

**DMYTRO MOTORNYI TAVRIA STATE
AGROTECHNOLOGICAL UNIVERSITY
Faculty «Economic and Business»**

Scientific papers
**OF DMYTRO MOTORNYI TAVRIA STATE
AGROTECHNOLOGICAL UNIVERSITY
(ECONOMIC SCIENCES)**

№ 3 (49)

Zaporizhzhia
2023



РЕДАКЦИЈА КОЛЕГІЯ	EDITORIAL BOARD
051 – Економіка	051 – Economy
Ткач А. А. – д.е.н., професор, Жешувська Політехніка ім. Ігнація Лукасевича, м. Ряшів, Польща	Tkach A. A. - Doctor of Economic Sciences, Professor, Polytechnic RZESOWSKIEJ, Ryshiv, Poland
Двігун А. О. - д.е.н., професор, Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України	Dvihun A. O. – Doctor of Economic Sciences, Professor, National Institute for Strategic Studies in Ukraine National Institute of Strategic Studies under the President of Ukraine
Свиноус І. В. – д.е.н., професор, Білоцерківський національний аграрний університет	Svinous I. V. - Doctor of Economic Sciences, Professor, Bila Tserkva national agrarian university
Череп А. В. – д.е.н., професор, Запорізький національний університет	Cherep A. V. - Doctor of Economic Sciences, Professor, Zaporizhzhya national university
Єременко Д. В. – д.е.н., професор, ТДАТУ	Yeremenko D. V. - Doctor of Economic Sciences, Ass. Prof., TSATU
Колокольчикова І. В. – д.е.н., доцент, ТДАТУ	Kolokolchikova I. V. - Doctor of Economic Sciences, Ass. Prof., TSATU
Кукіна Н. В. - к.е.н., доцент, ТДАТУ	Kukina N. V. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Почерніна Н. В. – к.е.н., доцент, ТДАТУ	Pochernina N. V. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Прус Ю. О. – к.е.н., доцент, ТДАТУ	Prus Y. O. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Демко В. С. – к.е.н., доцент, ТДАТУ	Demko V. S. – PhD, Ass. Prof., TSATU
071 – Облік і оподаткування	071 – Accounting and taxation
Чіобану Геннадій, університет Артифлекс, Бухарест, Румунія	Ghenadie Ciobanu, senior researcher ARTIFLEX” University of Bucharest, National Scientific Research Institute for Labour and Social Protection: Bucharest, RO
Давидюк Т. В. – д.е.н., професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»	Davydiuk T. V. Doctor of Economic Sciences, Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"
Сокіл О. Г. - д.е.н., професор, Національний університет "Львівська політехніка"	Sokil O. H. - Doctor of Economic Sciences, Professor, Lviv Polytechnic National University
Трачова Д. М. – д.е.н., професор, ТДАТУ	Trachova D. M. - Doctor of Economic Sciences, Professor, TSATU
Кучеркова С. О. - к.е.н., доцент, ТДАТУ	Kucherkova S. O.- Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Костякова А.А.- к.е.н., доцент, ТДАТУ	Kostyakova A. A. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Демчук О.О. - к.е.н., доцент, ТДАТУ	Demchuk O. M. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Сахно Л. А.- к.е.н., доцент, ТДАТУ	Sakhno L. A.- Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
072 – Фінанси, банківська справа та страхування	072 – Finance, banking and insurance
Жанна Черноштан - Балтійська міжнародна академія. Латвія.	Zanna Cernostana — Baltic International Academy, Latvia
Гривківська О. В. – д.е.н., професор; ПВНЗ «Європейський університет»	Hryvkivska O. V. – Doctor of Economic Sciences, Professor, PHEI «European University»
Давиденко Н. М. – д.е.н., професор, Національний університет біоресурсів і природокористування	Davidenko N. M. - Doctor of Economic Sciences, Professor, National university of life and environmental sciences
Танклевська Н. С. – д.е.н., професор, Державний торговельно-економічний університет, професор кафедри економіки та фінансів підприємства	Tanklevska N. S. - Doctor of Economic Sciences, Professor, State University of Trade and Economics, professor of the Department of Economics and Enterprise Finance
Вдовенко Л. О. – д.е.н., доцент; Вінницький національний аграрний університет	Vdovenko L. O. – Doctor of Economic Sciences, Ass. Prof., Vinnytsia national agrarian university
Трусова Н. В. – д.е.н., професор, ТДАТУ	Trusova N. V. - Doctor of Economic Sciences, Professor, TSATU
Яцух О. О. – д.е.н., професор, ТДАТУ	Yatsukh O. O. - Doctor of Economic Sciences, Professor, TSATU
Косторной С. В. - к.е.н., доцент, ТДАТУ	Kostornoi S. V. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Цап В. Д. - к.е.н., доцент, ТДАТУ	Tsap V. D.- Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Чкан І. О. – к.е.н., доцент, ТДАТУ	Chkan I. O. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
073 – Менеджмент	073 – Management
Огієнко М. М. — д.е.н., професор, Академія прикладних наук, Вища школа управління і адміністрування в Опольє, Польща	Ohiienko M. M. — Doctor of Economics, Professor, Academy of Applied Sciences Academy of Management and Administration in Opole, Poland
Судомир С. М. – д.е.н., професор, ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»	Sudomyr S. M. - Doctor of Economic Sciences, Professor, Berezhany Agrotechnical Institute

Завгородній А. В. — д.е.н., професор, Миколаївський інститут розвитку людини Університету "Україна"	Zavhorodnii A. V. — Doctor of Economic Sciences, Professor, Mykolaiv Institute of Human Development of University "Ukraine"
Левків Г. Я.-д.е.н., професор, Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З.Гжицького	Levkiv H. Y, Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of Department of Management, Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviviv, Ukraine
Басюркіна Н. Й. - д.е.н., професор, Одеський національний технологічний університет	Basiurkina N. I. — Doctor of Economic Sciences, Professor, Odesa National University of Technology
Козак К. Б. - д.е.н., професор Одеський національний технологічний університет	Kozak K. B. — Doctor of Economic Sciences, Professor, Odesa National University of Technology
Ортіна Г. В. – д.н.держ.упр., професор, ТДАТУ	Ortina G. V. - Doctor of Science in Public Administration Prof., TSATU
Коноваленко А. С. - д.е.н., доцент, ТДАТУ	Konovalenko A. S. - Doctor of Economic Sciences, Ass. Prof., TSATU
Нехай В. В. - д.е.н., доцент, ТДАТУ	Nekhai V. V.- Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, TSATU
Агеєва І. В.-к.е.н., доцент, ТДАТУ	Ahieieva I. V.- Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
075 – Маркетинг	075 - Marketing
Вішал Дагар – д.е.н., професор, університет Амїті, Індія	Vishal Dagar – PhD, Ass. Professor, Amity University, India
Вей Фен – д.е.н., проф., Північно-західний університет A&F, Китай	Wei Feng – Doc.Ec.Sc., professor, Northwest A&F University
Керімова У. К. – д.е.н., професор, Казахський національний аграрний дослідницький університет, академік Національної академії наук Казахстану, Казахстан	Ukilai Kerimova – Doctor of Economic Sciences, Professor, Kazakh national agrarian research university, academician of the National academy of sciences of Kazakhstan, Almaty, Kazakhstan
Буднікевич І. М. – д.е.н., професор, Чернівецький національний університет	Budnikevych I. M. – Doctor of Economic Sciences, Professor, Chernivtsi national university
Гончар В. В. - д.е.н., професор, Приазовський державний технічний університет	Gonchar V. V - Doctor of Economic Sciences, Professor, Pryazov State Technical University
Легеза Д. Г. – д.е.н., професор, ТДАТУ	Legeza D. G. - Doctor of Economic Sciences, Professor, TSATU
Куліш Т. В. - к.е.н., доцент, ТДАТУ	Kulish T. V. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Шквиря Н. О. - к.е.н., доцент, ТДАТУ	Shkvyria N. O. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Сокіл Я. С. - к.е.н., доцент, ТДАТУ	Sokil Y. S. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Арестенко Т. В. - к.е.н., доцент, ТДАТУ	Arestenko T. V. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Майборода Г. О. - PhD, ст. викладач ТДАТУ	Mayboroda G. O. - PhD, Senior lecturer, TSATU
076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	076 - Entrepreneurship, trade and stock-taking activities
Чернявська Т. А. – д.е.н., професор, Державна вища професійна школа, м. Конін, Польща	Cherniavska T. A. - Doctor of Economic Sciences, Professor, State Higher Professional School, Konin, Poland
Веслав Музіал - професор, доктор хаб., інж., кафедра економіки і організації сільського господарства, Краківський сільськогосподарський університет ім. Гуго Коллантая, Польща	Wieslaw Musial - prof. dr. hab. Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie Brak zweryfikowanego, Krakow, Poland
Волощук К. Б. – д.е.н., професор, ЗВО «Подільський державний університет»	Voloshchuk K. B. - Doctor of Economic Sciences, Professor, Podilsky state university
Карпенко А. В. – д.е.н., професор, Національний університет «Запорізька політехніка»	Karpenko A. V. Doctor of Economic Sciences, Professor, National university «Zaporizhia polytechnic»
Севідова І. О. – д.е.н., доцент, Харківський національний університет внутрішніх справ	Sievidova I. O. - Doctor of Economic Sciences, Ass. Prof., Kharkov national university of internal affairs
Яворська Т. І. – д.е.н., професор, ТДАТУ	Yavorska T. I. - Doctor of Economic Sciences, Professor, TSATU
Болтянська Л. О. – к.е.н., доцент, ТДАТУ	Boltianska L. O. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Завадських Г. М. – к.е.н., доцент, ТДАТУ	Zavadskykh H. M. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Лисак О.І. – к.е.н., доцент, ТДАТУ	Lysak O. I. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU
Тебенко В. М. – к.е.н., доцент, ТДАТУ	Tebenko H. M. - Candidate of Economic Sciences, Ass. Professor, TSATU

Засновник

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Факультет економіки та бізнесу

УДК [33+631.1](06)

Т 13

Збірник наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
(економічні науки) / За ред. Т. І. Яворської. Запоріжжя:
Друкарня ТДАТУ, 2023. № 3(49). 192 с.

Голова редакційної колегії (науковий редактор):

Яворська Т. І. – д.е.н., професор кафедри економіки і бізнесу

Відповідальні за випуск збірника:

Яворська Т. І. – д.е.н., професор кафедри економіки і бізнесу
Колокольчикова І. В., д.е.н., професор – декан факультету
економіки і бізнесу
Завадських Г. М. – к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу

Комп'ютерна верстка: Завадських Г. М.

Збірник наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
(економічні науки) включений до Переліку наукових фахових
видань України, є науковим виданням, в якому можуть бути
опубліковані основні результати дисертаційних робіт (наказ
МОН №1328 від 21.12.2015 р.).

Відповідно до Порядку формування Переліку наукових
фахових видань України (наказ МОН України від 15 січня
2018 року № 32) присвоєно категорію «Б», що затверджено
наказом Міністерства освіти і науки України від 02.07.2020
№ 886.

Друкується за рішенням Вченої ради Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
(протокол № 4 від 28.11.2023 р.).
Свідцтво про державну реєстрацію друкованого засобу
масової інформації КВ №24284-14124 ПР від 24.12.2019 р.

ISSN 2519-884X

Index Copernicus Value (ICV) 2016: 47.1
Index Copernicus Value (ICV) 2017: 55.32
Index Copernicus Value (ICV) 2018: 55.94
Index Copernicus Value (ICV) 2019:

56.52Digital Object Identifier

System (DOI)

Матеріали друкуються мовами оригіналів – українською
та англійською.

Погляди редколегії не завжди збігаються з позицією авторів.

Адреса редакційно-видавничого відділу:

Юридична:

пр. Б. Хмельницького 18,
м. Мелітополь, Запорізька обл.
72312 Україна89

Фактична:

вул. Жуковського, 66
м. Запоріжжя, Запорізька обл.
69600, Україна

Підписано до друку 01.12.2023 р.
Друкарня ТДАТУ

© Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного

Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)

№ 3 (49), 2023

ЗМІСТ

МЕНЕДЖМЕНТ

Олійник І. В.
ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ МЕТОДІВ ТА ПРИНЦИПІВ ЕФЕКТИВНОГО
ЛІДЕРСТВА 8

ЕКОНОМІКА

Васильченко О. О.
ДІАГНОСТИКА ВПЛИВУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА НА РЕЗУЛЬТАТИ
ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ 19

Vinichenko I. I.
FORMATION OF COSTS AND INCOME IN THE CONTEXT RESOURCE
PROVISION OF HUNTING ECONOMY 30

Демко В. С., Свиноус І. В.
МАКРОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНОМУ СПІВРОБІТНИЦТВІ 40

Почерніна Н. В.
МІЖНАРОДНА ІНТЕГРАЦІЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В СИСТЕМІ ЦІЛЕЙ
ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ 52

Трусова Н.В., Кукіна Н.В.
ПРОДОВОЛЬЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ:
РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ 63

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Косторной С. В.
ВІРТУАЛЬНІ АКТИВИ: ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ, ОЦІНКА,
ОПОДАТКУВАННЯ 71

Трусова Н. В., Козак В. М.
ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ СИМБІОЗ ДОМІНУЮЧИХ ФАКТОРІВ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ
АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ 77

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Бондар М. І., Цятковська О. В.
ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ІНФРАСТРУКТУРНИХ АКТИВІВ У
ДЕРЖАВНИХ УСТАНОВАХ 87

Костякова А. А.
НАУКОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ
ВИЗНАЧЕННЯ ШКОДИ ТА ЗБИТКІВ, ЇХ ОЦІНКА ТА ОБЛІК В УМОВАХ
ВОЄННОГО СТАНУ 95

Шепель І. В.
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ ТА
ОПОДАТКУВАННЯ ОДИН З НАПРЯМКІВ
УСПІШНОГО АГРАРНОГО БІЗНЕСУ 102

Шерстюк О. Л., Жук Н. Л.
РОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ У ВИРІШЕННІ
СТРАТЕГІЧНИХ ЗАВДАНЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
.....111

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Болтянська Л. О., Лисак О. І.
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-ПРОЕКТУВАННЯ В
ПОВОСНІЙ ПЕРІОД..... 122

Болтянська Л. О., Тебенко В. М.
ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ ПІВДЕННОГО РЕГІОНУ
УКРАЇНИ 135

Завадських Г. М.
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА РОЗВИТОК
МИСЛИВСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ 148

Прус Ю. О.
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РЕСУРСІВ
МИСЛИВСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ 155

Тебенко В. М., Болтянська Л. О., Лисак О. І.
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ЯК НАПРЯМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ...169

Яворська Т. І.
СІМЕЙНЕ ФЕРМЕРСТВО У РЕАЛІЗАЦІЇ СКЛАДОВИХ
КОНЦЕПЦІЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 178

**Вимоги щодо розміщення статей у Збірнику наукових
праць Таврійського державного агротехнологічного
університету імені Дмитра Моторного
(економічні науки).....188**

Founder

Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
Faculty Economic and Business

UDC [33+631.1] (06)

T 13

Scientific Papers of Dmytro Motornyi Tavria State
Agrotechnological University (economic sciences) / Ed.
T. I. Yavorska. Zaporizhzhia : TDATU, 2023.
№ 3(49). 192 p.

Chairman of Editorial Board (scientific editor):

Yavorska T. I.- Doctor of Science, Professor of Economics and
Business Department

Responsible for the release of Scientific Papers:

Yavorska T. I.- Doctor of Science, Professor of Economics and
Business Department

Kolokolchikova I. V. - Doctor of Economic Sciences, Professor
Zavadskykh H. M. – Candidate of Economic Sciences, Ass.
Professor of Economics and Business Department

Imposed by Zavadskykh H. M.

Scientific Papers of Dmytro Motornyi Tavria State
Agrotechnological University (Economic sciences) is included to
the list of scientific professional editions of Ukraine, in which main
results of dissertations may be published (Order of MES from
21.12.2015 №1328).

In accordance with the Procedure for the formation of the List of
scientific professional publications of 54 Ukraine (order of the
Ministry of Education and Science of Ukraine dated January 15,
2018 № 32) assigned category "B", approved by the order of the
Ministry of Education and Science of Ukraine from 02.07.2020
№ 886.65

Published according to the decision of the Academic Council of
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
(Protocol № 04 from 28.11.2023).

Certificate of state registration of printing mass media
KB №24284-14124 IIP from 24.12.2019.

ISSN 2519-884X

Index Copernicus Value (ICV) 2016: 47.1
Index Copernicus Value (ICV) 2017: 55.32
Index Copernicus Value (ICV) 2018: 55.94
Index Copernicus Value (ICV) 2019: 56.52

Digital Object Identifier System (DOI)

Materials are published in original languages - Ukrainian and
English.

The editorial board's views do not necessarily reflect the position
of the authors.

Address editorial and publishing department:

Legal:

18 B. Khmelnytskyi Ave.
Melitopol, Zaporizhzhia region.
72312 Ukraine

Actual:

St. Zhukovsky, 66
Zaporizhzhia, Zaporizhzhia region.
69600, Ukraine

Signed for publication 01.12.2023 y.
Printing house TSATU

© Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University

Scientific Papers of Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University (economic sciences)

№ 3 (49), 2023

CONTENTS

MANAGEMENT

Oliinyk I. V.
FACTOR ANALYSIS OF METHODS AND PRINCIPLES OF EFFECTIVE
LEADERSHIP..... 8

ECONOMY

Vasylychenko O. O.
DIAGNOSTICS OF THE INFLUENCE OF THE BUSINESS ENVIRONMENT
ON THE MANAGEMENT RESULTS OF SERVICE SECTOR
ENTERPRISES 19

Vinichenko I. I.
FORMATION OF COSTS AND INCOME IN THE CONTEXT
RESOURCE PROVISION OF HUNTING ECONOMY30

Demko V.S., Svytnous I. V.
MACROECONOMIC ANALYSIS OF UKRAINE'S TOURISM POTENTIAL IN
INTERNATIONAL COOPERATION..... 40

Pochernina N. V.
INTERNATIONAL INTEGRATION OF UKRAINIAN REGIONS IN THE
SYSTEM OF ECONOMIC POLICY GOALS.....52

Trusova N. V., Kukina N. V.
FOOD SECURITY OF HOUSEHOLDS IN UKRAINE: TODAY'S
REALITIES..... 63

FINANCE, BANKING AND INSURANCE

Kostornoi S. V.
VIRTUAL ASSETS: GOVERNMENT REGULATION, ASSESSMENT,
TAXATION 71

Trusova N. V., Kozak V. M.
FUNCTIONAL SYMBIOSIS OF DOMINANT FACTORS ENSURING
FINANCIAL SECURITY OF SUBJECTS AGRO-FOOD MARKET OF
UKRAINE..... 77

ACCOUNTING AND TAXATION

Bondar M., Tsiatkovska O.
FEATURES OF ACCOUNTING OF INFRASTRUCTURE ASSETS IN STATE
INSTITUTIONS..... 87

Kostyakova A. A.
SCIENTIFIC JUSTIFICATION AND PRACTICAL ASPECTS OF
DETERMINING DAMAGE AND LOSSES, THEIR ASSESSMENT AND
ACCOUNTING IN THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW..... 95

Shepel I. V.
DIGITALIZATION OF FINANCIAL ACCOUNTING AND TAXATION IS
ONE OF THE DIRECTIONS OF SUCCESSFUL AGRICULTURAL BUSINESS
.....102

Sherstiuk O. L., Zhuk N. L.
THE ROLE OF ACCOUNTING IN SOLUTION OF STRATEGIC
TASKS OF ENTERPRISES..... 111

**ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND STOCK-TAKING
ACTIVITIES**

Boltianska L. O., Lysak O. I.
PRACTICAL ASPECTS OF BUSINESS DESIGN IN THE
POST-WAR PERIOD 122

Boltianska L. O., Tebenko V. M.
ASSESSMENT OF INVESTMENT AND INNOVATION
ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN THE SOUTHERN
REGION OF UKRAINE 135

Zavadskykh H. M.
EUROPEAN EXPERIENCE AND DEVELOPMENT OF
HUNTING ECONOMY IN UKRAINE 148

Prus Yu.O.
ANALYSIS CURRENT STATE RESOURCES OF HUNTING
FARMS UKRAINE..... 155

Tebenko V. M., Boltianska L. O., Lysak O. I.
RISK MANAGEMENT AS A DIRECTION OF ENSURING
THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE 169

Yavorska T.I.
FAMILY FARMING IMPLEMENTING COMPONENT
CONCEPTS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT 178

**Requirements for articles published in
“Scientific papers of Dmytro Motornyi Tavria State
Agrotechnological University (economic sciences)” 188**

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК [338.262+338.48]:355.018

*Болтянська Л. О., к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
larysa.boltianska@tsatu.edu.ua
ORCID: 0000-0002-6314-4429*

*Лисак О. І., к.е.н., доцент
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
oksana.lysak@tsatu.edu.ua
ORCID: 0000-0002-6744-1471*

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-ПРОЕКТУВАННЯ В ПОВОЄНИЙ ПЕРІОД

***Анотація.** В статті проведено дослідження щодо визначення практичних аспектів бізнес-проекткування в повоєнний період. Відображені основні відмінності між поняттями бізнес-планування та бізнес-проекткування. Проведено аналіз розвитку туристичної галузі в період до та після Світової пандемії, проаналізовано стан туристичного ринку в областях Південного регіону. Запропоновані практичні аспекти відновлення та стратегії розвитку туристичної галузі в регіоні за допомогою бізнес-проекткування: наведено приклад бізнес-плану створення туристичного агентства.*

***Ключові слова:** бізнес-проекткування, бізнес-планування, бізнес-план, ринок туристичних послуг, стратегія туристичної галузі.*

JEL code classification: Z3, Z31, Z32

Постановка проблеми. В повоєнний період в Україні бізнес-проекткування набуває особливої актуальності. Країна стикнеться з безліччю економічних викликів та інфраструктурних проблем, в рішенні яких велика роль відводиться бізнес-проектванню. Бізнес-проекткування дозволяє розробити стратегії та плани для відновлення та підтримки економічного зростання, спрямоване на розвиток інфраструктури, стимулювання підприємництва та створення нових робочих місць. Застосування сучасних технологій у бізнесі може стати каталізатором інновацій та конкурентоспроможності. Бізнес-проекткування включає в себе аналіз ринку, вивчення технологічних трендів та розробку стратегій впровадження нових технологій у різні галузі економіки. Проекти покликані допомогти розробити програми підтримки для підприємців малого та середнього бізнесу, включаючи фінансові заходи, консультації з управління та доступ до ринків. У світлі глобальних викликів, таких як зміни клімату та екологічні проблеми, бізнес-проекти можуть фокусуватися на сталому розвитку. Виробництво та послуги, які спрямовані на зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, можуть мати підвищений попит. Бізнес-проекти можуть сприяти інтеграції української економіки у світовий ринок. Розвиток експортно-орієнтованих підприємств та розширення міжнародної співпраці сприятиме зростанню економічної стійкості. Отже, бізнес-проекткування в Україні в повоєнний період відіграватиме стратегічну роль у формуванні стабільної та конкурентоспроможної економіки, сприяючи вирішенню викликів та забезпеченню сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значна кількість наукових праць вітчизняних і зарубіжних авторів присвячена аналізу формування, визначення ролі, процесу та практичної значущості бізнес-планування та бізнес-проекткування на підприємствах. Серед вчених, що досліджували теоретичні та практичні аспекти розробки та впровадження бізнес-проектів, а також питання підвищення ефективності виробничих процесів в умовах переходу до ринкових відносин, можна відзначити Д. Гнип, О. Хринюк, О. Кітченко, Л. Маматову, І

Гурська, І. Федояк, А. Бутенко, Т. Товт, Л. Шотропу, О. Кондратюк, Ю. Смаковську, В. Марченко, Б. Форд, О. Яременко та інші. Водночас, аспекти розробки та втілення бізнес-ідей за допомогою бізнес-проекування суб'єктами малого підприємництва залишаються недостатньо вивченими, що обґрунтовує актуальність проведеного дослідження.

Мета статті. Стаття спрямована на висвітлення процесу бізнес-проекування та визначення практичних аспектів реалізації бізнес-ідей суб'єктами господарювання. Основна мета дослідження полягає у розробці аргументованих рекомендацій з метою підвищення ефективності діяльності та забезпечення конкурентоспроможності на ринку послуг.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі нестабільність у навколишньому середовищі диктує підприємствам ретельно здійснювати прогнозування стратегії своєї діяльності, враховувати потенційні загрози і можливості для подальшого розвитку та досягнення поставлених цілей. Сучасний ринковий ритм вимагає від підприємця навичок прийняття обґрунтованих креативних рішень. Ключовим елементом, який визначально впливає на можливість підприємства адаптуватися до вимог зовнішнього середовища та успішно функціонувати на ринку, є бізнес-планування. Цей інструмент вважається ефективним в сучасних умовах, оскільки дозволяє визначити свої цілі та завдання, розробити систему заходів для покращення результатів або запобігання негативним явищам.

Терміни «бізнес-планування» та «бізнес-проекування» часто використовуються як синоніми, але вони можуть мати різний відтінок в залежності від контексту. Наведемо загальні визначення та зазначимо відмінності понять.

Бізнес-планування - це процес визначення цілей та шляхів їх досягнення шляхом розробки стратегії та програми дій, які будуть реалізовуватись у майбутньому при певних умовах. Зміст та процедура виконання цих робіт прописується в бізнес-плані, в якому обґрунтовуються проблеми підприємства, можливості їх вирішення через втілення в життя певних заходів та їх ефективність [8]. Бізнес-план може включати аналіз ринку, фінансові прогнози, маркетингові стратегії та інші аспекти функціонування підприємства. Зазвичай, це більш широкий документ, орієнтований на стратегічне управління підприємством. Він може включати в себе детальний план дій, аналіз ризиків та стратегічні кроки на довгостроковий період. Складається на термін 3-5 років та враховує довгострокові та короткострокові цілі компанії.

Бізнес-проекування - це діяльність підприємства щодо розробки та реалізації бізнес-проекту [14], включає в себе створення детального плану дій, розподіл завдань, визначення ресурсів та визначення критеріїв успіху для конкретного проекту. Це може бути створення нового продукту, введення нової технології чи будівництво нового об'єкта. Він спрямований на коротший термін (наприклад, на кілька місяців або років) і має конкретний строк виконання.

Оскільки бізнес-планування і бізнес-проекування взаємопов'язані та можуть використовуватися разом (що часто зустрічається в наукових публікаціях), бізнес-планування все ж таки вважається більш загальним та стратегічним підходом, тоді як бізнес-проекування більш зосереджене на конкретних завданнях та проектах.

В повоєнний період для розвитку економіки держави виникне потреба розробки стратегії розвитку кожної окремої галузі. Зокрема, зазначимо, що розвиток саме туристичної галузі в Україні в цей час матиме важливе стратегічне значення з ряду причин:

- економічне відновлення – відновлення туризму може слугувати одним із ключових інструментів стимулювання відбудови економіки, оскільки відвідування туристів сприяє розвитку бізнесу;
- стимулювання розвитку регіонів - створення туристично привабливих об'єктів в менш розвинених або віддалених районах може підтримати їх;
- збереження культурної спадщини - туризм є ефективним засобом збереження та реставрації культурної та історичної спадщини, збільшення інтересу до відвідування туристами різноманітних об'єктів сприяє їх утриманню та охороні;

- формування позитивного іміджу України як туристичної дестинації може покращити сприйняття країни на міжнародному рівні, залучаючи увагу іноземців;
- створення нових робочих місць у готельному бізнесі, ресторанах, транспорті та інших супутніх галузях, що важливо для зменшення безробіття та покращення соціально-економічної ситуації;
- культурний обмін - туризм сприяє культурному обміну та взаєморозумінню між націями, туристи вивчають та поважають місцеві традиції, що може зміцнити міжнаціональні відносини.

В цілому, розвиток туристичної галузі в Україні після війни сприятиме не лише економічному відновленню, але й зміцнить соціокультурні та міжнаціональні зв'язки, які формують попит на цьому ринку.

У довоєнний період туристична галузь вважалась одним з найбільш перспективних напрямків соціально-економічного розвитку країни, регіонів і міст. З аналізу ситуації в Україні очевидно, що індустрія туризму розвивалась поступово, хоча не відзначалась стабільним зростанням. Функціонування та розвиток ринку туристичних послуг є складним динамічним процесом. На його формування впливають політичні, демографічні, природні, науково-технічні, соціально-культурні, економічні, міжнародні та інші фактори. Ринок туристичних послуг в Україні пропонує наступні види туризму: дитячий, молодіжний, сімейний, екологічний (зелений), культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, підводний, гірський та пригодницький, туризм, мисливство, автомобільний та самодіяльний туризм. Ці види послуг формують розвиток туристичного ринку в Україні.

Для розвитку ринку туристичних послуг необхідно створити певні умови: ресурсні та територіальні. У цьому плані Україна є однією з найбагатших країн Європи: омивається водами Чорного та Азовського морів, оточена гірськими вершинами Карпат з багатьма профільними санаторіями, курортами Закарпаття з термальними джерелами, а також степовими районами. Особливої цінності ресурсних умов набувають туристичні ресурси Південної частини України (табл. 1).

Таблиця 1.

Туристичні ресурси території України

Територія	Місця
Чорноморське узбережжя Миколаївської, Одеської та Херсонської областей	Очаків, Гопри, Скадовськ, Одеська група курортів: Куяльник, Лермонтовський, Аркадія, Великий Фонтан, Кароліно-Бугаз, Чорноморка, Затока, Хаджибей, Лузанівка, Приморський, Лебедевка, Мала Долина
Узбережжя Азовського моря	Бердянськ, Кирилівка
Гірські та передгірні райони Закарпатської, Івано-Франківської та Львівської областей	Свалява, Голубине, Поляна, Синяк, Черче, Ворохта, Трускавець, Моршин, Немирів, Любінь Великий, Косів, Яремче
Курортні зони Вінницької, Донецької, Київської, Полтавської та Харківської областей	Миргород, Березівські мінеральні води, Рай Оленівка, Слов'янськ, Слав'яногірськ, Конча Заспа, Пуща Водиця, Хмільник

Джерело: [9]

Аналізуючи туристичний ринок Південного регіону, доцільно зробити оцінку кількості суб'єктів туристичної діяльності та показників їх роботи, зокрема: кількість туристів, що обслуговуються, кількість та вартість туристичних пакетів, що були реалізовані.

Нажаль, світова Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на туристичну галузь у всьому світі. Зокрема, закриття кордонів, обмеження на в'їзд і виїзд призвело до значного скорочення міжнародних подорожей; закриття готелів, ресторанів та інших туристичних

об'єктів; багато туроператорів, готелів, ресторанів та інших туристичних підприємств зазнали значних фінансових втрат через втрату клієнтів та необхідність здійснення пов'язаних з пандемією витрат. Негативний вплив цих наслідків відбився на показниках діяльності суб'єктів туристичної діяльності України та Південного регіону в т.ч. (рис.1).

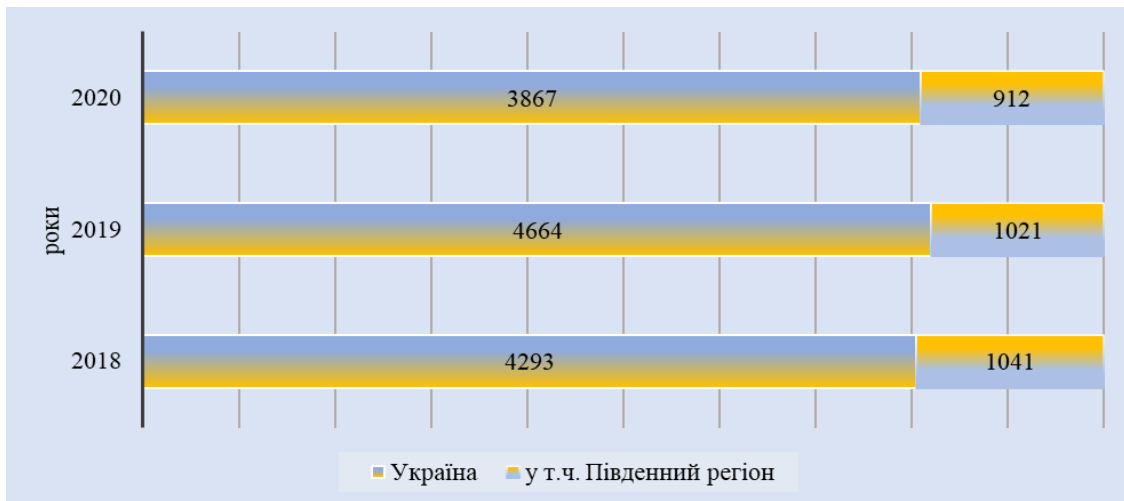


Рис.1. Кількість суб'єктів туристичної діяльності областей Південного регіону України, од.

Джерело: складено автором на основі [16]

Результати досліджень свідчать, що протягом аналізованого періоду спостерігається скорочення суб'єктів туристичної діяльності в Південному регіоні на 129 одиниць або на 12,4%. Відповідно до областей регіону, то навіть в такий час в Дніпропетровській та Миколаївській області відбулось збільшення суб'єктів, що надають туристичні послуги (на 3,6% та 2,3% відповідно). В інших областях відбувається зменшення цього показника, особливо це статистично відобразилось в Одеській області. Схожа негативна тенденція спостерігається по Україні в цілому, протягом аналізованого періоду чисельність суб'єктів, що надають туристичні послуги скоротилась на 426 од, що становить майже 10%. Наданням послуг туристичного характеру переважно займаються зареєстровані суб'єкти приватної власності - туристичні агенції, і лише третина кількості суб'єктів туристичного бізнесу припадає на юридичні організації.

Складнощі щодо виїзду та в'їзду в Україну та інші держави, наявність додаткових витрат, пов'язаних з отриманням дозвіллів, цілком незрозуміла ситуація з наслідками Світової пандемії вплинули на зміни в попиті (рис.2).

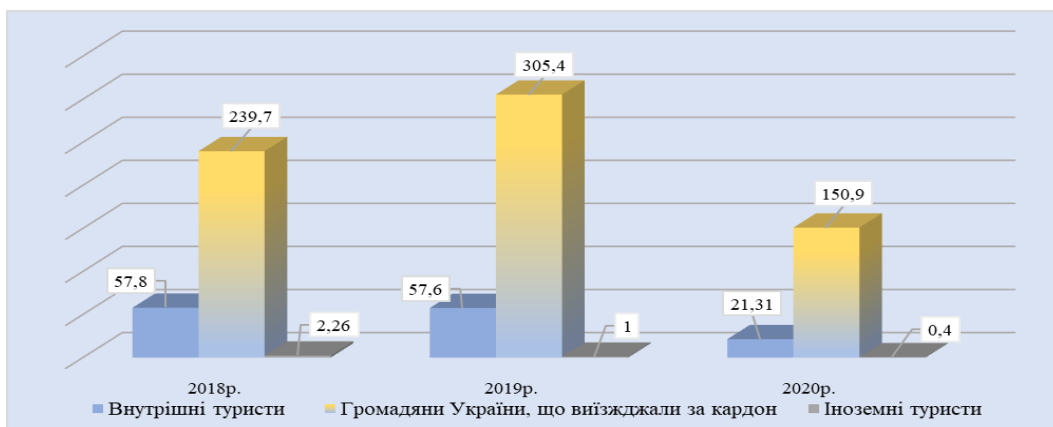


Рис.2. Кількість туристів, що обслуговуються суб'єктами туристичної діяльності Південного регіону, тис. осіб

Джерело: побудовано автором на основі [16]

Аналізуючи динаміку осіб, які виїжджали за кордон і відвідали Україну за 2018–2020 роки, зазначимо, що в туристичних потоках частка громадян України, що виїжджали за кордон, значно перевищувала частку тих осіб, які відвідали Україну. Для переважної більшості туристів (85%) основною метою подорожі була організація дозвілля та відпочинку в країні Туреччина та Єгипет. Одночасно спостерігається тенденція до скорочення туристичних потоків в розрізі областей Південного регіону (табл.2)

Таблиця 2.

Динаміка кількості туристів, що обслуговувались туристичними суб'єктами регіону, осіб

Області регіону	Роки			зміна 2020р. до 2018р.	
	2018	2019	2020	%	-+
Дніпропетровська	116981	154213	78100	66,8	-38881
Запорізька	56122	56656	33169	59,1	-22953
Миколаївська	18997	25107	16124	84,9	-2873
Одеська	79377	98943	31281	39,4	-48096
Херсонська	26130	28106	13767	52,7	-12363
<i>Всього по регіону</i>	<i>297607</i>	<i>363025</i>	<i>172441</i>	<i>57,9</i>	<i>-125166</i>

Джерело: складено автором на основі [16]

Туристичний потік в регіоні мав тенденцію до скорочення в цей період. Кількість туристів, що обслуговувались туристичними суб'єктами скоротилась майже вдвічі, що становить більше 125 тис. осіб. Наслідки Світової пандемії відбилися на туристичному потоці саме в 2020 році, особливо постраждали Одеська та Херсонської області, скорочення потоків становило 60,6% та 47,3% відповідно.

Формування українського ринку туристичних послуг слід розглядати у взаємозв'язку з розвитком туристичної інфраструктури кожного регіону. Туристичні бази, мотелі, готельні комплекси, санітарно-курортні заклади, служба технічного та медичного цілодобового асистансу, мережа закладів харчування, транспортне сполучення – ось важливі складові туристичної привабливості конкретного регіону. Проведені дослідження свідчать, що в жодному регіоні України не розвиваються окремі елементи цієї інфраструктури. Наприклад, якщо в західній частині країни є розвинена мережа готелів, кемпінгів, баз відпочинку та закладів громадського харчування, то зручних шляхів сполучення практично немає, стан доріг у цих регіонах України не всюди є найкращим. На сході країни транспортна система більш досконала, але мережа готелів і туристичних центрів розвинена недостатньо. Тим не менш, як громадяни України, так і туристи з інших країн традиційно подорожують і відпочивають у західних і південних областях України. І вирішальним фактором у цьому випадку є специфіка культурної спадщини, ландшафту, клімату та наявність у цих регіонах місць, що мають природну лікувальну силу. Отже, на даний момент саме ці сфери становлять найбільшу частку капіталу, сформованого на ринку туристичних послуг України. Про це свідчать дані про кількість та вартість туристичних поїздок у внутрішньому та зовнішньому туризмі Південного регіону (рис. 3, рис. 4).

В регіоні за 2020 рік значно знизилась загальна кількість реалізованих туристичних пакетів за всіма напрямками – падіння продажу досягло рівня 86690 тур. пакетів, що на 127,4 тис. менше попереднього року. Зазначимо, що українські туристи надають перевагу туризму за межами країни, хоча так само скорочення в цьому році досягло майже 100 тис. од. від попереднього року. В'їзний туризм в регіоні майже відсутній, а карантинні умови в Україні внаслідок світової пандемії COVID-19 також заподіяли розвитку внутрішнього туризму. Кількість проданих туристичних пакетів в межах України скоротилась до 14,3 тис. пакетів, що майже на 66% менше попередніх років.

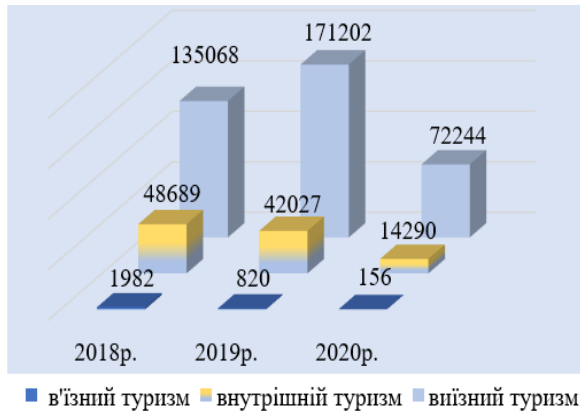


Рис. 2. Кількість туристичних пакетів, реалізованих суб'єктами туристичної діяльності Південного регіону, од.

Джерело: складено автором на основі [16]

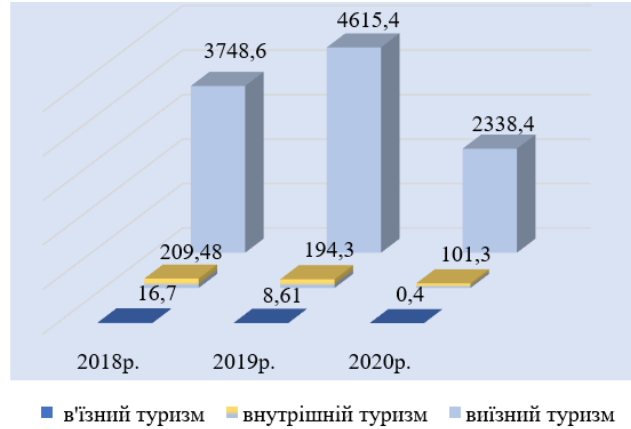


Рис. 3. Вартість туристичних пакетів, реалізованих суб'єктами туристичної діяльності Південного регіону, од.

Відповідна динаміка в кількості реалізованих туристичних пакетів мала вплив на тенденції вартості проданих путівок (рис.4).

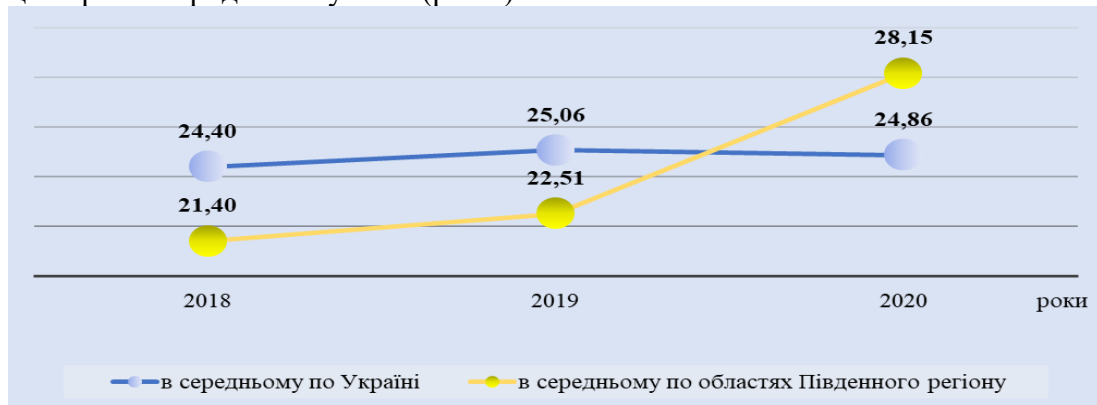


Рис.4. Середня вартість 1 туристичного пакету в середньому по Україні та областях Південного регіону, тис. грн.

Джерело: складено автором на основі [16]

Середня вартість 1 туристичного пакету по регіону під час пандемії перевищує на 13,2% за показник в середньому по Україні. Крім того, в 2020 році зростання вартості путівки по регіону склало 30% порівняно з попереднім роком. В наслідок скорочення кількості проданих путівок та одночасне зростання вартості 1 пакету, тенденція, загальної виручки реалізованих туристичних пакетів в цілому по регіону, мала до зменшення на 28%. Загальна втрата суб'єктами туристичного бізнесу виручки від продажу туристичних послуг по регіону за 2020 рік становила 1534,6 млн. грн. порівняно з попереднім періодом. Наведені результати дослідження підтверджують, що світова пандемія COVID-19 завдала значних збитків туристичній галузі України в цілому та регіону.

Зазначимо, що на початку війни в Україні туристична діяльність взагалі припинила своє існування, тільки через більш-ніж півроку деякі суб'єкти туристичної діяльності почали відновлювати свою роботу. Проте існує дуже багато вимог щодо ведення діяльності туристичного бізнесу, пов'язаних з встановленням воєнного стану. Деякі підприємці переорієнтували свою діяльність відповідно до реалій, змінили вид діяльності та асортимент наданих послуг. Також зазначимо, що з 2021 року відсутня вся статистична інформація щодо основних показників, що характеризують стан туристичної діяльності в Україні, інформація щодо кількості туристів та суб'єктів, що ведуть діяльність за видами туризму. Отже відсутня можливість здійснити реальну оцінку сучасного стану туристичного ринку. Ці умови реалій

вимагають від суб'єктів туристичної галузі спиратись поки лише на свої можливості, швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища задля підвищення результативності свого бізнесу [7].

В цей час важливим інструментом для відновлення та розвитку туристичної галузі стає бізнес-проекткування. Бізнес-проекти можуть створювати нові туристичні продукти та інноваційні пропозиції, які будуть приваблювати туристів. Прикладом такого проекту може стати ідея створення туристичної агенції, основною діяльністю якої є надання послуг в сфері туризму.

Опис продукту: Основним завданням туристичної агенції є повне і комплексне охоплення можливостей відпочинку, подорожей для всіх доступних турів, курортів і туристичних центрів; популяризація інформації про власні здібності за допомогою реклами; організація реалізації туристичного продукту з урахуванням властивостей і особливостей туристичного ринку. Агентство надаватиме послуги, пов'язані з організацією туризму та відпочинку в Україні та за кордоном: оформлення туристичних або проїзних документів, віз (дозволів) в установленому порядку в іноземних посольствах; надання авіаквитків та пов'язаних з ними трансферів своїм клієнтам; розміщення клієнтів у готелях, що мають усі необхідні умови для відпочинку та роботи; проведення екскурсій та розваг за бажанням замовника за мінімальними цінами; забезпечення супроводу та гідів: надання можливостей для проведення ділових зустрічей та наукових конференцій (в готелях є конференц-зали різного призначення, майданчиків, оснащених сучасною аудіовізуальною технікою, комп'ютерною технікою тощо, а також можливість користування послугами перекладачів та секретарів).

Можливе планування прийому та допомога іноземним туристам, надання туристичних, ділових, готельних, культурно-розважальних, спортивно-оздоровчих та екскурсійних послуг. Окрім загальновідомих послуг, що відповідають європейським стандартам, відпочиваючим пропонується можливість здійснити екскурсійні тури по визначних місцях регіону, а також відвідати концерти, театри та музеї.

Аналіз ринку і конкурентів: Ринок туристичних послуг в Україні зазнав значних змін під впливом світової пандемії та російської військової агресії, проте в період до цих подій мав стабільний розвиток. Сподіваємось, що в післявоєнний період значно підвищиться зацікавленість в отриманні туристичних послуг громадянами України та зацікавленість іноземних громадян відвідати Україну. За статистикою провідних компаній, переважна більшість послуг – припадає на допомогу туристам, які відпочивають за кордоном. Проте, нами пропонується розширення пропозиції щодо розвитку вітчизняного або внутрішнього туризму. Можна відзначити, що дослідження наявності конкурентів, які забезпечують попит на такі послуги проводити поки немає можливості, оскільки під впливом впровадження воєнного стану змінився ринок пропозиції туристичних послуг. Проте, вважаємо, що основними конкурентами можуть виступати великі туроператори, які широко відомі не тільки в окремих містах, а й по всій країні, які в цей час змогли залишитись на цьому ринку. Тому допускаємо можливість ефективної співпраці. Поширені програми співпраці туристичних агенцій є не безкоштовні, зазвичай вони отримують певний відсоток від прибутку агентства. Пропозиція готових туристичних продуктів є одним з найбільш придатними. Це прискорить час входження на ринок при цьому залишається незалежність туристичного агентства, у випадку недовомовленостей є можливість відмовитися від співпраці. На умовах комісії планується співпрацювати з відомими в Україні туроператорами, які функціонують на туристичному ринку, зокрема це «Pegas Touristik», «Аккорд-тур», «TUI Ukraine» та інші. Потенційними споживачами вважаємо великий сегмент клієнтів у віці 18-75 років із середнім або вище середнього доходом (за умови орієнтації організації на зарубіжжя). На сьогодні багато хто віддає перевагу місцевим пам'яткам, зокрема відпочинок у Карпатах та інших привабливих містах України. Основними перевагами діяльності на умовах посередника є високі стандарти якості туристичних послуг; лідируюча позиція бренду за пізнаваністю та довірою серед споживачів; широкомасштабна рекламна кампанія (телебачення, радіо, друкована преса, Інтернет, трафік, рекламні щити та інші ЗМІ); велика

база популярних готелів з найкращими умовами (ексклюзивні ринкові права, ексклюзивні ціни та умови, великі контингенти місць); масштабна програма прямих авіаперевезень з регіонів до місць масового відпочинку. Обсяг продажів туристичних пакетів планується з поступовим зростанням починаючи з 25 туристичних пакетів в першій місяць та до кінця року досягти рівня продажу 75 пакетів. Врахований вплив сезонності: зростання обсягу реалізації туристичних пакетів планується у літній період, в осінні місяці - збільшення числа робочих поїздок (конференцій та інших заходів), значний обсяг продажів на новорічні свята та Різдво.

Маркетинговий план. Маркетинговий план компанії має наступні цілі: визначення напрямів, за якими слід будувати та розвивати маркетингову діяльність (збутові території, види туризму, кількість продажу тощо); встановлення зв'язку маркетингових цілей із загальними цілями; вихід на ринок в'їзного туризму; співвідношення витрат на маркетинг з фінансовими та матеріальними можливостями компанії. Попит на туризм визначається купівельною спроможністю споживачів – наявністю грошей у населення та готовністю витратити їх на подорожі. Основними чинниками є також рівень доходів населення, приналежність до певної раси, статі, освіта, професія, модні погляди, час, звичаї, звички і традиції, спосіб життя. Завдяки ретельному вивченню профіля споживача попит на послуги туристичної фірми буде стабільним, а в подальшому зростатиме. Для просування власних послуг необхідно проводити маркетингову діяльність за допомогою реклами. Мета реклами: привернути увагу; викликати інтерес; передати інформацію споживачеві та змусити його поводитись певним чином. Типовими цілями реклами в туризмі є: інформаційні - надання інформації про товар, формування іміджу товару та корпоративного іміджу, коригування уявлень про діяльність компанії; переконливі - мотивація купити товар, збільшення продажів, зміна ставлення до товару, «здорові» антиконкурентні заходи; нагадування - збереження поінформованості та попиту, підтвердження зображення. Планується створити власний сайт, який не тільки підвищить репутацію агентства, а й спростить процес отримання інформації про послуги. На сайті користувачі зможуть ознайомитись з описом для кожного туру, переглянути останні дати туру, ціни, прочитати відгуки та враження інших туристів і співробітників агентства. Попередні розрахунки свідчать, що початкові витрати на рекламні заходи плануються на рівні 35 тис. грн.

Організаційний план: Реєстрація підприємницької діяльності здійснюється відповідно до правил оформлення ФОП. Організація бізнесу ведеться за рахунок коштів приватної особи – її засновника. Власник самостійно обирає персонал в туристичне агентство, забезпечує необхідним майном для ведення туристичної діяльності. Власник туристичного агентства є директором, обов'язками якого є вирішення питань щодо організації та діяльності фірми з поєднанням функцій бухгалтера. До складу персоналу включено 2 менеджери та прибиральниця на непостійній основі. Відносини керівництва і працівників, охорона праці та соціальний розвиток регулюються законодавством. В обов'язки менеджера входить моніторинг ситуації на ринку, спілкування з приймаючими компаніями, обговорення умов розміщення клієнтів, бронювання місць і квитків, повинен знати всі екскурсії запропонованих турів, розбиратись в принципах розробки туристичних пакетів задля надання повної консультації клієнтам. Кандидати на посаду менеджерів мають володіти певними характеристиками, зокрема: приємний голос і зовнішність, навички ділового спілкування, комунікабельність, спритність, грамотна вимова і розвинене мовлення, кмітливість, доброзичливість і чуйність, стресостійкість і наполегливість, тактовність і ввічливість, організованість і вміння працювати з великою кількістю відвідувачів. Знання етикету дуже бажане. Місячний фонд оплати праці працівників становить на початку діяльності 40 тис. грн. До складу витрат на організацію туристичного агентства (початкова сума інвестицій) включаємо витрати на оренду приміщення (переважно в центрі міста з вдалою транспортною інфраструктурою), косметичний ремонт, придбання меблів та техніки, маркетингові витрати, а також витрати на створення приємного клімату. В цілому ця сума може становити приблизно 160 тис. грн.

Виробничий план: Агентство розташоване в досить розвинутій частині міста, з хорошим під'їздом та паркуванням для автомобілів клієнтів. Орендується офісне приміщення в багатоповерховому будинку поруч з різними організаціями. Розмір офісу: 3 робочі місця, 42 м². Дизайн офісу виконано в спокійних кольорах, що пасує до бренду турфірми. Поєднання фіолетового і білого тонів надає офісному приміщенню розкіш і комфорт одночасно. Облаштовано необхідними меблями та оргтехнікою для комфортної робочої обстановки та обслуговування клієнтів.

Таблиця 3.

Місячна сума витрат діяльності туристичного агентства

Статі витрат	Місячні витрати, грн	Статі витрат	Місячні витрати, грн
1. Заробітна плата персоналу	40000,0	6. Витрати на канцелярське приладдя	1000,0
2. Нарахування на заробітну плату	8800,0	7. Оплата комунальних послуг офісу	1200,0
3. Оплата праці з нарахуваннями	48800,0	8. Витрати на рекламу	3000,0
4. Оренда приміщення	12000,0	9. Інші супутні витрати	1500,0
5. Амортизаційні відрахування, всього:	625,0	Всього витрат за місяць:	117550,0

Джерело: власні розрахунки автора

Фінансовий план: Продажі планується почати зі другого місяця реєстрації агентства. Туроператори - партнери здійснюють розрахунки с агентством наприкінці кожного місяця за результатами продажу кількості та вартості туристичних пакетів (табл. 4)

Таблиця 4.

Виручка від продажу туристичного продукту та прибуток туристичного агентства

	квартали				Всього за рік
	I	II	III	IV	
Кількість турів, шт.	90	165	210	210	675
Середня вартість 1 туристичного пакету, тис. грн. (з врахуванням інфляції)	23,2	25,5	29,6	31,5	28,3
Виручка від продажу туристичних пакетів, тис. грн.	2090,0	4199,7	6216,8	6615,0	19121,5
Комісійні агентства (10% від виручки), тис. грн.	209,0	420,0	621,7	661,5	1912,1

Джерело: власні розрахунки автора

Планування кількості проданих туристичних пакетів відбувається з врахуванням сезонності. При розрахунку середньої вартості 1 туристичного пакету протягом року враховували умови впливу інфляції та зміни курсу долара США. Окупність витрат та розрахунок чистого прибутку діяльності створеного туристичного агентства наведені в таблиці 5.

Таблиця 5.

Прибуток від діяльності туристичного агентства та окупність інвестицій

Показники	Значення
Розмір комісійних надходжень, від туристичної діяльності агентства, тис. грн.	1912,1
Річна сума витрат на здійснення туристичної діяльності, тис. грн.	1410,6
Розмір початкових інвестицій на організацію та створення туристичного агентства, тис. грн.	160,0
Прибуток від здійснення туристичної діяльності, тис. грн.	501,5
Чистий прибуток (без податку) туристичного агентства, тис. грн	441,3
Рентабельність діяльності агентства, %	31,3
Окупність інвестицій, міс.	4,35

Джерело: власні розрахунки автора

Ризики проекту: Основні ризики, що можуть виникнути в процесі реалізації бізнес-плану:

1. Сезонність. Борючись з ризиком, можна розширити спектр пропозицій. У періоди зниження продажів слід надавати знижки. Постійні клієнти можуть робити спеціальні пропозиції. Тоді можна буде продавати путівки в низький сезон.
2. Вибір не вигідної спеціалізації. Перед початком бізнесу необхідно детально проаналізувати ринок. Якщо конкуренція висока або немає попиту, краще вибрати іншу спеціалізацію.
3. Некомпетентний персонал. Агент повинен знати товар, вміти працювати з клієнтами, бути комунікабельним і спокійним. Наймайте людей з досвідом і відповідним навчанням.
4. Співпраця з недобросовісним туроператором. Працюйте лише з надійними постачальниками послуг.
5. Надзвичайна ситуація. Страхування захищає від ризиків.
6. Замовник розриває договір. При укладенні угоди визначте розмір неустойки.
7. Валютний ризик. Працюючи з українськими туроператорами або розплачуючись у гривні, ризик можна зменшити.

Висновки. В сучасних умовах нестабільності у навколишньому середовищі підприємства повинні ретельно проводити прогнозування та розробляти стратегії для ефективного функціонування. Бізнес-планування, орієнтоване на стратегічне управління, дозволяє підприємствам визначати свої цілі та завдання на тривалий термін, розробляти програми дій та оцінювати їх ефективність. Водночас, бізнес-проекткування фокусується на конкретних завданнях та проектах на короткий термін і має чітко визначений строк виконання. Розвиток індустрії туризму повоєнний період має важливе стратегічне значення, слугує інструментом економічного відновлення, стимулювання розвитку регіонів, збереження культурної спадщини, формування позитивного іміджу країни, створення нових робочих місць та сприяння культурному обміну. В цілому, бізнес-планування та реалізація проектів в туристичній галузі стануть вагомим елементом стратегічного розвитку країни, не лише в економічному рості, але і покращенні якості життя та взаєморозумінні між націями. Дослідження туристичного ринку в Україні, зокрема в Південному регіоні, вказує на важливість створення сприятливих умов для розвитку ринку туристичних послуг. Україна володіє значними ресурсами та територіальними можливостями для розвитку туризму, такими як різноманітні природні ландшафти, курортні зони, термальні джерела, гори та інші атракції. Негативні наслідки пандемії та війни вразили всі аспекти туристичної інфраструктури, включаючи готелі, ресторани та інші туристичні об'єкти. Тому, для подальшого розвитку туристичного ринку в Україні необхідно шукати інноваційні рішення та створювати умови для відновлення та підтримки галузі.

Список використаних джерел

1. Tsviliy S. M., Ogloblina V. O., Demko V. S., Pavliuk A. A., Pisetskyi M. M. Potential of international cooperation of Ukraine in the geoeconomic space of the tourist industry. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2023. Vol. 49(3). P. 946–961. <https://doi.org/10.30892/gtg.49311-1095>.
2. Hrytsaienko M., Hrytsaienko H., Andriieva L., Boltianska L. The Role of Social Capital in Development of Agricultural Entrepreneurship. *Modern Development Paths of Agricultural Production*. 2019. P. 427–440.
3. Zbarsky V. K., Prystemskyi O. S., Konovalenko A. S., Demko V. S., Skidanov O. A. Safe Development of the Tourism Industry in the European Space | Desarrollo seguro de la industria turística en el espacio europeo. *Revista Iberoamericana de Viticultura Agroindustria y Ruralidad*, 2023. Vol. 10(29). P. 135–154
4. Pasieka S. R., Kolokolchukova I. V., Morozova O. H., Krasnodied T. L., Popova T. V. The potential of tourist and recreational clusters in European space. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Vol. 39. P. 1488–1500.

5. Болтянська Л. О., Тебенко В. М. Від вибору бізнес-ідеї до її реалізації. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2017. №1-2(33-34). С. 20-27.
6. Болтянська Л. О., Лисак О. І. Вибір ідеї та фінансування стартапів. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2021. №1.(43) С. 5-12.
7. Болтянська Л. О. Стан ринку туристичних послуг в Україні. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. матеріалів I Всеукр. наук.-практ. конф. Частина 1*. Харків: Нац.техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2023. С.294-297.
8. Гнип Д. В., Хринюк О. С. Бізнес-планування як метод підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва. Економічне управління підприємством*. 2019. № 24 URL: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/183751> (дата звернення 04.11.2023).
9. Гурська І. С., Федуняк І. О., Стемковська І. В. Формування та перспективи розвитку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії *Агросвіт*. 2021. № 5-6. С. 63-67.
10. Демко В. С. Застосування інноваційних інтелектуальних систем прийняття рішень в туризмі. *Вісник ЧНУ ім. Б. Хмельницького. Серія «Економічні науки»*. 2022. Т. 26, № 1–2. С. 104-113. <https://doi.org/10.31651/2076-5843-2022-1-2-104-113>.
11. Завадських Г. М., Болтянська Л. О. Тенденції і проблеми розвитку малого підприємництва в Україні. *International Scientific Conference Economy Digitalization: Processes, Strategies, Technologies: Conference Proceedings, January 24th. 2020. Kielce, Poland: Baltija Publishing*. Р. 44-47.
12. Кітченко О. М. Вибір стратегії розвитку підприємства на стадії бізнес-проекування. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економічні науки та управління*. 2023. № 7. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-7-04-08> (дата звернення 15.11.2023).
13. Коноваленко А. С. Напрями підвищення ефективності управління проектами. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2023. № 2 (48). С. 140-147. <https://doi.org/10.31388/2519-884X-2023-48-140-147>.
14. Лобунець Т. В. Конспект лекцій з дисципліни «Основи бізнес-проекування» для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» факультету аграрного менеджменту НУБіП. Київ: Вид. центр НУБіП. 2017. 150 с.
15. Маматова Л. М. Роль бізнес-планування в управлінні підприємством. *Підприємництво і торгівля*. 2021. № 30. С. 44-47. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-30-07>.
16. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 13.11.2023).
17. Трусова Н. В., Гривківська О. В., Болтянська Л. О. Організаційно-економічний механізм розвитку підприємництва на сільських територіях. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2022. № 1(46). С. 135-143. <https://doi.org/10.31388/2519-884X-136-142>

References

1. Tsviliy, S. M., Ogloblina, V. O., Demko, V. S., Pavliuk, A. A., & Pisetskyi, M. M. (2023). Potential of international cooperation of ukraine in the geoeconomic space of the tourist industry. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 49(3), 946–961. <https://doi.org/10.30892/gtg.49311-1095>.
2. Hrytsaienko M., Hrytsaienko H., Andriieva L. and Boltianska L. (2019). The Role of Social Capital in Development of Agricultural Entrepreneurship. *Modern Development Paths of Agricultural Production*, 427-440.
3. Zbarsky, V. K., Prystemskyi, O. S., Konovalenko, A. S., Demko, V. S., Skidanov, O. A. (2023). Safe Development of the Tourism Industry in the European Space | Desarrollo seguro de la

- industria turística en el espacio europeo. *Revista Iberoamericana de Viticultura Agroindustria y Ruralidad*, 10(29), 135–154.
4. Pasieka, S. R., Kolokolchikova, I. V., Morozova, O. H., Krasnodied, T. L., Popova, T. V. (2021). The potential of tourist and recreational clusters in European space. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 39, 1488–1500.
 5. Boltianska, L. O., Tebenko V. M. (2017). From choosing a business idea to its implementation. *Collection of scientific works of Tavriyya Agricultural University (economic sciences)*, 1-2, 21-27 [in Ukrainian].
 6. Boltianska, L. O., Lysak O. I. (2021). Idea selection and startup. *Collection of scientific works of Tavriyya Agricultural University (economic sciences)*, 1(43), 5-12 [in Ukrainian].
 7. Boltianska, L. O. (2023). The state of the tourist services market in Ukraine. *Marketing and organizational mechanisms of the post-war development of the Ukrainian hospitality and tourism industry: collection of materials of the conference*. Kharkiv, 1, 294-297 [in Ukrainian].
 8. Hnyp, D. V., Hrynyuk, O. S. (2019). Business planning as a method of increasing the company's competitiveness. *Modern problems of economy and entrepreneurship. Economic management of the enterprise*, 24. URL: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/183751> [in Ukrainian].
 9. Gurska, D. V., Fedunyak, I. O., Stremievska, I. V. (2021). Formation and development prospects of tourist services in Ukraine during and during the pandemic. *Agrosvit*, 5-6, 63-67.
 10. Demko, V. C. (2022). Application of innovative intelligent decisionmsking systems in tourism. *Cherkasy National Unaversity B. Khmelnytskyi bulletin. Economic sciences*, 26, 1–2, 104-113. <https://doi.org/10.31651/2076-5843-2022-1-2-104-113>[in Ukrainian].
 11. Zavadskih, H. M., Boltianska, L. O. (2020). Trends and problems of small business development in Ukraine. *International Scientific Conference Economy Digitalization: Processes, Strategies, Technologies: Conference Proceedings*, January 24th. 2020. Kielce, Poland: Baltija Publishing, 44-47.
 12. Kitchenko, O. M. (2023). Choosing a strategy for enterprise development at the stade of business desing. *Problems of modern transformations. Series of economic project and management*, 7. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-7-04-08> [in Ukrainian].
 13. Konovalenko, A. S. (2023). In the direction of increasing the effectiveness of project management. *Collection of scientific works of Tavriyya Agricultural University (economic sciences)*, 2(48), 140-147. <https://doi.org/10.31388/2519-884X-2023-48-140-147>[in Ukrainian].
 14. Lobunets, T. V. (2017). Synopsis of lectures of the discipline of the basice of business planning for students majoring in management. Kyiv: NUBIP [in Ukrainian].
 15. Mamotova, L. M. (2021). The role of business planning in enterprise management. *Entrepreneurships and trade*, 30, 44-47. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-30-07>[in Ukrainian].
 16. <https://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
 17. Trusova, N. V., Hryvkivska, O. V., Boltianska, L. O. (2022). Organizational and economic mechanism of entereneurship development in rural areas. *Collection of scientific works of Tavriyya Agricultural University (economic sciences)*, (46), 135-143. <https://doi.org/10.31388/2519-884X-136-142>[in Ukrainian].

Boltianska L. O., PhD, Associate Professor
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
larysa.boltianska@tsatu.edu.ua
ORCID: 0000-0002-6314-4429

Lysak O. I., PhD, Associate Professor
Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University
oksana.lysak@tsatu.edu.ua
ORCID: 0000-0002-6744-1471

PRACTICAL ASPECTS OF BUSINESS DESIGN IN THE POST-WAR PERIOD

Abstract. *In the post-war period in Ukraine, business planning will become especially relevant. At that time, the country will face many economic challenges and infrastructural problems, in the solution of which a great role is assigned to business planning. The use of modern technologies in business can become a catalyst for innovation and competitiveness. Business design includes market analysis, study of technological trends and development of strategies for the introduction of new technologies in various sectors of the economy. The projects are intended to help develop support programs for small and medium-sized business entrepreneurs, including financial measures, management consulting and access to markets. Among many industries, the development of the tourism industry in Ukraine at this time will have an important strategic importance. The implementation of projects in the tourism industry will become an important element not only in the economic growth of the country, but also in the improvement of the quality of life and mutual understanding between nations. The study of the tourist market in Ukraine, in particular in the Southern region, indicates the importance of creating favorable conditions for the development of the tourist services market. Ukraine has significant resources and territorial opportunities for the development of tourism, such as various natural landscapes, resort areas, thermal springs, mountains and other attractions. The negative effects of the pandemic have affected all aspects of the tourism infrastructure, including hotels, restaurants and other tourist facilities. Therefore, for the further development of the tourism market in Ukraine, it is necessary to take into account the adverse consequences of the pandemic, look for innovative solutions and create conditions for the recovery and support of the industry.*

Key words: *business design, business planning, business plan, tourist services market, tourism industry strat*

**Вимоги до статей, що друкуються
у “Збірнику наукових праць Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)”**

Збірник призначений для фахівців, які цікавляться теоретичними та прикладними проблемами економіки, фінансів і кредиту, обліку і аудиту, менеджменту та маркетингу мікро-, мезо- та макрорівня національної та міжнародної економіки. Збірник надає можливість вченим та здобувачам наукових ступенів провести публічну апробацію, а науковій спільноті – ознайомитися з останніми результатами досліджень теоретичних і прикладних проблем національної та міжнародної економіки.

Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) включений до Переліку наукових фахових видань України, є науковим виданням, в якому можуть бути опубліковані основні результати дисертаційних робіт (наказ МОН №1328 від 21.12.2015 р.). Відповідно до Порядку формування Переліку наукових фахових видань України (наказ МОН України від 15 січня 2018 року № 32) Збірнику присвоєно категорію «Б», що затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 02.07.2020 № 886.

Збірник виходить до 4 разів на рік. Останні дати подання статей:

№1 – до 1 березня; №2 – до 1 травня; №3 – до 1 жовтня; №4 – до 1 грудня.

Для участі у формуванні збірника наукових праць необхідно подати:

1. Електронний варіант статті, оформлений відповідно до наведених нижче вимог, виконаний у редакторі MS Word.

2. Рецензію доктора наук (за тематикою статті) – для авторів без вченого ступеня. Відсканований документ повинен містити підпис рецензента, засвідчений печаткою установи, в якій він працює.

3. Файл із відомостями про автора (прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи, поштова адреса для пересилання авторського примірника, контактні телефони, адреса електронної скриньки) та інформацією про кількість примірників і необхідність поштової пересилки.

4. Електронні копії анотації англійською мовою у форматах *jpeg* (сканована копія) та *doc* (у редакторі MS Word), завірену професійним перекладачем або викладачем англійської мови зі знанням економічної термінології.

5. Електронну копію платіжних документів (оплата здійснюється після прийняття позитивного рішення щодо друку статті).

Пакет перерахованих вище матеріалів надсилається на електронну скриньку:
sp_tsatu@tsatu.edu.ua, ivanvd@ukr.net

Структура статті:

1. Індекс УДК.

2. Прізвище та ініціали автора.

3. Відомості про автора – науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи автора (повністю без аббревіатур), e-mail.

4. Назва статті (до десяти слів).

5. Анотація мовою статті (від 300 до 500 знаків)

6. Ключові слова мовою статті (не менше шести слів або словосполучень).

7. Код JEL Classification.

8. Прізвище та ініціали автора (англійською).

9. Відомості про автора (англійською) – науковий ступінь, вчене звання, посада та місце роботи автора (повністю без аббревіатур), e-mail.

10. Назва статті (англійською).

11. Розширена анотація англійською мовою (від 1600 до 1800 знаків) містить наступні розділи: постановка завдання, результати дослідження, висновки

12. Ключові слова (англійською).

13. Текст у структурованому вигляді із виділенням наступних елементів:

13.1 Постановка проблеми (постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями);

13.2 Аналіз останніх досліджень і публікацій (аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття);

13.3 Формулювання цілей статті (постановка завдання);

13.4 Виклад основного матеріалу (виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів);

13.5 Висновки (висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку).

14. Список використаних джерел (мовою оригіналу). Бібліографічний опис літературних джерел оформлюється згідно з ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»

15. Список використаних джерел в романській абетці (транслітерація) – References, оформлений відповідно до вимог APA (<http://www.apastyle.org>).

16. Вказати назву рубрики, в якій має бути надрукована стаття – відповідає назві однієї з наукових спеціальностей галузі знань "Соціальні та поведінкові науки", "Управління та адміністрування":

051 – Економіка;

71 – Облік і оподаткування;

72 – Фінанси, банківська справа та страхування;

073 – Менеджмент;

75 – Маркетинг;

76 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність.

Технічні вимоги до оформлення статті:

- Приймаються статті, написані однією із трьох мов: українською, російською, англійською.
- Назва файлу зі статтею – прізвище автора.
- Формат сторінки – А4.
- Поля з усіх боків – 2 см.
- Всі сторінки мають бути у книжковій орієнтації.
- Обсяг статті – не менше 10 друкованих сторінок.
- Окремі елементи статті:
 - Індекс УДК - Times New Roman, 12, напівжирний, вирівнювання ліворуч, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
 - Прізвище та відомості про автора (авторів) - Times New Roman, 12, курсив, вирівнювання праворуч, інтервал – 1,0;
 - Порожній рядок;
 - Назва статті - Times New Roman, 16, великими літерами, напівжирний, вирівнювання по центру, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
 - Порожній рядок;
 - Анотація та ключові слова - Times New Roman, 10, курсив, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 1,25 см;
 - Порожній рядок;
 - Код JEL Classification - Times New Roman, 12, напівжирний, вирівнювання ліворуч, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;

- Прізвище та відомості про автора (англійською) - Times New Roman, 12, курсив, вирівнювання праворуч, інтервал – 1,0;
- Порожній рядок;
- Назва статті (англійською) - Times New Roman, 16, великими літерами, напівжирний, вирівнювання по центру, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0 см;
- Порожній рядок;
- Анотація та ключові слова (англійською) - Times New Roman, 10, курсив, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 1,25 см;
- Порожній рядок;
- Текст статті - Times New Roman, 14, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,5, абзацний відступ – 1,25 см, назви підпунктів виділяються напівжирним шрифтом;
- Порожній рядок;
- Список використаних джерел – Times New Roman, 10, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0,5 см, слова "Список використаних джерел" виділяються напівжирним шрифтом;
- Порожній рядок;
- Список використаних джерел (англійською) - References – Times New Roman, 10, вирівнювання по ширині, інтервал – 1,0, абзацний відступ – 0,5 см;

- Оформлення таблиць:

Таблиця 1

Назва таблиці

- Оформлення ілюстрацій:

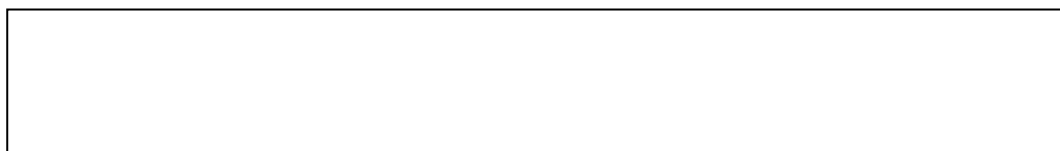


Рис. 1. Назва рисунку.

- Формули виконуються за допомогою вбудованого редактора формул MS Word і нумеруються з правого боку:

Формула (1)

- Абзаци позначати тільки клавішею "Enter", не застосовувати пробіли або табуляцію (клавіша "Tab").
- Посилання на літературу в тексті необхідно давати в квадратних дужках, наприклад, [3, с. 35; 8, с. 56-59], в яких перша цифра вказує порядковий номер джерела в списку літератури, а друга – відповідну сторінку в цьому джерелі; одне джерело (зі сторінкою) відокремлюється від іншого крапкою з комою.
- Всі статистичні дані мають бути підкріплені посиланнями на джерела.
- Всі цитати мають закінчуватися посиланнями на джерела.
- Кількість джерел у списку літератури повинна складати не менше 10 (з них не менше 4 іноземних).

- Посилання на підручники та науково-популярну літературу не допускаються.
- Назви праць у списку літератури розташовуються в порядку цитування.
- Скорочення слів і словосполучень, окрім загальноприйнятих, не допускається.

Редакція може відхилити статтю, якщо:

- відсутній повний пакет супровідних документів;
- оформлення статті не відповідає зазначеним вище вимогам;
- тематика статті не відповідає профілю видання;
- назва статті не відповідає змісту;
- стаття написана на низькому науковому рівні;
- матеріали повністю або частково публікувались раніше в інших виданнях або подані до розгляду редакціям інших журналів;
- стаття повністю або частково чужа (автор вчинив плагіат);
- порушена в статті проблема втратила актуальність.

Автори несуть відповідальність за точність наведених у статті термінів, прізвищ, даних, цитат, статистичних матеріалів тощо.

Усі матеріали, що надсилаються для публікації, проходять рецензування.

Рішення про публікацію статті приймає редколегія.

Рукописи, які відхилила редакційна колегія, авторам не повертаються.

Редакція залишає за собою право скорочувати, правити текст і змінювати назву статті.

Сподіваємося на плідну співпрацю!

Редакційна колегія Збірнику наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)

Контактні дані:

вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Запорізька обл. 69600, Україна

Декан факультету економіки і бізнесу Колокольчикова Ірина Володимирівна

Тел.: (067) 258-45-34

Відповідальний секретар – Завадських Ганна Миколаївна

Тел.: (097) 989-87-22, E-mail: SP_tsatu@tsatu.edu.ua

Збірник наукових праць
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного
(економічні науки)

Наукове фахове видання

Випуск 49, том 3

Збірник виходить до 4-х разів на рік

Свідоцтво про державну реєстрацію
Друкованого засобу масової інформації
Міністерство юстиції
КВ № 24284-14124 ПР від 24.12.2019

Відповідальні за випуск збірника:

Яворська Т.І. - д.е.н., професор кафедри економіки і бізнесу
Колокольчикова І.В. - д.е.н., професор, декан факультету економіки і бізнесу
Завадських Г.М. – к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу

Підписано до друку 01.12.2023 р. Формат 60x84/8. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Ум.-друк. арк. 13,0 Наклад 100.