак* – від *evacuation*, *медевак – medical evacuation*), інші мають яскраво національний характер (наприклад, *кіборги* – про захисників ДАП, *паляниця-тест*, *бавовна* – як евфемізм для вибуху на території ворога). Перекладач у такому випадку має знайти баланс між точністю, зрозумілістю та культурною адаптацією.

Окрему проблему становить переклад абревіатур, які часто мають суто локальне походження. Наприклад:

- ЗСУ → Armed Forces of Ukraine (AFU) – стандартний варіант у міжнародній практиці;

- БПЛА → UAV (unmanned aerial vehicle) або drone, залежно від контексту;

- ППО → Air Defence або Air Defense Systems [4].

Не менш важливим є стильовий аспект. Професіоналізми можуть мати гумористичне, іронічне або саркастичне забарвлення, що особливо характерно для побутового військового спілкування та журналістики. Наприклад, «*пригожинські туристи*» або «*орки*» потребують обережного перекладу, з можливим використанням коментарів або адаптації*: so-called Wagner tourists* або *invading forces* (nicknamed "*orcs*").

У зв'язку з цим перекладачеві варто застосовувати поєднання стратегій:

- транскодування / транслітерацію (якщо слово має широке міжнародне вживання, наприклад: Javelin, Bayraktar);

- описову трансляцію (наприклад, чорнобаївщина → repeated destruction of enemy forces in one location);

- еквівалентну заміну – у випадках, коли існує загальноприйнятий термін;

-пояснення у зносках або в дужках – для збереження культурного колориту.

Також важливою є динамічність таких одиниць: деякі професіоналізми швидко застарівають або змінюють зміст. Тому перекладач має постійно оновлювати лексичну базу, спиратися на актуальні джерела (військові пресрелізи, глосарії НАТО, офіційні комюніке, репортажі), а також спілкуватися з носіями мови або фахівцями.

Варто відзначити роль медіа у формуванні та поширенні професіоналізмів. Такі інформаційні ресурси, як АрміяInform, Мілітарний, Defense Express, а також англомовні – *Kyiv Independent*, *Ukrinform*, *BBC Defense* – є важливими джерелами реального функціонування цих одиниць. Саме у публікаціях військових журналістів, аналітиків і кореспондентів фіксується актуальна лексика, яка поступово стає частиною професійного словника ЗСУ, а згодом – і ширшого

мовного простору. Ці ресурси не лише відображають використання вже існуючих термінів і професіоналізмів, а й активно сприяють їх кодифікації, стилістичному унормуванню та поширенню серед як військових фахівців, так і цивільного населення.

Крім того, саме завдяки регулярним публікаціям у медіа відбувається процес *легітимації нових слів* у професійному середовищі. Наприклад, такі неологізми, як *бавовна*, *чорнобаївщина*, *паляниця-тест*, *медевак*, набули сталого вжитку через повторне згадування в офіційних зведеннях, новинах і аналітичних оглядах. Таким чином, ЗМІ виконують подвійну функцію: з одного боку – джерела сучасної лексики для перекладача, з іншого – чинника мовної динаміки, який формує нову термінологічну реальність в умовах війни.

Для перекладача робота з військовими медіа – це не лише інструмент дослідження, а й необхідна умова збереження адекватності, актуальності та чутливості до контексту при перекладі професіоналізмів у цій сфері.

Висновки та перспективи подальших досліджень. У результаті проведеного дослідження встановлено, що переклад військових професіоналізмів потребує не лише глибоких лінгвістичних знань, а й розуміння професійного контексту. Основними труднощами є наявність безеквівалентної лексики, багатозначності термінів та специфіка культурно-історичних реалій. Ефективними стратегіями перекладу є контекстуальне моделювання, використання калькування з уточненням, а також адаптація до особливостей цільової аудиторії. Подальші дослідження доцільно спрямувати на укладання двомовних глосаріїв військових професіоналізмів та розробку навчальних програм для перекладачів, які працюють у цій галузі.

Список використаних джерел:

1. Андріянова О. Я. Мовленнєва культура військовослужбовців на сучасному етапі. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки. 2019. Вип. 3. С. 98–107. (1)

2. Коржак З. З. Особливості перекладу сучасної військової термінології. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету*. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2023. Вип. 38. С. 71-75

3. Корольова Т. Соріч Р. Військовий дискурс та особливості його перекладу. *Науковий вісник ПНПУ ім. К.Д. Ушинського*. Вип. 33. 2021, Одеса. С. 369-386

4. NATOTerm. The Official NATO Terminology Database URL: https://nso.nato.int/natoterm (дата звернення 12.05.2025)

Наукове видання

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ ТА ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
XII Міжнародної науково-практичної конференції

14-16 травня 2025 року

Частина ІІ

Редактор: Фатєєва Т.
Комп'ютерна верстка: Шуляк Н.

Підп. до друку 2025 р. Формат 60х84/16. Папір офсетний
Друк ксероксний. Ум. друк. арк. 34,41.
Обл.-вид. арк. 23,76. Тираж . Зам. №

Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ
21000, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 25

498