

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет управління, адміністрування та туризму  
Кафедра економічної теорії, підприємництва та торгівлі

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Інтернет-технології як інструмент реалізації послуг за умов становлення інформаційного суспільства (на базі Хмельницького обласного науково-методичного центру культури і мистецтва (м. Хмельницький))  
Назва теми

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Галузь знань 07 Управління та адміністрування  
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля  
Шифр і назва спеціальності

Освітньо-професійна програма Підприємництво, торгівля та комерційна логістика

Шифр КвР.ПТ.23188.01.04.00

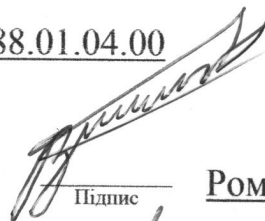
Виконав студент 2 курсу група ПТКЛМ-23  
Шифр

Керівник канд.екон. наук, доцент  
Науковий ступінь, наукове звання

Нормоконтролер доцент  
Посада

До захисту допускаю:

Завідувач кафедри економічної теорії, підприємництва та торгівлі



Підпис

Роман ВИШПОЛЬСЬКИЙ  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ



Підпис

Леся БУШОВСЬКА  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ



Підпис

Людмила САЧИНСЬКА  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ



Підпис

Лариса ЛЮБОХИНЕЦЬ  
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Хмельницький, 2024

## АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи магістра

Інтернет-технології як інструмент реалізації послуг за умов становлення інформаційного суспільства (на базі Хмельницького обласного науково - методичного центру культури і мистецтва (м. Хмельницький)

студента гр. ПТКЛМм - 23-1 Вишпольського Р.І.

Науковий керівник: к. е. н., доц. Бушовська Л.Б.

Загальний обсяг роботи 82 сторінки, із них 76 сторінок основного тексту, 9 таблиць, 9 рисунків, 3 додатки, 33 джерела посилань.

Перелік ключових слів: ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ, ПОСЛУГА, ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ, ІНФОРМАЦІЙНЕ СУСПІЛЬСТВО.

У першому розділі роботи систематизовано та узагальнено теоретичні основи використання інтернет-технологій як інструменту реалізації послуг на сучасному ринку за умов становлення інформаційного суспільства.

У другому розділі проаналізовано особливості діяльності та використання інтернет-технологій в сфері надання послуг Хмельницьким обласним науково-методичним центром культури та мистецтв.

У третьому розділі на основі проведеного аналізу обґрунтовано шляхи покращення використання Інтернет-технологій як інструменту надання послуг Хмельницьким центром культури і мистецтва за умов становлення інформаційного суспільства.

Отримані результати у вигляді пропозицій запроваджені у підприємницькій діяльності Хмельницьким центром культури і мистецтва.

Підпис \_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_

## Зміст

Вступ	6
1 Теоретичні основи використання інтернет-технологій як інструменту реалізації послуг на сучасному ринку за умов становлення інформаційного суспільства	9
1.1 Особливості сучасного ринку за умов становлення інформаційного суспільства	9
1.2 Інтернет-технології як складова цифрового інформаційного простору суб'єктів господарювання	14
1.3 Напрями використання Інтернет-технологій як важливого інструменту реалізації послуг на сучасному ринку	24
Висновки до першого розділу	30
2 Особливості діяльності та використання інтернет-технологій в сфері надання послуг Хмельницьким обласним науково-методичним центром культури та мистецтв	33
2.1 Розвиток та соціально-економічне значення діяльності Хмельницького обласного науково-методичного центру культури та мистецтв	33
2.2 Загальна характеристика результатів діяльності Хмельницького обласного науково-методичного центру культури та мистецтв	41
2.3 Особливості використання інтернет-технологій в сфері надання послуг Хмельницьким центром культури та мистецтв	46
Висновки до другого розділу	51
3 Шляхи покращення використання Інтернет-технологій як інструменту надання послуг Хмельницьким центром культури і мистецтва за умов становлення інформаційного суспільства	53
3.1 Покращення функціонування офіційного сайту Хмельницького центру культури і мистецтва як складової мережевих технологій	53
3.2 Рекомендації щодо підвищення ефективності сайту Хмельницького центру культури і мистецтва для досягнення стратегічних цілей	58

Висновки до третього розділу	66
Висновки	68
Перелік джерел посилання	73
Додатки	77

## Вступ

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства та способів передачі інформації, здійснення інформаційного обміну між учасниками ринку першочергового значення для одержання конкурентних переваг набувають інформаційна і економічна безпека підприємства, рівень організації системи управління бізнесом, якість інформаційного забезпечення, які базуються на процесах ефективного використання інтелектуального капіталу. Дані тенденції активно інтегруються в такі основні ринкові механізми, як ціна, пропозиція і попит. Це все стрімко змінює умови функціонування підприємств. Щоб вижити, як бюджетним установам, громадським організаціям, так і підприємствам, що здійснюють виробничо-господарську діяльність, потрібно проявляти підприємницьку ініціативу, із одночасною автоматизацією та комп'ютиризацією всіх бізнес-процесів.

Дослідженню сучасного етапу розвитку інформаційного суспільства та впливових чинників на функціонування соціально-економічних систем у різних сферах присвячена значна кількість наукових досліджень. Даний напрям досліджували такі вчені як А. М. Береза, Г. П. Галузинський, В. М. Гужва, І. В. Журавльова, Ю.Б. Іванов, О.М. Іванова, І. І. Каліна, Н. В. Карпенко, М.І. Ус, С. В. Устенко, В.С. Пономаренко та багато інших.

Вони зосереджують увагу на проникненні комп'ютерних технологій та інформаційних систем майже в усі економічні процеси кожного економічного суб'єкта, визначають становлення нових ринків інформації як новітніх чинників виробництва. Проте, інтернет-технології як інструменти реалізації послуг на сучасному ринку за умов становлення інформаційного суспільства продовжують стрімко розвиватись і потребують проведення подальших наукових досліджень.

Тому метою кваліфікаційної роботи є систематизація і узагальнення теоретико-методичних положень та практичних аспектів використання інтернет-технологій як інструменту реалізації послуг Хмельницького науково-методичного центру культури і мистецтва на сучасному ринку за умов становлення інформаційного суспільства.

Для досягнення поставленої в роботі мети потрібно вирішити такі завдання:

- систематизувати та узагальнити теоретичні положення використання інтернет-технологій як інструменту реалізації послуг на сучасному ринку за умов становлення інформаційного суспільства;
- проаналізувати та оцінити результати діяльності організації та особливості використання інтернет-технологій як інструменту реалізації послуг;
- запропонувати заходи щодо покращення використання інтернет-технологій як інструменту реалізації послуг в сфері підприємництва.

Об'єктом дослідження є процес управління використанням інтернет-технологій як інструменту реалізації послуг в сфері підприємництва.

Предметом дослідження є теоретичні підходи і практичні аспекти використання інтернет-технологій як інструменту реалізації послуг в сфері підприємництва досліджуваного підприємства.

В ході проведення дослідження використовувались загальнонаукові та економічні методи дослідження: індукції, дедукції, аналізу, синтезу, теоретичного узагальнення, економіко-математичні методи, методи оцінювання, тощо.

Елементи наукової новизни результатів проведеного в роботі дослідження полягають у систематизації теоретичних положень та практичних аспектів щодо використання інтернет-технологій як інструменту реалізації послуг на сучасному ринку за умов становлення інформаційного суспільства.

Практичне значення одержаних в кваліфікаційній роботі результатів дослідження визначають пропозиції щодо поліпшення використання інтернет-технологій як інструменту реалізації послуг на сучасному ринку та підвищення ефективності від їхнього використання за умов становлення інформаційного суспільства.

Апробація результатів проведеного дослідження відбулась під час їхнього обговорення на міжнародній науково-практичній конференції «Інструменти регулювання національної економіки та стратегічні пріоритети підприємницької, торговельної та біржової діяльності за умов Євроінтеграції» (10-11.11.2023 року, м. Хмельницький, Хмельницький національний університет) та були опубліковані у матеріалах економічного форуму «Підприємництво та стратегічні напрями розвитку бізнес-процесів в умовах глобальних викликів».

Робота включає вступ, три розділи, висновки, перелік джерел посилання, що налічує 33 літературних джерела та додатків. Загальний обсяг роботи становить 82 сторінки, із яких 76 сторінок роботи становить основний текст. Робота містить 9 таблиць, 9 рисунків та 3 додатки.

1 Теоретичні основи використання інтернет-технологій як інструменту реалізації послуг на сучасному ринку за умов становлення інформаційного суспільства

1.1 Особливості сучасного ринку за умов становлення інформаційного суспільства

Однією із найважливіших характеристик сучасного етапу розвитку економіки, яка набуває вирішального впливу на становлення сучасного ринку, є розбудова інформаційного суспільства. Дослідженню його особливостей та впливових чинників на функціонування соціально-економічних систем у різних сферах присвячена значна кількість наукових досліджень. Даний напрям досліджували такі вчені як А. М. Береза [11], Г. П. Галузинський [11], В. М. Гужва [11], І. В. Журавльова [12], Ю.Б. Іванов [7], О.М. Іванова [9], І. І. Каліна [13], Н. В. Карпенко [14], М.І. Ус [7], С. В. Устенко [11], В.С. Пономаренко [12] та багато інших. Вони зосереджують увагу на проникненні комп'ютерних технологій та інформаційних систем майже в усі економічні процеси кожного підприємства, кожної галузі, визначають становлення нових ринків інформації як новітніх чинників виробництва, що спонукає до виникнення нової структури ринку при переході від індустріального суспільства до постіндустріального та інформаційного (рис.1.1).

Як видно із рис. 1.1, для цілей вивчення нових економічних процесів та трансформацій, що виникають під впливом взаємодії елементів та інструментів ринкових механізмів в теперішній час, на етапі становлення інформаційного суспільства, важливим є висвітлення сутності сучасного ринку як: системи суспільного виробництва, яка побудована поєднанні вільного розвитку підприємництва, обмеженого державного регулювання і досконалої конкуренції; особливих підходів організації та способу мислення,

здатних формувати світогляд кожного учасника ринку; способу особливої поведінки фірм та компаній, який визначає критерії обґрунтування та прийняття ними успішних управлінських рішень, а також тип соціально-економічних взаємовідносин між суб'єктами господарювання в суспільстві [19, с. 18-24; с. 173-201; 23; 28, с.7].

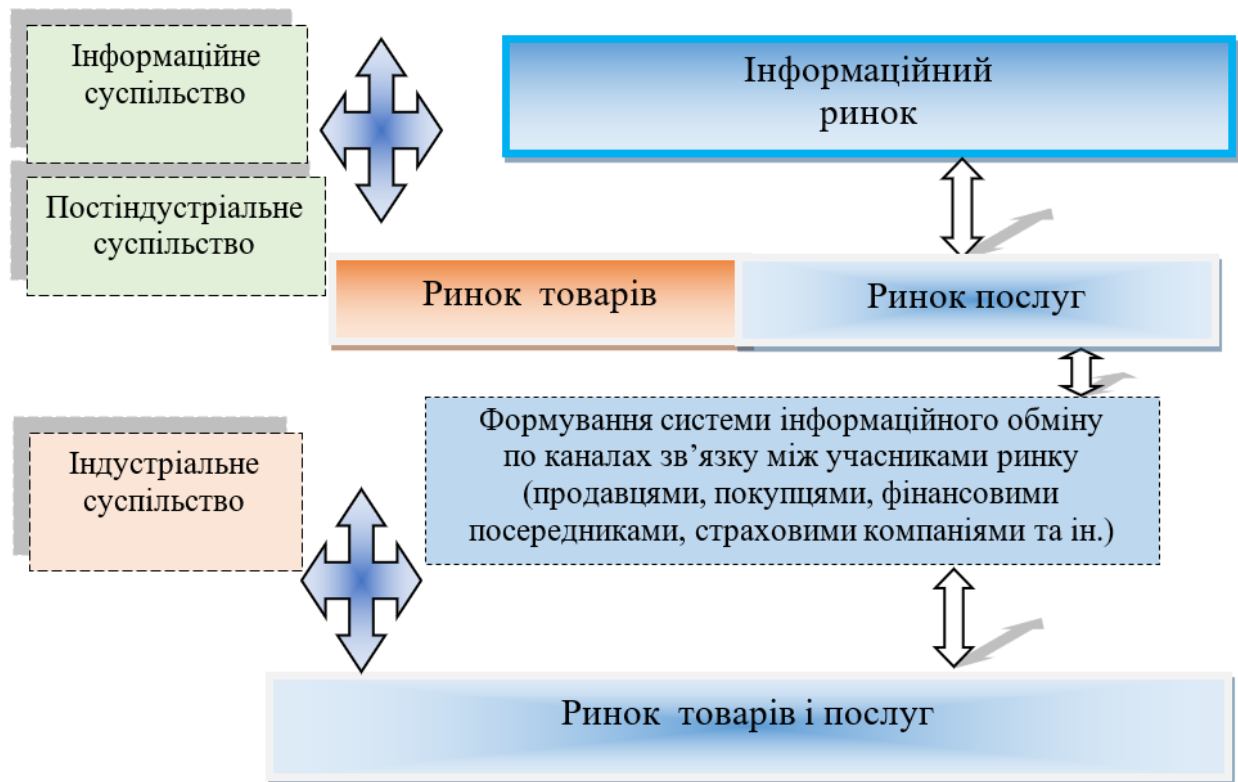


Рисунок 1.1 – Особливості сучасного ринку за умов становлення інформаційного суспільства

Джерело: побудовано автором на основі [19, с. 18-24; с. 173-201; 23; 28, с.7]

Отже, сучасний ринок за умов становлення інформаційного суспільства чітко вирізняється виділенням товарного ринку, ринку послуг та інформаційного ринку, які мають тісний взаємозв'язок між собою. Але найбільш об'ємним на сьогоднішній день за змістом інформації та виконуваних завдань, безумовно, виступає інформаційний ринок.

Отже, сьогодні, як і у всі часи, ринок як багатогранна категорія економіки набуває з кожним днем все складнішої системи взаємозв'язків та

структури, із неможливістю виділення не тільки територіальних, але і національних границь як для регіональних, так і для національних ринків.

Проведене нами дослідження наукових праць із вивчення сучасного ринку показує найважливіші елементи та параметри кожного ринку, до яких слід віднести конкуренцію, пропозицію, ціну, попит, а також основні економічні закони (рівноважної ціни, зміни попиту і пропозиції, конкуренції, прибутку, корисності вартості (цінності)). Між даними елементами існує взаємозв'язок, який в наукових працях розглядається як ринкові механізми, взаємодія між якими приводить до того, що ринок виконує багато функцій. Функції ринку можна віднести до організаційних і економічних [5;19].

Організаційні функції охоплюють:

- забезпечення вільного економічного вибору партнерів в розрізі господарських зв'язків;

- встановлення економічних зв'язків між виробниками та споживачами продукції і послуг, які не опосередковані державними та іншими системами розподілу.

До економічних функцій належать наступні:

- сприяння вирішенню найважливіших проблем економіки, до яких слід віднести підвищення рівня життя, зростання ефективності суспільного виробництва, зміну структури економіки, тощо;

- підвищення матеріально зацікавленими в задоволенні тих потреб, які виражаються через попит-пропозицію для усіх учасників конкурентного середовища;

- стимулювання запровадження досягнень науково-технічного прогресу, оновлення асортименту товарів та послуг, підвищення їхньої якості, скорочення витрат; забезпечення добросовісної конкуренції між всіма суб'єктами ринку.

Ми поділяємо підхід науковців, який засвідчує новий економічний зміст конкуренції, що виникає під впливом науково-технічного прогресу, інформатизації та глобалізації економічних трансформацій, коли умови

залежності конкуренції формуються не лише від одного окремого фактору, а й від їхнього унікального поєднання та від синергетичного ефекту їх взаємодії, що надає інтегрований комплекс переваг [5, с. 39 - 61].

Варто також зазначити, що на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства та способів передачі інформації, здійснення інформаційного обміну між учасниками ринку першочергового значення для одержання конкурентних переваг набувають інформаційна і економічна безпека підприємства, рівень організації системи управління бізнесом, якість інформаційного забезпечення, які базуються на процесах ефективного використання інтелектуального капіталу. Дані тенденції активно інтегруються в такі основні ринкові механізми, як ціна, пропозиція і попит (рис.1.2)

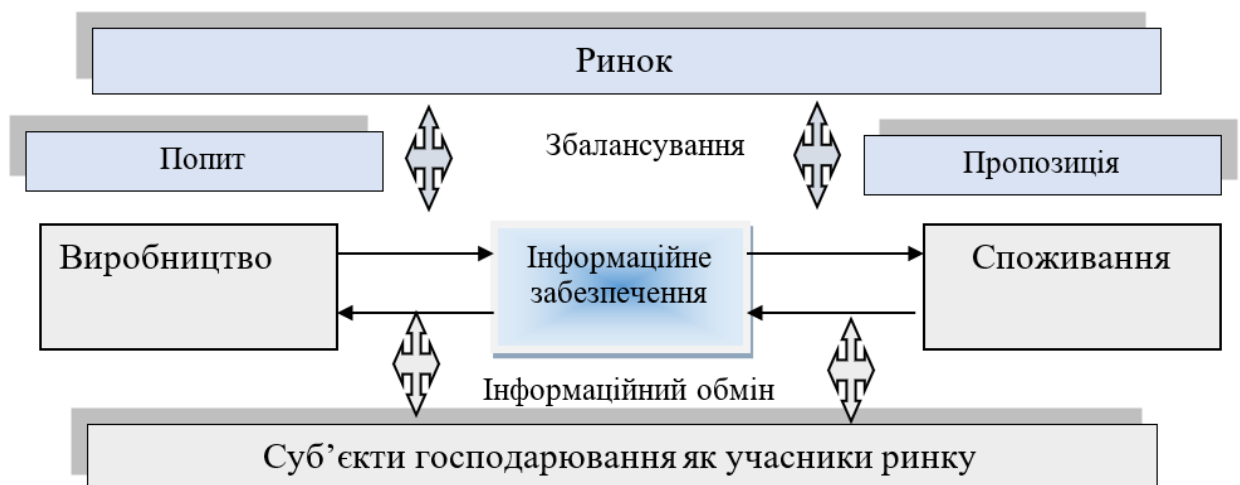


Рисунок 1.2 – Роль інформаційного забезпечення в збалансуванні попиту та пропозиції на сучасному ринку

Джерело: побудовано автором на основі [13; 19; 23; 28]

Традиційним є підхід, що ціна як економічна категорія належить до грошового вимірювання вартості товару та визначає стан і зміни ринкових показників та конкурентної ситуації на ньому.

Стрімкі темпи автоматизації виробничо-господарських процесів, їх роботизація та комп'ютерний інструментарій обробки інформації, особлива інтеграція ринків в інформаційному середовищі та кіберпросторі мережі Інтернет створюють нові методи одержання конкурентних переваг, серед яких є гнучке ціноутворення згідно нових правил: реалізація принципів та системи постійно мінливих тарифів та цін залежно від кількості активних, доступних пропозицій; обсягів купівлі-продажу; політики конкурентів та інших домінуючих факторів [5;13;19].

Відповідно, на сучасному етапі становлення інформаційного суспільства вплив ринкових механізмів здійснюється як активне стимулювання, під впливом якого суб'єкти підприємництва, що здійснюють діяльність на власний ризик та для цілей отримання прибутку, зобов'язані функціонувати в підсумковому результаті на користь різних категорій споживачів, що також пояснюється прагненням учасників ринку до зростання добробуту.

Прагнення багатьох цивілізованих країн світу до досягнення цілей гармонійного розвитку міжнародної економіки та інформаційного суспільства потребує створення високого рівня системи соціального захисту населення, а це передбачає одночасно перехід до розбудови соціально-орієнтованої економіки [8; 20; 25]. Такому типу соціально-економічного розвитку, має відповідати модель економіки, за умов якої переважатиме приватна форма власності на ринку одночасно із використанням значної частки державної власності та достатнім державним регулюванням, що спроможне забезпечити досягнення високого рівня науково-технічного прогресу в країні і розбудову соціально-орієнтованого інформаційного суспільства на засадах принципів сталого економічного розвитку.

Таким чином, вивчення наукових праць із дослідження ринку в контексті розвитку соціально-економічних систем дозволяє виділити

сутність, особливості взаємодії складових елементів, домінантні ознаки і параметри функціонування сучасного ринку як системи нового типу, побудованій на інформаційній взаємодії її складових елементів.

В економіці нашої країни впродовж тривалого періоду часу активно відбувається становлення ринку як фундаментальної основи моделі соціально-орієнтованої економіки. Зазначені трансформації потребують проведення ґрунтовних системних реформ, оновлення соціальної політики, додержання принципів сталого розвитку, а також інноваційних соціально-економічних перетворень для цілей створення підприємств і організацій нового типу та розбудови оптимального привабливого конкурентного середовища для ведення підприємництва.

Світова практика формування ринкових відносин підкреслює, що становлення соціально орієнтованої економіки в нашій країні є можливим тільки при додержанні умов реалізації принципів сталого розвитку, консолідації соціально-економічних інтересів, які мають бути спрямовані на інтегрованість національного ринку з міжнародним за умов глобальної інформатизації та забезпечення раціональних засад використання природно-економічного потенціалу в планетарному масштабі. Для цілей досягнення вищого рівня соціально-економічного розвитку на підприємствах повинен використовуватись сучасний інструментарій комп'ютерних технологій, спроможний підняти сучасну систему управління фінансово-економічними процесами підприємств на якісно новий рівень.

## 1.2 Інтернет-технології як складова цифрового інформаційного простору суб'єктів господарювання

Динамізм і багатоаспектність процесу глобалізації підкреслюють основні тенденції розвитку нової епохи комп'ютерних технологій. В

післявоєнний період для національної економіки комп'ютеризація соціально-економічних процесів виступатиме важливою умовою, а також фундаментом подальшого економічного зростання.

Україна впродовж тривалого періоду (останніх декілька десятиліть) відзначалась потужним ресурсним та економічним потенціалом, який в післявоєнний період ще підлягатиме відновленню. Тому найважливішим завданням економічної політики вітчизняних підприємств як повноправних учасників глобального економічного простору є їх інформатизація з використанням новітніх технологічних платформ за умов розвитку інформаційного суспільства та цифрової економіки. Динамічний розвиток інформатизації, оцифрування соціально-економічних процесів як основні характеристики інформаційного суспільства, передбачають розробку такої стратегії, яка змогла б в повоєнний період підняти всі галузі національної промисловості на більш якісний рівень функціонування на принципах сталого розвитку.

Реалізація поставлених цілей також потребує проведення системних реформ, соціально-економічних трансформацій, створення підприємств нового типу та створення умов для високорозвиненого конкурентного середовища підприємництва.

Практика переходу на ринкові відносини показує, що побудова інформаційного суспільства, соціально орієнтованої економіки в площині реалізації принципів сталого розвитку в нашій країні можлива тільки на основі консолідації ресурсів і соціально-економічних інтересів [23; 26].

З метою досягнення більш якісного соціально-економічного рівня розвитку в національній науці та практиці необхідно використовувати сучасний інструментарій ефективного управління фінансово-економічними процесами, в основі якого мають бути покладені новітні комп'ютерні технології [7; 8; 11].

Відповідно, розвиток кожного підприємства в повоєнний період як повноправного учасника ринкових взаємовідносин потребує удосконалення і

перебудови системи управління та бізнес-процесів із врахуванням новітніх досягнень науково-технічного прогресу. Тому, потребують подальшого удосконалення сучасні методи управління виробничо-господарською діяльністю, організація і механізми її інформаційного забезпечення, принципи формування організаційної структури та активізація запровадження цифровізації економічних процесів. Відповідно, всі суб'єкти підприємництва, незалежно від форми власності та масштабу ведення бізнесу, вже на сьогоднішній день здійснюють оцінювання впливу як проблемних, так і позитивних аспектів цифрової економіки, які особливо проявляються в процесі їх практичного використання в сфері послуг. Основні проблемні аспекти та шляхи їх вирішення систематизовані в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Проблемні аспекти розвитку цифрової економіки та шляхи їх вирішення

Проблемні аспекти цифровізації	Можливі шляхи вирішення проблем
З оновленням технологій зростає ймовірність кібератак і порушень безпеки в електронному середовищі	Захист особистих даних клієнтів та безпека операцій – основоположні завдання для власників
Автоматизація виробничо-господарських процесів та підвищення їх ефективності	Швидкі темпи технологічних змін можуть реалізовуватись шляхом навчання персоналу на постійній основі, розвиток індустрії освіти
Зростання очікувань клієнтів стосовно персоналізованого обслуговування в електронній комерції	Розробка ефективних методів збору та аналізу даних для створення індивідуальних пропозицій та послуг
Зростання очікувань клієнтів стосовно розширення можливостей використання мобільних пристроїв	Забезпечення оптимального інтерфейсу та функціоналу для мобільних додатків та веб-сайтів
Швидкозмінні умови ринку	Розробка системи гнучких тарифів та ефективне управління цінами

Джерело: побудовано автором на основі [2, с. 29-30]

Нормативно-правовою базою України закріплено, що для цифрового розвитку передбачено виконання комплексу завдань, реалізація якого позитивно вплине на суспільство, бізнес, економіку та загалом на всю життєдіяльність країни. На сьогоднішній день також визначено система цілей цифрового розвитку, які представлені на рис. 1.3. Досягнення поставлених цілей дозволить реалізувати основні принципи цифрової економіки у форматі розбудови інформаційного суспільства.

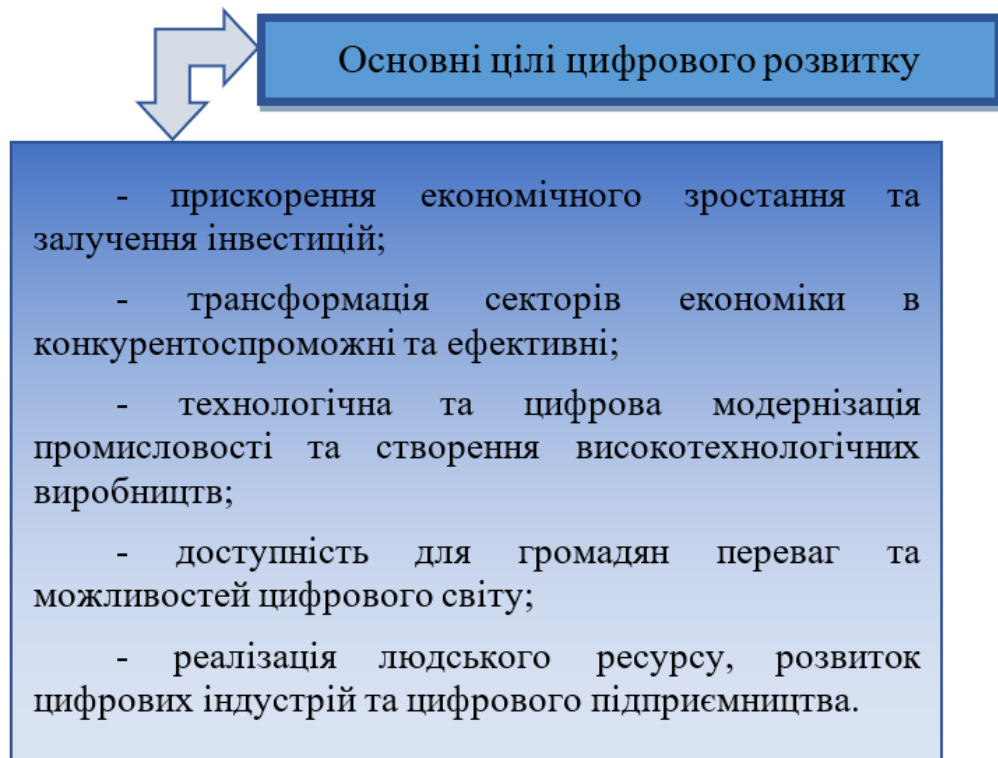


Рисунок 1.3 – Система цілей цифрового розвитку за умов формування інформаційного суспільства

Джерело: [26]

Дані цілі можуть бути реалізовані тільки на системному підході, тому становлять систем у цілей. Ні одна із цілей не може бути досягнута автономно.

В нормативно-правових документах [26; 27] зазначається, що ті сектори економіки, у яких використовуються цифрові технології, мають вищу продуктивність, зростають швидше, якісніше та дешевше. Сфери життєдіяльності, зокрема транспорт, медицина, освіта, яким характерні

трансформаційні процеси в напрямі розвитку завдяки цифровим технологіям, здатні створювати нову цінність і якість та стають набагато ефективнішими.

На сучасному етапі розбудови інформаційного суспільства спостерігається тенденція до інтеграції різних типів інформаційних технологій в інтегрований єдиний комплекс, зорієнтований на технологічну взаємодію всієї сукупності об'єктів, що створені пристроями збирання, передачі, обробки, зберігання і накопичення даних, їх захисту, а також забезпечують створення інтегрованих комп'ютерних систем обробки даних значних обсягів та великої складності, а також необмежених експлуатаційних можливостей з метою реалізації і подальшого розвитку процесів управління, і створення цифрових платформ.

До ключових характеристик цифрових платформ слід віднести наступні: ресурсоутворення; мережева структура; мережевий ефект; токенизація (один із напрямків, який буде поширений у майбутньому); внутрішня валюта; «win-win-win-win» – виробник продукту – продавець – покупець продукту – власник платформи; капіталізація даних, дані – ресурс; платформа масштабування – інтернет.

За таких умов, ми можемо зазначити, що в інформаційному суспільстві відбувається перехід від лінійної до мережевої моделі формування цінності, що, відповідно, передбачає перехід: від акценту на високу якість внутрішнього бізнес-процесу до удосконалення зовнішніх комунікацій із партнерами та між іншими користувачами платформи; від максимізації індивідуальної споживчої цінності до загальної споживчої цінності всієї цифрової системи.

Таким чином, кожен учасник сучасного ринку має мережу, яка охоплює: постачальників, консультантів, покупців, органи державного управління, посередників, і т.д. Така спільність інтересів, а також вимога до необхідності працювати в мережі, має забезпечуватись технічними можливостями підприємства (рис. 1.4). Як видно із рисунка, мережеві зв'язки між учасниками набувають інформаційного та особливого характеру і

потребують відповідного удосконалення багатьох економічних процесів. Метою функціонування та розвитку мережі є набуття її всіма учасниками конкурентних переваг, першочергово, внаслідок можливості координації ресурсів між всіма учасниками всередині мережі.

Основним критерієм оптимізації функціонування і структури мережевої системи є рівень задоволення інтересів та досягнення цілей кожним суб'єктом мережі. Тому кожного учасника мережі слід вважати потенційним партнером для подальшої співпраці і, відповідно, потенційним джерелом ресурсів.

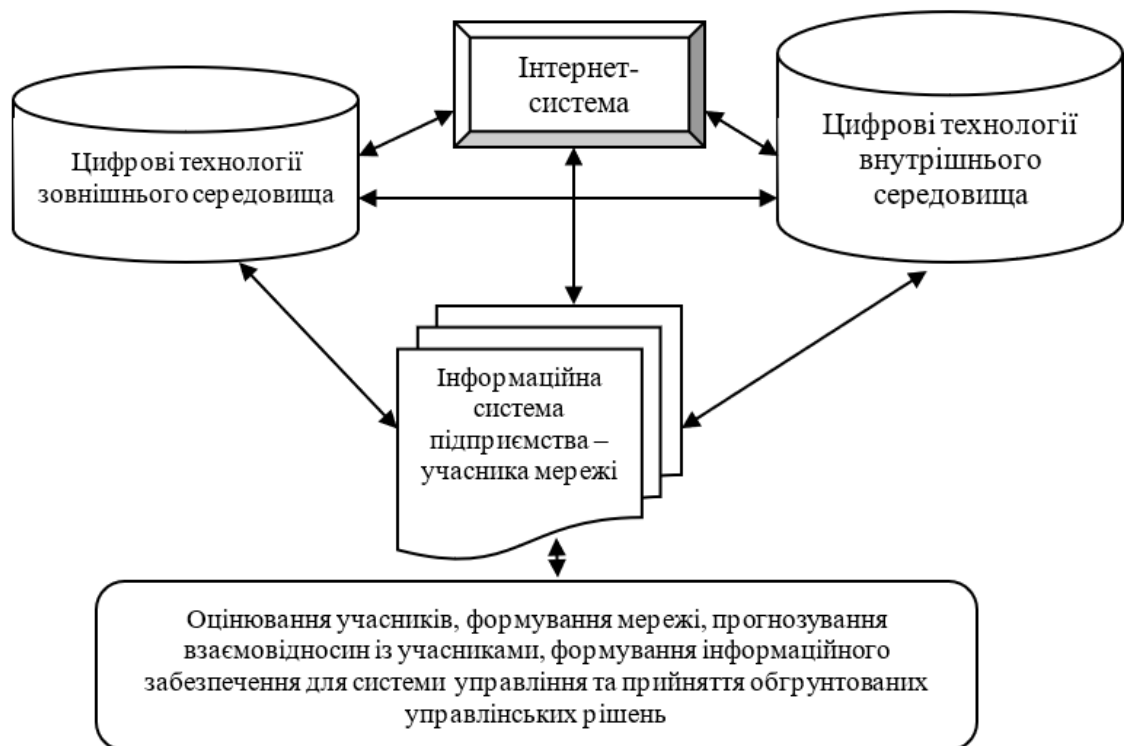


Рисунок 1.4 – Архітектура мережевої взаємодії суб'єкта підприємництва як учасника цифрової платформи

Джерело: побудовано автором за [7; 9; 11; 12; 15]

Як зазначалось нами раніше, мережа – швидка та ефективна система зв'язку, і кожен її учасник може використовувати інструментарій мережі для цілей поширення й збору інформації. Зокрема, виробничі компанії можуть здійснювати обмін інформацією про найвищі досягнення та найкращі технологічні процеси, а також про удосконалення підходів в системі ціноутворення, методи організації виробництва, організацію спільних виставок, організацію наукових розробок,

енергозбереження виробництва, тощо. І все зазначене в кінцевому результаті сприятиме зростанню прибутковості, підвищенню ефективності системи управління та успішності кожного учасника мережі.

До основних напрямів розвитку сучасних цифрових платформ нашої країни до кінця 2025 року слід віднести наступні: електронна взаємодія бізнесу (e-invoicing, e-docflow, e-contracting); цифрові платформи електронних послуг для ведення бізнесу (FinTech, LegalTech, InsurTech, в тому числі, із використанням актуальних технологій блокчейн (смарт-контракти та ін.); платформи смарт-логістики та e-supply chain; платформи забезпечення життєдіяльності; цифрові промислово-виробничі платформи (міжгалузеві та галузеві системи управління бізнес-процесами, виробничими, управлінськими та іншими процесами) [11; 13]. Реалізація зазначених напрямків передбачає цифровізацію міжкорпоративної, міжорганізаційної (в деяких випадках міжгалузевої) взаємодії суб'єктів економічної діяльності.

Отже, комплекс інформаційних систем, які охоплюють цифрові платформи, інформаційно-комунікаційні технології та, зокрема, всесвітню мережу «Інтернет», спроможні забезпечити процес інформатизації всіх рівнів управління суб'єктами економічної діяльності.

Відтак, технології шостого технологічного укладу, охоплюють не тільки, власне, повне задоволення інформаційних потреб користувачів з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, але одночасно змінюють управління економічними і соціальними процесами, спосіб виробництва, створюють нові форми співпраці і комунікацій між економічними суб'єктами. Це приводить до форсованого революційного розвитку, потенціал якого може бути повністю реалізований в повоєнний період.

Основні технології шостого технологічного укладу представлено на рис. 1.5. Як засвідчує досвід багатьох компаній, найбільш перспективними технологіями для їх застосування на ринку послуг є машинне навчання і

штучний інтелект (Machine Learning / Artificial Intelligence), технології обробки великих даних (Big Data), смарт-контракти і блокчейн технології.

Великі дані (Big Data) можуть охоплювати великі обсяги інформації (як неструктурованої, так і структурованої) надзвичайно великих розмірів, що традиційні підходи і способи (які здебільшого побудовані на рішеннях класу аналітики бізнесу і системах управління базами даних), відповідно, не можуть використовуватись до них [32]. Також штучний інтелект (AI) надзвичайно ефективний у вирішенні складних проблем, що пов'язані із значними обсягами даних, а також із чітко визначеними показниками успіху.

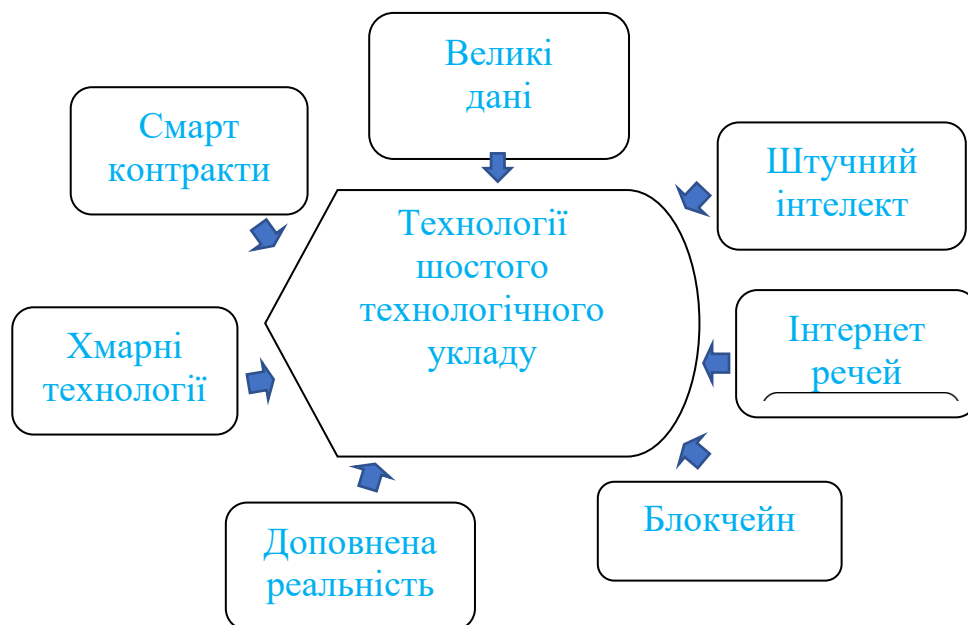


Рисунок 1.5 – Основні технології шостого технологічного укладу

Джерело: [16, с.108; 31]

Так, зокрема, за допомогою машинного навчання та аналізу великих даних штучний інтелект може допомогти малим і великим компаніям прогнозувати доходи від надання послуг та податкове навантаження із високою точністю [32]. Також штучний інтелект може бути використаний для виявлення шаблонів поведінки, що можуть вказувати на ризики, пов'язані із трансферним ціноутворенням, а також допомогти автоматизувати

складні, рутинні завдання, які пов'язані із податковим обліком доходів від надання послуг, збільшуючи ефективність і зменшуючи помилки.

Також штучний інтелект може надавати актуальні аналітичні і статистичні дані на основі інформації для прийняття обґрунтованих рішень щодо обраних джерел, опрацьовуючи величезні масиви даних; штучний інтелект також може виявити нові можливості за напрямками заощаджень коштів, визначити потенціал для цілей оптимізації чи узгодження внутрішніх бізнес-операцій, в тому числі для великих організацій із багатьма бізнес-підрозділами, або ж складним географічним розташуванням; також може автоматизувати значну кількість трудомістких завдань, зокрема, щомісячні процеси чи звіти про обсяги реалізації послуг, ефективність закупівель ресурсного забезпечення. AI може виявити резервні ресурси закупівель для цілей більш творчих чи стратегічних завдань, зокрема, для забезпечення ефективного управління відносинами із ключовими постачальниками; також може допомагати закупівельним організаціям одержати зусім нові джерела інформації, наприклад, що надходять із зовнішніх джерел даних, до яких можна віднести інтернет; маючи зв'язок із значною кількістю зовнішніх джерел даних, AI може допомагати здійснювати вибір нових постачальників або ж виявляти нові ринки для виходу на них, тощо [33].

Зазначимо, що машинне навчання – це особлива підмножина штучного інтелекту із перспективним запровадженням на ринку послуг. Це застосування автоматичної статистики, яка самонавчається, для цілей вирішення конкретних задач чи виявлення шляхів підвищення ефективності роботи. Використовуючи машинне навчання (ML), менеджмент сфери послуг може обґрунтувати найвищу оптимальність як собівартості послуг, так і одержання доходів та ціноутворення.

Використання машинного навчання також може забезпечити досягнення оптимального збалансування між короткостроковими вигодами і довгостроковою співпрацею через:

- збирання даних про можливих та найбільш вигідних постачальників і споживачів послуг;
- виявлення неточностей у обліковій документації або цінах;
- аналіз ризиків виконання контрактів та шляхів їх подолання;
- використання різних додатків, наприклад чат-ботів, що спрощують конкурсні процедури.

Проте, перспективним напрямом впровадження технологій штучного інтелекту і великих даних є не тільки спрощення роботи сфери послуг із пошуку ризикових контрактів, а також максимально можлива автоматизація бізнес-процесів як таких. Тому для даних цілей можливим є використання наступної технології 6-го технологічного укладу, або ж 4-ї промислової революції – це смарт-контракти.

Загалом, смарт-контракт являє собою комп'ютерний протокол, що на підставі математичних алгоритмів, як переведені в комп'ютерний код, індивідуально проводить операції із їх повним контролем виконання [1]. Вони можуть бути важливими в сфері управління на ринку послуг, оскільки дозволяють повністю автоматизувати процеси і забезпечити об'єктивність та ефективність. Зокрема, смарт-контракти можуть використовуватись для цілей автоматичного здійснення платежів при виконанні певних вимог.

Використовуючи потенціал штучного інтелекту, формування смарт-контрактів, аналізу великих даних, алгоритмів машинного навчання, можна забезпечити ефективність та високий рівень управління сферою послуг на сучасному ринку.

Отже, на сьогоднішньому етапі інформатизації та цифровізації економічних процесів, розбудові інформаційного суспільства важливим є подальший розвиток та удосконалення загальної концепції управління, що об'єднує всі функції і завдання, які пов'язані із діяльністю суб'єкта господарювання на ринку послуг, а також його комунікаціями й взаємозв'язками із виробниками, постачальниками та покупцями. Порушення такої взаємодії може призвести до втрати конкурентних переваг і аж до

суттєвого зниження ефективності функціонування підприємства. Тому слід зробити висновок про те, що новітні інформаційні системи стимулюють створення «соціального капіталу», який, не маючи багатьох основних ознак капітального блага, що є обов'язковими із позицій неокласичної теорії, за своєю сутністю, набуває того ж соціального значення в успішній діяльності підприємства, як і інші активи, включаючи людський, фізичний та грошовий капітал [8].

Як видно, сучасні технологічні, функціональні можливості цифрової економіки надають змогу істотно підвищувати рівень прозорості функціонування підприємництва через застосування новітніх інтернет-технологій, штучного інтелекту, формуючи при цьому цифровий простір – як місце і платформи, де всі учасники мережевого об'єднання на технологічній основі взаємодіють з інформацією через інтернет чи різні пристрої (смартфони, комп'ютери, планшети).

У підсумку також варто зазначити, що суб'єкти сучасного бізнесу та організації економіки нового типу зобов'язані адресно долати опір тим змінам, які належать до прогресивних, опираючись на незалежні, результативні науково-технологічні дослідження, що мають виступати як культурний цифровий імператив. Це дозволить всім учасникам бути успішними в сучасній моделі цифрової трансформації і сприяти ефективній модернізації соціально-економічних процесів в умовах глобалізації світової економіки.

### 1.3 Напрями використання Інтернет-технологій як важливого інструменту реалізації послуг на сучасному ринку

На розвиток підприємств, як виробничої сфери, так і сфери послуг, в умовах стрімкої глобалізації інформаційно-технологічного простору спричиняють потужний вплив новітні Інтернет-технології. Вони суттєво змінюють умови досягнення конкурентоздатності підприємства на сучасному

ринку і виступають досить великим і вагомим чинником, який має пряму залежність із підвищенням ефективності діяльності. Для кожного підприємства глобальна мережа Інтернет постає одним із найефективніших засобів реклами та комунікації. Тому для кожного господарюючого суб'єкта постає завдання виділення найважливіших, перспективних напрямів ефективного використання мережі Інтернет в практичній діяльності.

Стрімкий розвиток сучасних технологій привів до того, що ринок послуг урізноманітнюється більш швидкими темпами, чим ринок товарів, тому послуги на сьогоднішній день становлять панівну частину світової економіки. Також послугам більш характерна інноваційність, під чим у сфері послуг розуміється як вектор стійкого зростання, а також як джерело конкурентних переваг на рівні економіки, фірми чи галузі. Для дослідження напрямів використання інтернет-технологій як важливого інструменту реалізації послуг на сучасному ринку, необхідним є визначення сутності поняття «послуги». О. Б. Моргулець систематизував основні підходи щодо визначення змісту даного поняття (табл. 1.2). Як видно із інформації таблиці, послуги не мають фізичної субстанції, виступають об'єктом невідчутних дій, для їх надання використовуються різноманітні ресурси, і послуги мають вартісну оцінку. Але послуги мають мету надання, в ході виконання послуг може бути задіяно значну кількість учасників і систем.

Отже, як видно із табл. 1.2, основними характеристиками послуг виступають:

- процес надання послуг;
- нематеріальні активи;
- грошова оцінка;
- погодження діяльності між економічними одиницями;
- сукупність робіт;
- задоволення потреб клієнта;
- користь, запропонована клієнту;
- будь-який захід або вигода;

- виробництво послуг може бути, а може і не бути. Але за результатами аналізу підходів вчених щодо сутності послуги, ми можемо зробити висновок, що послуга повинна приносити користь, і послуга обов'язково має вартісне вираження. Інтернет-технології сьогодення вже є необхідним інструментом для розвитку та вдосконалення сучасного ринку послуг.

Таблиця 1.2 – Тракткування сутності «послуга» у працях вчених

Автор	Підхід
Р. Малері	Послуги – це нематеріальні активи, що виробляються з метою збуту. Нематеріальні активи (або невідчутна цінність) – це цінність, яка не є фізичним об’єктом, але має вартість – грошову оцінку
К. Гренроос	Послуга – процес, що складається з серії невідчутних дій, які за необхідності виникають між споживачем і обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системою підприємства – постачальником послуг
Т. Хилл	Послуги – це зміна стану особи або товару, що належить певній економічній одиниці, яка виникає в результаті діяльності іншої економічної одиниці з попередньої згоди першої. Іншими словами, це сукупність робіт, що виконуються для задоволення потреб клієнта і мають певну вартість
К. Лавлок	Послуга – це вид економічної діяльності, яка створює цінність і забезпечує визначення переваг для споживача в конкретний час і в конкретному місці в результаті відчутних або невідчутних дій, направлених на отримання послуги чи товару
Р. Нормани	Послуга – це користь, запропонована клієнту організацією сфери послуг
Ф Котлер.	Під послугою необхідно розуміти будь-який захід або вигоду, яку одна сторона може запропонувати іншій і які в основному невідчутні й не призводять до оволодіння будь-чим. Виробництво послуг може бути, а може й не бути пов’язане з товаром у його матеріальному вигляді
М. М. Іванов	Під послугою розуміється діяльність, направлена на задоволення потреби через надання (виробництво) відповідно до цієї потреби благ
П. А. Мягков	Послугою можна вважати діяльність, результати якої не мають матеріального вираження, реалізуються й споживаються в процесі здійснення цієї діяльності

Джерело: [22, с. 17]

Вони суттєво розширюють можливості взаємозв’язку з цільовою аудиторією споживачів через цифрові канали, при цьому надаючи широкий

спектр інструментів для цілей ефективного комунікування і рекламування різноманітних послуг.

Застосування новітніх Інтернет-технологій дозволяє активно створювати персоналізовані кампанії, що адаптовані до унікальних інтересів та потреб споживачів різних категорій, що сприяє покращенню взаємодії між всіма учасниками процесу надання послуг та збільшенню конверсії.

Ми поділяємо позицію О. Кульчицького, що послуги, на відміну від продукції і товарів, споживаються та виробляються переважно одночасно, під впливом чого виникає значна кількість особливостей їхнього виробництва і управління.

До найважливіших особливостей послуг як спеціального виду продукту слід віднести невіддільність виробництва і споживання, невідчутність, нездатність до тривалого зберігання та високий ступінь ризику, невизначеності і мінливості. Такі відмінності в ступені інтеграції клієнтів й різноманітності варіантів послуг викликають різні типи послуг. Загалом виділяється чотири різних типи послуг [17, с. 166]:

- послуги, що орієнтовані на процеси: це інтеграція зовнішнього чинника, проте різноманітності є низькими, відповідно, використовується високостандартизований процес створення послуги;

- послуги, зорієнтовані на клієнтів: уніфікація послуг, коли через високу інтенсивність контактів і незначну різноманітність пропонується чітко визначена кількість стандартизованих послуг, на які вплив клієнтів обмежується;

- послуги, зорієнтовані на гнучкість: послуги, що надаються, мають велику кількість варіантів, тому акцент здійснюється на ефективний і систематичний спосіб формування варіантів (модуляція);

- послуги, що зорієнтовані на знання: вони визначаються високою інтенсивністю контактів, а також значною різноманітністю, тому за таких умов стандартизація є надскладною, оскільки потребується значна кількість налаштувань.

Впродовж останніх років відбувся суттєвий перехід як від продуктової економіки до нової економіки на основі послуг, і також до економіки, яка використовує цифрові послуги. Такий перехід відбувається із наявністю широкої доступності до комп'ютерів та завдяки широко розповсюдженого Інтернету. Ці складові разом формують цифрову інфраструктуру, яка спроможна надавати цифрові послуги різними і новими способами.

Цифрові технології пропонують застосовувати більш нові способи взаємовідносин із клієнтами, а також пропонують об'єднати ресурси із різних платформ до багатьох скоординованих складних сервісних систем для цілей підвищення загальної кількості ініціатив та пропозицій.

Також цифрові технології пропонують безліч нових способів для виробників послуг та орієнтованих на виробництво послуг компаній з метою досягати оптимізації в даних процесах та пропонувати цінність від використання тієї чи іншої послуги.

Інтернет-технології забезпечують появу багатьох інноваційних послуг, які відбуваються за тієї умови, якщо здійснюється поєднання цифрових технологій із наявними продуктами чи практиками компаній для цілей досягнення нової мети і встановлення нових умов функціонування суб'єктів господарювання. Відповідно, в наукових працях є окремі підходи до розуміння сутності цифрової та електронної послуги (табл. 1.3)

Сучасні тенденції ведення підприємницької діяльності характеризуються виявленням та задоволенням споживачами власних потреб у послугах шляхом використання мережі Інтернет, внаслідок чого акцент ведення підприємницької діяльності перемістився на цифрові канали і цифрові джерела доходу.

Стрімкі темпи поширення цифрової економіки відкривають для споживачів цифрові послуги та продукти, що стимулює підприємства для пошуку більш нових конкурентних переваг у сучасному цифровому просторі.

Таблиця 1.3 – Трактування сутності термінів «цифрова та електронна послуга»

Поняття	Визначення терміна
Електронна послуга	Послуга, яка використовує інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ). Три основні компоненти електронних послуг – постачальник послуг, приймач послуг та канали надання послуг (тобто технологія)
	Послуга, яка виробляється, надається або споживається за допомогою використання ІКТ-мереж, таких, як Інтернет-системи та мобільні рішення
Цифрова послуга	Електронне надання інформації, включаючи дані та вміст, на різних платформах та пристроях, таких, як Інтернет або мобільний телефон
Цифрова послуга	Послуга, яка може надаватися через інформаційну інфраструктуру, наприклад Інтернет, включаючи надання цифрової інформації та транзакційних послуг через різні платформи, пристрої та механізми надання (наприклад, веб-сайти, мобільні додатки та соціальні медіа)
	Публічна послуга, що надається в електронному вигляді через Інтернет, яка пропонує простий та доступний спосіб для громадян взаємодіяти з громадським сектором
	Це повністю автоматизована система, яка контролюється замовником послуги
	Послуга, яка отримується та/або організуються за допомогою цифрової транзакції (інформація, програмні модулі або товари широкого вжитку) через Інтернет-протокол
	Діяльність або вигода, яку одна сторона може надати іншій, тобто надається за допомогою цифрової транзакції
Державна цифрова послуга	Надання послуг <u>у рамках</u> уряду, а також між урядом і громадськістю, з використанням інформаційних і комунікаційних технологій

Джерело: [17, с. 169-170]

Як видно із табл. 1.3, визначення електронної та цифрової послуги об'єднуються такими спільними технічними ознаками, як: організація цифрової транзакції; компоненти електронних послуг; інформаційна інфраструктура ІКТ-мереж, автоматизована система; соціальні медіа, технологія, автоматизація, доступний спосіб, тощо. Проте, суттєвим недоліком визначень сутності термінів цифрова і електронна послуга є відсутність врахування загальної участі зацікавлених сторін для цілей формування нових пропозицій цінності споживачам, а також важливих якісних характеристик даного процесу.

Проте, варто акцентувати увагу на тому, що цифрові технології у підприємницькій діяльності, для цілей надання послуг на сучасному ринку послуг постійно модернізуються та трансформуються у значно важливіше і більше явище, ніж онлайн-продаж послуги – в отримання позитивних соціальних ефектів та результатів.

#### Висновки до першого розділу

В ході проведення дослідження в першому розділі одержано наступні результати. Показано, що однією із найважливіших характеристик сучасного етапу розвитку економіки, яка набуває вирішального впливу на становлення сучасного ринку, є розбудова інформаційного суспільства. На етапі становлення інформаційного суспільства, важливим є висвітлення сутності сучасного ринку як: системи суспільного виробництва, яка побудована поєднанні вільного розвитку підприємництва, обмеженого державного регулювання і досконалої конкуренції; особливих підходів організації та способу мислення, здатних формувати світогляд кожного учасника ринку; способу особливої поведінки фірм та компаній, який визначає критерії обґрунтування та прийняття ними успішних управлінських рішень, а також тип соціально-економічних взаємовідносин між суб'єктами господарювання в суспільстві.

Стрімкі темпи автоматизації виробничо-господарських процесів, їх роботизація та комп'ютерний інструментарій обробки інформації, особлива інтеграція ринків в інформаційному середовищі та кіберпросторі мережі Інтернет створюють нові методи одержання конкурентних переваг, серед яких є гнучке ціноутворення згідно нових правил: реалізація принципів та системи постійно мінливих тарифів та цін залежно від кількості активних, доступних пропозицій; обсягів купівлі-продажу; політики конкурентів та інших домінуючих факторів.

Прагнення багатьох цивілізованих країн світу до досягнення цілей гармонійного розвитку міжнародної економіки та інформаційного суспільства потребує створення високого рівня системи соціального захисту населення, а це передбачає одночасно перехід до розбудови соціально-орієнтованої економіки. Динамізм і багатоаспектність процесу глобалізації підкреслюють основні тенденції розвитку нової епохи комп'ютерних технологій. В післявоєнний період для національної економіки комп'ютеризація соціально-економічних процесів виступатиме важливою умовою, а також фундаментом подальшого економічного зростання.

Отже, комплекс інформаційних систем, які охоплюють цифрові платформи, інформаційно-комунікаційні технології та, зокрема, всесвітню мережу «Інтернет», спроможні забезпечити процес інформатизації всіх рівнів управління суб'єктами економічної діяльності.

Для кожного підприємства глобальна мережа Інтернет постає одним із найефективніших засобів реклами та комунікації. Тому для кожного господарюючого суб'єкта постає завдання виділення найважливіших, перспективних напрямів ефективного використання мережі Інтернет в практичній діяльності.

Стрімкий розвиток сучасних технологій привів до того, що ринок послуг урізноманітнюється більш швидкими темпами, чим ринок товарів, тому послуги на сьогоднішній день становлять панівну частину світової

економіки. Також послугам більш характерна інноваційність, під чим у сфері послуг розуміється як вектор стійкого зростання, а також як джерело конкурентних переваг на рівні економіки, фірми чи галузі. Інтернет-технології сьогодення вже є необхідним інструментом для розвитку та вдосконалення сучасного ринку послуг.

Застосування новітніх Інтернет-технологій дозволяє активно створювати персоналізовані кампанії, що адаптовані до унікальних інтересів та потреб споживачів різних категорій, що сприяє покращенню взаємодії між всіма учасниками процесу надання послуг та збільшенню конверсії.

Впродовж останніх років відбувся суттєвий перехід як від продуктової економіки до нової економіки на основі послуг, і також до економіки, яка використовує цифрові послуги. Такий перехід відбувається із наявністю широкої доступності до комп'ютерів та завдяки широко розповсюдженого Інтернету. Ці складові разом формують цифрову інфраструктуру, яка спроможна надавати цифрові послуги різними і новими способами.

Цифрові технології пропонують застосовувати більш нові способи взаємовідносин із клієнтами, а також пропонують об'єднати ресурси із різних платформ до багатьох скоординованих складних сервісних систем для цілей підвищення загальної кількості ініціатив та пропозицій.

Також цифрові технології пропонують безліч нових способів для виробників послуг та орієнтованих на виробництво послуг компаній з метою досягати оптимізації вданих процесах та пропонувати цінність від використання тієї чи іншої послуги.

Проте, варто акцентувати увагу на тому, що цифрові технології у підприємницькій діяльності, для цілей надання послуг на сучасному ринку послуг постійно модернізуються та трансформуються у значно важливіше і більше явище, ніж онлайн-продаж послуги – в отримання позитивних соціальних ефектів та результатів.

2 Особливості діяльності та використання інтернет-технологій в сфері надання послуг Хмельницьким обласним науково-методичним центром культури та мистецтв

2.1 Розвиток та соціально-економічне значення діяльності Хмельницького обласного науково-методичного центру культури та мистецтв

У вересні 2020 року Хмельницькому обласному науково-методичному центру культури і мистецтва (далі – Хмельницькому центру культури та мистецтва) виповнився 81 рік.

Свою історію становлення та розвитку заклад розпочав у 1939 році як Проскурівський будинок народної творчості обласного значення. Він став епіцентром культурного життя та мистецтва краю. На той він охоплював 1509 клубних установ, в структурі яких функціонували понад 2000 гуртків художньої самодіяльності, в яких приймало участь 59 000 осіб. Фахівці будинку народної творчості активно проводили переважну більшість часу у сільських клубах і будинках культури, надаючи при цьому практичну, а також методичну допомогу аматорським колективам.

У час Другої Світової війни будинок народної творчості не функціонував, і тільки із травня 1944 року знову почав свою діяльність. Вже 60-ті роки минулого століття відзначились справжнім розквітом аматорства та активних народних свят і обрядів на Хмельниччині.

Рішенням Хмельницької обласної ради 26 вересня 2002 року на базі перейменованого Проскурівського будинку народної творчості створено Хмельницький центр культури і мистецтва.

Сьогодні центр виступає активним учасником культурно-мистецького життя Хмельницької області. Надбаня попередніх десятиліть залишаються

актуальними і вкрай необхідними для популяризації відроджених традицій та звичаїв, розвитку аматорського мистецтва, впровадженні новацій, координації діяльності мистецьких навчальних закладів, пам'ятко-охоронній діяльності, підвищенні кваліфікації працівників галузі. Це високий рівень нинішнього Хмельницького науково-методичного центру культури і мистецтва.

Серед глобальних культурно-мистецьких проєктів Хмельницького центру стали: «Щорічні урочистості до Дня Державного Прапора України та Дня Незалежності України, Дня Соборності України, Дня захисника України, заходи, приурочені Дню Героїв Небесної Сотні, річницям Чорнобильської трагедії, дням пам'яті жертв Голодоморів, а також Міжнародний фестиваль національних культур (1998, 2001р.р.), Міжнародна історико-культурна акція «Козацькі забави» (1998 – 2003 р.р.) театралізоване дійство на стадіоні «Квітни, Хмельниччино мила моя, хвала тобі вічна і слава» та ін.» [24].

Хмельницький центру культури та мистецтва розпочав багато цікавих інноваційних проєктів: «Регіональний конкурс чоловічої естетики «Аполлон» (1997 – 2010 р.р.), обласний конкурс краси «Перлина Поділля» (1998 – 2006 р.р.), дитячий конкурс краси та талантів «Пан і Панночка Подолянчики» (2001 – 2014 р.р.), обласний конкурс виконавців на струнно-смичкових інструментах ім. Г. Кротенка – учнів мистецьких шкіл» (2019 р.), фестиваль «Ізяслав-FEST» (2019 р.), Всеукраїнський фестиваль-конкурс естрадної пісні ім.М.Мозгового (2019 р., 2021 р.), Відкритий обласний фестиваль-конкурс мистецтв «Кришталева зірка» та інші» [24].

Впродовж досліджуваного періоду фахівці Хмельницького науково-методичного центру культури і мистецтва завжди надають методичну та практичну допомогу працівникам 1056 клубних закладів, 3334 аматорських колективів, у т. ч. 243 – із званням «Народний аматорський» і 98 – із званням «Зразковий», а також 59 мистецьких шкіл.

При Хмельницькому центру культури і мистецтва працюють: на правах дорадчих органів – художньо-методична рада; народна аматорська студія «Рукотвори»; народний аматорський колектив «Чумаки»; громадські ради директорів міських і районних будинків культури, а також директорів мистецьких навчальних закладів.

Надзвичайно велике значення в організації культурно-мистецьких подій мають хореографічної спілки та обласні відділи Національних спілок майстрів України.

У 2019 році у склад Хмельницького центру культури і мистецтва ввійшов відділ охорони пам'яток, що здійснює наукову діяльність в напрямі збереження, виявлення і популяризації пам'яток культури, археології, історії, мистецтва. Їх на території області нараховується 2896, із них 193 – це пам'ятки національного значення і 3 – всесвітнього.

На сьогоднішній день колектив Хмельницького центру культури і мистецтва досягає нових творчих здобутків, забезпечуючи духовно-естетичні потреби різних за віком категорій населення, а також за національністю, професіями та уподобаннями.

Це поліфункціональний заклад, який відомий за межами Хмельниччини, як на території України, так і далеко за кордоном. Він спрямовує свою діяльність на впровадження регіональних та державних програм розвитку культури, мистецтва, художньої творчості, координацію і вивчення процесів культурного розвитку області, розвиток і збереження аматорського мистецтва, народної творчості, впровадження нових методик та технологій культурно-освітньої роботи, організацію дозвілля, здійснення пам'ятко-охоронної діяльності, забезпечення належного рівня організації та проведення навчально-виховної, творчої діяльності дитячих навчальних, мистецьких закладів, проведення творчих заходів для відзначення знаменних дат, та державних, професійних, народних свят, підвищення кваліфікації працівників культури, розвиток культури національних меншин, підтримку творчої молоді, співпрацю із творчими спілками і осередками.

Праця фахівців Хмельницького центру культури і мистецтва була оцінена дипломом Всеукраїнського свята «Сузір'я дружби» і відзнакою Міністерства культури України, багатьма грамотами і подяками. У 2011 році творчий колектив Хмельницького центру культури і мистецтва нагороджений дипломом лауреата Всеукраїнського огляду-конкурсу центрів народної творчості і культурно-освітньої роботи за одержане II місце. На сьогоднішній день Хмельницький центр культури і мистецтва являє собою високопрофесійний колектив талановитих однодумців, фахівців, що впевнено дивиться у майбутнє, примножуючи та передаючи в спадок нащадкам все саме найкраще, саме найдобріше, що несе в собі українська культура.

Діяльність центру забезпечується наступними відділами ( табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Відділи Хмельницького центру культури і мистецтва та їхні функції і завдання

Назва відділу	Основні функції
Відділ методичного забезпечення клубних закладів	Здійснює інформаційно-методичне забезпечення діяльності клубних закладів: надає методичну та практичну допомогу у забезпеченні діяльності клубних закладів області, проводить аналіз статистичних даних та текстових звітів про діяльність клубних установ, здійснює керівництво методичними структурами та кабінетами базових клубних закладів територіальних громад
Сектор креативних індустрій	Здійснює: пошук, розробку та впровадження сучасних форм культурно-дозвілдової діяльності, видовищних проєктів та шоу-програм різноманітної направленості; моніторинг та написання міжнародних конкурсних та грантових програм, а також моніторинг діяльності закордонних організацій культурно-мистецького та культурно-просвітницького спрямування; проектування відповідного товару культурно-дозвілдової діяльності, просування його на ринок потреб
Методичний відділ мистецької освіти та підвищення кваліфікації	Відділ вивчає та координує процес розвитку початкової ланки спеціальної мистецької освіти області, працює над вирішенням перспективних питань навчання дітей першооснов музичного, хореографічного, театрального, образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва, всебічно сприяє розвитку обдарованих і талановитих учнів. Систематично проводяться навчання, консультації та роз'яснення з питань нового змісту та структури початкової мистецької освіти, розробки освітніх програм мистецькими школами області, співпрацює з об'єднаними територіальними громадами з питань розвитку та модернізації мистецьких шкіл.

Продовження табл. 2.1

Відділ народної творчості та нематеріальної культурної спадщини	Пріоритетними напрямками діяльності відділу народної творчості та нематеріальної культурної спадщини є: збереження і популяризація традиційної народної художньої культури; розвиток сучасних видів і жанрів художньої народної творчості; розробка сценаріїв, положень та проведення обласних різножанрових оглядів-конкурсів, конкурсів, фестивалів народної творчості, фольклорних свят та інших мистецьких акцій; збір, обробка і популяризація кращих зразків фольклору; створення бази даних кращих аматорських художніх колективів області; створення бази даних нематеріальної культурної спадщини; участь в організації та проведенні семінарів, майстер-класів, творчих лабораторій з підвищення кваліфікації фахівців клубних закладів області; організація роботи атестаційної комісії з питань присвоєння та підтвердження звання «народний (зразковий) аматорський художній колектив (студія)»; сприяння та рекомендації щодо участі творчих колективів у Всеукраїнських та міжнародних конкурсах.
Відділ охорони пам'яток	Основні завдання відділу: здійснення науково-методичної, науково-дослідницької, просвітницької роботи з метою дослідження, збереження і популяризації пам'яток та об'єктів культурної спадщини Хмельницької області; надання методичної допомоги органам державної влади та місцевого самоврядування щодо виконання завдань у сфері охорони культурної спадщини; проведення науково-дослідних робіт у сфері охорони культурної спадщини; виготовлення облікової документації на пам'ятки та об'єкти культурної спадщини.
Медіа-інформаційний відділ	Діяльність працівників медіа-інформаційного відділу спрямована на здійснення редакційно-видавничих (написання, редагування, форматування, сканування, дизайн і т.д.), інформаційно-аналітичних функцій, підготовку до видання інформаційних ілюстрованих видань та матеріалів з досвіду роботи, репертуарних збірників, дизайнування друкованої продукції для культурно-мистецьких заходів (дипломів, буклетів, програм, запрошень, флаєрів, емблем, логотипів, графічних зображень і т.п.), розробку фірмового стилю для Хмельницького обласного науково-методичного центру культури і мистецтва, взаємодію з представниками засобів масової інформації.

Планово-фінансовий відділ	Виконує обов'язки, пов'язані з формуванням єдиної економічної політики центру на підставі чинного законодавства України, здійсненням економічного планування закладу культури, складанням статистичної та фінансової звітності в межах повноважень відділу.
Господарський відділ	Здійснює вирішення всіх господарських питань, а саме: забезпечення канцелярськими та іншими господарськими товарами; обслуговування приміщення центру та прилеглої території, транспортного засобу, яким здійснюються поїздки у відрядження; утримання в належному стані комунікацій закладу; забезпечення охорони праці і пожежної безпеки та ін.

Джерело: [24]

На протязі 2024 року Хмельницьким центром культури і мистецтва організовувались заходи, які пов'язані із розробкою і удосконаленням інтернет-технологій, призначених для культурно-просвітницької та культурно-комунікаційної діяльності Хмельницького центру культури і мистецтва. Основна характеристика заходів представлена в табл. 2.2. Заходи організовувались у формі конкурсів, до яких запрошувались всі бажаючі учасники територіальної громади Хмельниччини.

Фахівці Хмельницького центру культури і мистецтва усвідомлюють, що культура в умовах війни є надзвичайно важливою, відіграє вирішальну роль в різних складних ситуаціях, так як виступає голосом справедливого українського народу, який здатен зачепити найглибші струни людської душі, а також є інструментом оборони держави.

Це наш національний шлях заявити про себе у всьому світі, розповісти про жорстоку російсько-українську війну і довести, що Україна на сьогодні – це форпост цивілізованого світу із своїми столітніми, багатими національними традиціями.

Потужний національний потенціал сфери культури і мистецтва в збереженні ментального здоров'я для населення нашої країни життєво

необхідний та збережений завдяки здобуткам і подвигам сучасних Героїв і Героїв минулих поколінь.

Таблиця 2.2 – Розробка і удосконаленням інтернет-технологій, призначених для культурно-просвітницької та культурно-комунікаційної діяльності Хмельницького центру культури і мистецтва

Мета, завдання розробки інтернет-технологій	Критерії оцінювання
Обласний конкурс «На кращий веб-сайт, інтернет-сторінку, групу та блог (у соціальній мережі) клубного закладу» <a href="https://honmccm.com.ua/polozhennia-pro-oblasnyj-konkurs-na-krashchyj-veb-sajt-internet-storinku-hrupu-ta-bloh-u-sotsialnij-merezhi-klubnoho-zakladu-2/">https://honmccm.com.ua/polozhennia-pro-oblasnyj-konkurs-na-krashchyj-veb-sajt-internet-storinku-hrupu-ta-bloh-u-sotsialnij-merezhi-klubnoho-zakladu-2/</a>	
<p>Конкурс проводився у чотирьох категоріях:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– веб-сайт (україномовна версія);</li> <li>– інтернет-сторінка у соціальній мережі Facebook (україномовна версія);</li> <li>– група у соціальній мережі Facebook (україномовна версія);</li> <li>– блог у соціальній мережі Instagram (україномовна версія).</li> </ul> <p>Предметом конкурсу є змістовне наповнення інформаційними матеріалами веб-сайтів, інтернет-сторінок, груп та блогів клубних закладів, зручність у їх використанні, забезпечення участі всіх учасників культурного процесу у діяльності клубних закладів, перелік послуг, що надаються ним.</p>	<p>Кожний веб-сайт, інтернет-сторінка, група та блог клубного закладу оцінюється за показниками, згрупованими у такі категорії:</p> <p>1) контент:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>грамотність та якість поданої інформації;</li> <li>інформація про заклад та працівників;</li> <li>наявність і доступність рубрики «Контакти» (адреса, карта проїзду тощо);</li> <li>інформація про клубні формування, розклад занять;</li> <li>опис проєктів клубного закладу;</li> <li>анонс подій та інформація про заходи, які відбулись;</li> <li>корисна інформація для відвідувачів;</li> <li>динаміка оновлення інформації;</li> <li>наявність інформаційних матеріалів про безпеку в Інтернеті;</li> <li>відсутність не пов'язаної з діяльністю клубного закладу реклами;</li> <li>додаткові культурні послуги, які надає клубний заклад.</li> </ul> <p>2) зручність:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>зручність користування сайтом та меню, переходами, актуальність посилань;</li> <li>читабельність інформації, дотримання належного стилю її подання;</li> <li>використання доцільних заголовків та ключових слів;</li> <li>простота і швидкість реєстрації у разі її потреби;</li> <li>наявність мапи сайту;</li> <li>можливість публікації коментарів.</li> </ul> <p>3) дизайн та технічні показники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>оригінальність (креативність) та творчий підхід;</li> <li>інноваційність;</li> <li>неперевантаженість дизайну;</li> <li>швидкість завантаження сайту та додаткової інформації, що міститься за посиланнями;</li> <li>оптимізація веб-сайту під мобільну версію.</li> </ul> <p>4) популярність:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>кількість відвідувачів та наявність зворотного зв'язку;</li> <li>наявність відгуків користувачів;</li> <li>кількість лайків та переглядів;</li> <li>кількість підписників.</li> </ul>

Кінець табл. 2.2

Обласний конкурс на кращий онлайн-захід серед клубних закладів територіальних громад <a href="https://honmccm.com.ua/polozhennia-pro-oblasnyj-konkurs-na-krashchyj-onlajn-zakhid-sered-klubnykh-zakladiv-terytorialnykh-hromad/">https://honmccm.com.ua/polozhennia-pro-oblasnyj-konkurs-na-krashchyj-onlajn-zakhid-sered-klubnykh-zakladiv-terytorialnykh-hromad/</a>	
Метою обласного конкурсу на кращий онлайн-захід серед клубних закладів територіальних громад є пошук нових форм і методів культурного обслуговування населення, започаткування, виявлення, узагальнення та розповсюдження досвіду проведення онлайн-заходів клубних закладів області, активне залучення громад до роботи клубних закладів на місцях, підтримка та стимулювання громадських ініціатив. Основними завданнями конкурсу є: удосконалення культурного обслуговування населення та активне залучення територіальної громади до роботи закладу культури; сприяння в реалізації нових культурно-мистецьких та дозвіллевих онлайн- заходів з урахуванням традицій, звичаїв, обрядів, самобутності, потреб і особливостей територіальної громади; обмін досвідом та ідеями серед працівників сфери культури, поширення кращих ідей у закладах культури області; сприяння підвищенню рівня кадрового забезпечення районних та міських клубних закладів.	Учасники готують для подання організаторам конкурсні матеріали онлайн-заходу за номінаціями: видовищні форми (концерти, гра-вистава, музичний ринг, літературно-музична панорама, ігрова програма, данс-шоу, флеш-моб та ін.); інформаційно-дискусійні форми (лекція, диспут, презентаційна програма, форум, майстер-клас, вікторина, усний журнал та ін.); клубні вечори (вечір відпочинку, тематичні вечори, година цікавого дозвілля та ін.); конкурсні форми (конкурс патріотичної пісні, шоу-конкурси, лабіринт-шоу, брейн-ринг, квест та ін.). Важливо: Онлайн-захід має бути спрямований виключно на онлайн глядача (відвідувача). Конкурсні матеріали переможця I етапу (I місце) мають містити наступну інформацію: інформаційно-аналітична довідка про підсумки проведення конкурсу в ТТ та рішення журі першого етапу; розгорнутий опис онлайн-заходу (актуальність, цілі, задачі, охоплення та ін.); сценарій заходу; відео версія онлайн-заходу, попередньо загружена на серверах у «хмарі» або/чи YouTube-канал зі вказаним посиланням

Джерело: [24]

В 2024 році Хмельницький центр культури і мистецтва відзначає 85 років своєї діяльності, він є організаційно-методичною установою, яка на сьогоднішній день охоплює 987 клубних закладів, в яких працює 1674 осіб різного творчого фаху. Творчу діяльність також здійснює більше 3622 творчих аматорських колективів (охоплюють понад 38 тис. учасників), із них 229 присвоєно почесне звання «народний» і 103 – «зразковий» [24].

Також Хмельницький центр культури і мистецтва здійснює організаційно-методичне забезпечення 58 мистецьких закладів (шкіл) області. На сьогодні загальний контингент даних мистецьких шкіл складає 14932 учнів. В мистецьких школах Хмельниччини освітній процес забезпечують 1214 викладачів. Під охороною держави і на державному обліку в Хмельницькій області обліковано 2001 пам'ятку культурної

спадщини і 1617 нещодавно виявлених об'єктів культурної спадщини (в розрізі видів: «Історія», «Археологія», «Мистецтво» «Архітектура, та містобудування»), які занесені до Переліку об'єктів спадщини історії та культури Хмельницької області.

## 2.2 Загальна характеристика результатів діяльності Хмельницького обласного науково-методичного центру культури та мистецтв

Діяльність Хмельницького центру культури та мистецтв забезпечується нефінансовими та фінансовими активами. За організаційно-правовою формою господарювання центр належить до комунальної організації, яка підпорядковується Міністерству культури та інформаційної політики України. Видом економічної діяльності Хмельницького центру культури та мистецтв є освіта у сфері культури.

Основний зміст діяльності Хмельницького центру культури та мистецтв полягає в наданні послуг для задоволення соціально-економічних та культурних потреб населення Хмельниччини, а також здійснення підприємницької діяльності та надання платних послуг (здача приміщення в оренду, окремі види освітніх культурно-мистецьких послуг), плата за які використовується на підтримку об'єктів спадщини історії та культури, тому установа належить до неприбуткових організацій, а фінансові ресурси включаються до спеціального фонду місцевого бюджету.

Хмельницький центр культури і мистецтва здійснює свою діяльність на засадах індивідуального підходу, адресності, відкритості і доступності, добровільного вибору отримання послуг, комплексності, гуманності, максимальної ефективності використання позабюджетних та бюджетних коштів, соціальної справедливості, забезпечення конфіденційності, законності, відповідальності за дотримання правових та етичних норм, дотримання стандартів якості.

Власний капітал Хмельницького центру культури та мистецтв створений за рахунок коштів держави.

В таблиці 2.3 представлено динаміку та структуру активу балансу Хмельницького центру культури та мистецтв за 2021-2023 рр.

Таблиця 2.3 – Динаміка та структура активу балансу Хмельницького центру культури та мистецтв

Показник, тис. грн.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Питома вага 2021 р. %	Питома вага 2022 р. %	Питома вага 2023 р. %	Відхилення показника, 2022 р. у порівнянні із 2021 р.		Відхилення показника, 2023 р. у порівнянні із 2022 р.	
							абсолютне	частки	абсолютне	частки
							8	9	10	11
Основні засоби	1221,8	1007,9	868,1	40,44	37,44	36,06	-213,9	-17,50	-139,8	-13,87
Незавершені капітальні інвестиції	1,7	1,7	1,7	0,06	0,06	0,07	0		0	0
Запаси	1735,0	1623,4	1514,0	57,43	60,30	62,89	-111,6	-6,43	-109,4	-6,74
Поточна дебіторська заборгованість	54,3	19,8	2,3	1,8	0,74	0,10	-34,5	-63,54	-17,5	-88,38
Грошові кошти в казначействі	8,1	39,6	209,2	0,27	1,47	8,69	31,5	388,88	169,6	428,28
Усього майна	3021,1	2692,3	2407,2	100	100	100	-328,8	-10,88	-285,1	-10,59

Джерело: сформовано за даними балансів підприємства (Додатки А-В)

Як видно із таблиці, аналіз динаміки та змін у структурі активу балансу показує, що за основними засобами спостерігається постійне зменшення цього показника: у 2022 році – на 213,9 тис. грн (або -17,51% до 2021 року); у 2023 році – на 139,8 тис. грн (або -13,87% до 2022 року). Частка основних засобів у загальному майні також знижується.

Щодо інформації про незавершені капітальні інвестиції, то вони залишаються стабільними (1,7 тис. грн) за всі роки, без змін.

Величина запасів як об'єктів оборотних активів Хмельницького центру культури та мистецтв, також змінюється. Спостерігається поступове скорочення всіх видів запасів: 2022 році – на 111,6 тис. грн (-6,43% до 2021 року); у 2023 році – на 109,4 тис. грн (-6,74% до 2022 року). Зменшення основних засобів свідчить про недостатність ресурсів у Хмельницького центру культури та мистецтв для придбання нових об'єктів основних засобів та проведення їхнього капітального ремонту, а також про відсутність коштів на придбання нематеріальних активів. Основною причиною такої ситуації є проведення повномасштабної війни України із Росією. Зменшення вартості основних засобів і запасів свідчить про скорочення, або неможливість нарощування обсягів господарської діяльності Хмельницьким центром культури і мистецтва. Рекомендується здійснити аналіз стану основних засобів Хмельницького центру культури та мистецтв для визначення необхідності об'єктів, які можуть потребувати термінового оновлення.

Сума поточної дебіторської заборгованості також має різке скорочення: у 2022 році – на 34,5 тис. грн (-63,54% до 2021 року), у 2023 році – на 17,5 тис. грн (-88,38% до 2022 року). Це може свідчити про покращення політики збору боргів. Різке скорочення дебіторської заборгованості є позитивною тенденцією, але слід перевірити, чи не призводить це до втрати клієнтів.

За грошовими коштами в казначействі спостерігається значне зростання: у 2022 році – на 31,5 тис. грн (+388,89% до 2021 року), у 2023 році – на 169,6 тис. грн (+428,28% до 2022 року). Частка цього показника у

загальному майні значно зросла. Загальний підсумок активу балансу (всього майна) Хмельницького центру культури і мистецтва: поступове зменшення загального обсягу: у 2022 році – на 328,8 тис. грн (-10,88% до 2021 року), у 2023 році – на 285,1 тис. грн (-10,60% до 2022 року). Різке зростання грошових коштів у банках може свідчити про оптимізацію управління фінансами. Однак потрібно оцінити ефективність використання цих коштів.

Сруктура і величина нефінансових та активів Хмельницького центру культури і мистецтва і їх зміни за 2022-2023 роки за даними балансу проаналізована на рисунку 2.1.

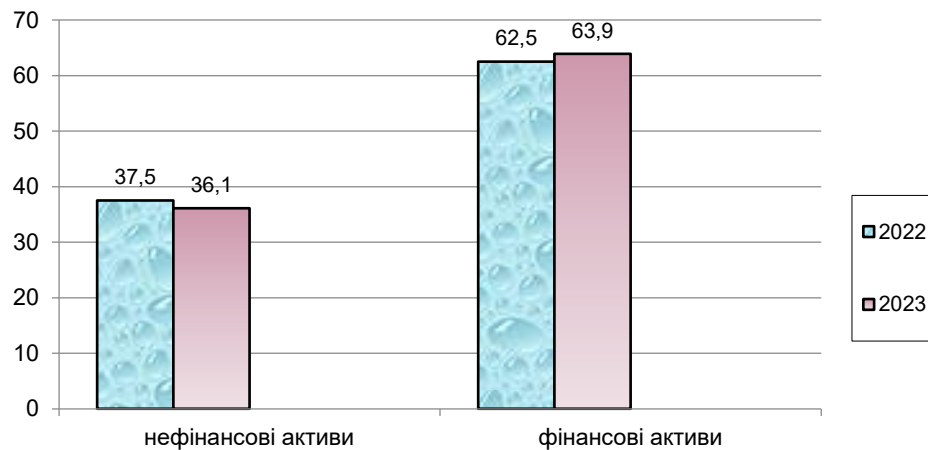


Рисунок 2.1 – Структура активів балансу Хмельницького центру культури і мистецтва

Джерело: сформовано за даними балансів підприємства (Додатки А-В)

На підставі інформації рис. 2.1 можна виконати висновок, що в структурі нефінансових і фінансових активів балансу Хмельницького центру культури та мистецтва більшу питому вагу займають фінансові активи, як на кінець 2022 року, так і на кінець 2023 року їх питома вага становить 62,5 % і 63,9 %.

В таблиці 2.4 представлено динаміку та структуру пасиву балансу Хмельницького центру культури та мистецтв за період 2021-2023 рр.

Аналіз внесеного капіталу Хмельницького центру культури та мистецтва показує, що абсолютне зростання внесеного капіталу від 2021 до 2022 року становить 27,7 тис. грн (0,78% відносного зростання), а від 2022 до 2023 року – 287,9 тис. грн (8,04%). Це свідчить про поступове збільшення внесеного капіталу, ймовірно, через додаткові інвестиції або перегляд оцінки активів.

Таблиця 2.4 – Динаміка та структура пасиву балансу Хмельницького центру культури та мистецтва

Показник, тис. грн.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Питома вага 2021 р.	Питома вага 2022 р.	Питома вага 2023 р.	Відхилення показника, 2022 р. у порівнянні із 2021 р.		Відхилення показника, 2023 р. у порівнянні із 2022 р.	
							абсолютне	частки	абсолютне	частки
							Внесений капітал	3553,5	3581,2	3869,1
Капітал у дооцінках	910,5	910,5	910,5	30,14	33,82	37,82	0,00	0,00	0,00	0,00
Фінансовий результат	-1499,0	-1878,6	-2376,5	-49,62	-69,78	-98,72	-379,60	25,32	-497,90	26,50
Цільове фінансування	1,8	1,8	1,8	0,06	0,07	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00
Поточні зобов'язання	543,0	773,8	225,2	17,97	28,74	9,36	230,80	42,50	-548,60	-70,90
Усього майна	3021,1	2692,3	2407,2	100,00	100,00	100,00	-328,80	-10,88	-285,10	-10,59

Джерело: сформовано за даними балансів підприємства (Додатки А-В)

Аналіз капіталу у дооцінках показує, що його значення залишилось незмінним (910,5 тис. грн) протягом трьох років, що свідчить про стабільність оцінки активів або відсутність необхідності їх переоцінки.

Фінансовий результат показує недофінансування витрат по кошторису: від -1499,0 тис. грн у 2021 році до -1878,6 тис. грн у 2022 році (25,32% зростання недофінансування) та -2376,5 тис. грн у 2023 році (26,5%

зростання недофінансування). Це може свідчити про фінансові труднощі установи, такі як зростання витрат або зниження доходів.

Цільове фінансування залишилось стабільним на рівні 1,8 тис. грн, що вказує на відсутність змін у фінансуванні за цільовими програмами.

Аналіз поточних зобов'язань показує, що відбулося значне зростання між 2021 та 2022 роками (+230,8 тис. грн, або 42,5%), але у 2023 році сума зобов'язань зменшилася на 548,6 тис. грн (-70,9%). Це може бути наслідком ефективного управління боргами або виконання короткострокових зобов'язань Хмельницьким центром культури і мистецтва. Загальна сума майна зменшується: з 3021,1 тис. грн у 2021 році до 2407,2 тис. грн у 2023 році. Це може свідчити про зменшення активів установи через продаж, зношення або інші фактори.

При проведенні аналізу питомої ваги Хмельницького центру культури і мистецтва, із розрахунків видно, що внесений капітал займає основну частку в структурі пасиву, частка капіталу у дооцінках є стабільною, а частка фінансового результату зростає, відображаючи вплив недофінансування на загальний баланс.

Поточні зобов'язання мали суттєвий вплив на структуру пасиву у 2022 році, але їх частка значно зменшилася у 2023 році.

Отже, баланс установи демонструє поступове зниження активів та зростання фінансових проблем, що може вказувати на фінансові труднощі або проблеми з ефективністю управління ресурсами. Важливо зосередитися на зменшенні витрат та стабілізації поточних зобов'язань для покращення фінансового стану установи.

2.3 Особливості використання інтернет-технологій в сфері надання послуг Хмельницьким центром культури та мистецтв

Важливою особливістю сучасної інформації, яка надходить як із зовнішніх, так і з внутрішніх джерел формування, є наявність суттєвих труднощів у їх структуруванні, а також відсутність можливостей для ефективного систематизування та інтегрування даних в системі інформаційного забезпечення з метою використання інформації на запити користувачів та прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Варто зазначити, що в умовах сьогодення, величезні потоки інформації та надмірна комерціалізація інформаційних процесів можуть призвести до прояву істотних дисбалансів у поточній діяльності економічних суб'єктів.

Як ми бачили із практичної діяльності Хмельницького центру культури і мистецтва, всім відділам для щоденного функціонування і виконання поставлених завдань на постійній основі необхідно використовувати інтернет-технології як технології підтримки і створення різних інформаційних ресурсів із комп'ютерної мережі: блогів, форумів, чатів, сайтів, електронних бібліотек, енциклопедій та інших інтернет-систем.

На інтернет-технологіях побудована вся інформаційно-комунікаційна система центру, в якій найбільш повно задіяний медіа-інформаційний відділ.

Тому для правильної організації подальшого розвитку центру, особливо в післявоєнний період, Хмельницьким центром культури і мистецтва повинна розроблятися політика інформатизації, яка б дозволяла забезпечити актуальність інформатизації та формування інформаційно-технологічної основи надання послуг установою, щоб не допустити інформаційного перенавантаження всіх структур центру, оскільки це вкрай негативно вплине на творчий та інтелектуальний потенціал установи.

Результатом такого інформаційного перевантаження також може бути зменшення інформаційних обсягів загального призначення, зростання величини трансакційних витрат в процесах обробки інформації, реалізації процедур інформації, надання доступу до потрібної інформації, а також до багатьох інших небажаних наслідків, що є негативними проявами розвитку цифрової економіки.

При своєчасному попередженні негативних тенденцій, для Хмельницького центру культури і мистецтва, як і для кожного підприємства, можливість створювати, накопичувати та передавати величезні масштаби даних, інтегруючись у стрімкий розвиток мереж зв'язку, швидкісних засобів, інструментів формування, накопичення і зберігання даних, приведуть до того, що головним обмеженням стане не можливість збереження та передачі даних, а спроможність аналізу, обробки та використання величезних масивів інформації.

Отже, цифрові технології, суттєво підвищують здатність ефективної співпраці між розробникам продуктів, дослідниками та вченими постачальниками, покупцями та кінцевими споживачами, і надають можливість подальшої взаємодії та виконання завдань на системній основі для створення продукту та послуг, спрямованих на масштабні, прогресивні технологічні зміни з метою впровадження екосистем та виробництва інновацій.

Зазначимо, Хмельницькому центру культури і мистецтва необхідно враховувати, що технологічні інновації надають можливість якісного переходу на кардинально новий рівень управління соціально-економічними процесами. При цьому активно розвивається цифрова інфраструктура, яка стає більш доступною та набуває незамінної ролі у технологічних інноваціях. Одночасно зростають можливості використання новітніх мобільних пристроїв для цілей отримання доступу до мережі Інтернет, що створює умови для прогнозування все більшого обсягу розвитку мережевих систем та цифрових технологій в світі.

Цифрова трансформація і згенерована нею індустрія характеризуються наступними основними технологіями, які характеризуються здатністю до ефективної організації безперервної, максимально персоналізованої взаємодії: соціальні мережі та технології, мобільні технології, хмарні технології, big data («великі дані»). Перша і друга технології вже активно використовуються в діяльності Хмельницького центру культури і мистецтва.

Проте, незважаючи на збройний конфлікт України із Росією, і відповідні обмеження у фінансуванні із бюджету, центру потрібно знаходити внутрішні резерви, щоб переходити до застосування третього і четвертого видів технологій – хмарні технології, big data («великі дані»). Це дасть можливість підвищити рівень якості послуг, які надаються Хмельницьким центром культури і мистецтва, підвищити їх інформативність, розширити види та комунікативність онлайн-послуг та зустрічей, збільшити цільову аудиторію, виявити передумови та резерви надання різних видів платних послуг, тощо. Такі заходи і багато інших значно посилять місію Хмельницького центру культури і мистецтва в регіоні.

Загалом, інтеграція всіх чотирьох основних видів сучасних технологій, які мають тісний зв'язок з інтернет-технологіями (соціальні мережі та технології, мобільні технології, хмарні технології, big data («великі дані»)) є джерелом розвитку таких складних напрямів досліджень, до яких належать безпілотний транспорт, штучний інтелект, тощо [8].

Зазначимо, що хмарні технології належать до найбільш популярних і використовуваних технологій сучасного цифрового суспільства, які спроможні забезпечити динамічний доступ до будь-яких серверних чи мережеских ІКТ-ресурсів, які розділяються, своїм віддаленим абонентам. Відповідно, ресурси можуть як еластично нарощуватися, так і вивільнятися «в хмару» із мінімальною сумою експлуатаційних витрат і необхідними зверненнями до провайдера, оскільки в системі наявні інструменти самообслуговування [8].

Швидкі темпи поширення хмарних технологій сприяють розвитку технологій віртуалізації, високій економічній ефективності при побудові і експлуатації інформаційної інфраструктури, а також розробці нових видів програмних додатків. Саме із цієї причини хмарні технології підвищують коефіцієнт завантаженості за умов об'єднання у єдиний простір значної кількості серверів, оптимально розподіляють навантаження, мінімізують ресурсне використання різних завдань різноманітних користувачів [11].

Поряд із потужним потенціалом широких можливостей, хмарні технології потребують розв'язування завдань на постійній основі: необхідність постійного з'єднання із інтернетом та вартість апаратного забезпечення.

До позитивних умов розвитку технологій слід віднести і те, що хмарні технології є фундаментом для розвитку багатьох інших нових технологій епохи цифровізації, які охоплюють соціальні мережі, мобільні технології, великі дані.

Мобільні технології належать до найбільш поширених та наймасштабніших складових процесу цифровізації сьогодишнього дня. Вони охоплюють значну сукупність рішень, технологій та додатків, які реалізуються практично на всіх видах портативних ПК, смартфонів, планшетів та телефонів, із допомогою різноманітних мобільних додатків, сучасних платформ їхньої розробки, а також сервісів рівня підприємства та систем управління корпоративною мобільністю [11].

Відповідно, цифрове мобільне середовище Хмельницького центру культури і мистецтва поєднує велику кількість учасників, до яких належать: об'єкти та новини для обговорення і дослідження, працівники і відвідувачі сайту, інформація, а також взаємозв'язки між всіма учасниками. Внаслідок цього формуються вражаючі за швидкістю та масштабом інформаційні потоки, в яких Хмельницький центр культури і мистецтва приймає безпосередню участь, або використовує їх.

Ми всі є свідками того, що завдяки швидким темпам впровадження мобільних технологій у всі сфери життя людини і суспільства істотно змінилися методи і засоби взаємодії та комунікації, еволюціонувало програмне і апаратне забезпечення інформаційних систем, а також відкрилася можливість організації всеосяжного і безперервного доступу до цифрового контенту. Також змінились технології корпоративної взаємодії, особливо часто зустрічається така взаємодія як Enterprise mobility («корпоративна мобільність»), яка передбачає набір інтегрованих процесів і

мобільних технологій для цілей забезпечення доступу до всіх корпоративних систем та інформаційних ресурсів. Відповідно, у діяльності переважної більшості великих і малих підприємств сучасні автоматизовані робочі місця різних категорій співробітників все частіше поступаються місцем сучасним мобільним робочим місцям, що оснащені вже не тільки персональними комп'ютерами, але і планшетами та смартфонами, які, по суті, майже є персональними комп'ютерами, тільки на мобільній платформі. І що особливо важливо, розвиваються такі технології, що здатні враховувати перспективні можливості мобільних пристроїв і значно підвищують персональну продуктивність співробітників різної кваліфікації.

Таким чином, кіберпростір, який активно розширюється та розвивається, надає всім користувачам величезні масиви інформації, які йдуть від соціальних медіа, пошукових систем, сенсорних пристроїв, месенджерів, та потребують відповідної обробки і врахування при прийнятті обґрунтованих управлінських рішень.

#### Висновки до другого розділу

На сьогоднішній день Хмельницький центр культури і мистецтва являє собою високопрофесійний колектив талановитих однодумців, фахівців, що впевнено дивиться у майбутнє, примножуючи та передаючи в спадок нащадкам все саме найкраще, саме найдобріше, що несе в собі українська культура.

Основний зміст діяльності Хмельницького центру культури та мистецтв полягає в наданні послуг для задоволення соціально-економічних та культурних потреб населення Хмельниччини, а також здійснення підприємницької діяльності та надання платних послуг (здача приміщення в оренду, окремі види освітніх культурно-мистецьких послуг), плата за які використовується на підтримку об'єктів спадщини історії та культури.

Аналіз динаміки та змін у структурі активу балансу показує, що за основними засобами спостерігається постійне зменшення цього показника: у 2022 році – на 213,9 тис. грн (або -17,51% до 2021 року); у 2023 році – на 139,8 тис. грн (або -13,87% до 2022 року). Частка основних засобів у загальному майні також знижується.

Щодо інформації про незавершені капітальні інвестиції, то вони залишаються стабільними (1,7 тис. грн) за всі роки, без змін.

Величина запасів як об'єктів оборотних активів Хмельницького центру культури та мистецтв, також змінюється. Спостерігається поступове скорочення всіх видів запасів: 2022 році – на 111,6 тис. грн (-6,43% до 2021 року); у 2023 році – на 109,4 тис. грн (-6,74% до 2022 року). Зменшення основних засобів свідчить про недостатність ресурсів у Хмельницького центру культури та мистецтв для придбання нових об'єктів основних засобів та проведення їхнього капітального ремонту, а також про відсутність коштів на придбання нематеріальних активів. Основною причиною такої ситуації є проведення повномасштабної війни України із Росією.

Для правильної організації подальшого розвитку центру, особливо в післявоєнний період, Хмельницьким центром культури і мистецтва повинна розроблятися політика інформатизації, яка б дозволяла забезпечити актуальність інформатизації та формування інформаційно-технологічної основи надання послуг установою, щоб не допустити інформаційного перенавантаження всіх структур центру, оскільки це вкрай негативно вплине на творчий та інтелектуальний потенціал установи. Результатом такого інформаційного перевантаження також може бути зменшення інформаційних обсягів загального призначення, зростання величини трансакційних витрат в процесах обробки інформації, реалізації процедур інформації, надання доступу до потрібної інформації, а також до багатьох інших небажаних наслідків, що є негативними проявами розвитку цифрової економіки.

Відповідно, цифрове мобільне середовище Хмельницького центру культури і мистецтва поєднує велику кількість учасників, до яких належать:

об'єкти та новини для обговорення і дослідження, працівники і відвідувачі сайту, інформація, а також взаємозв'язки між всіма учасниками.

3 Шляхи покращення використання Інтернет-технологій як інструменту надання послуг Хмельницьким центром культури і мистецтва за умов становлення інформаційного суспільства

3.1 Покращення функціонування офіційного сайту Хмельницького центру культури і мистецтва як складової мережевих технологій

Мережеві технології на сьогоднішній день є тією ланкою, що дозволяє об'єднати в єдиний інтегрований комплекс результати роботи значної кількості автономних користувачів і надати доступ до зазначених результатів всім учасникам мережевого об'єднання, хто в них зацікавлений. Відповідно, напрями розвитку мережевих технологій визначатимуть, без сумніву, напрями розвитку інформаційних технологій загалом.

На сьогоднішній день можна виділити такі головні напрями використання сучасних мережевих технологій:

- WAP-технології;
- технологія сховищ даних;
- дата-центри;
- комп'ютерна телефонія.

Швидкі темпи розвитку мережевих технологій спричинили втілення у життя ідей про ефективне надання клієнтам мереж різноманітних послуг програмним забезпеченням, а також послуг, які пов'язаних із роботою у мережі Internet. До них слід віднести:

- розробку окремих програмних продуктів та комплексу складних інформаційних систем;

- зберігання великих обсягів даних кожного клієнта в спеціальному електронному сховищі, що має надійний апаратний та програмний захист;
- оренда сучасного ліцензійного програмного забезпечення (аутсоринг);
- надання послуг високошвидкісних каналів передачі даних та потужних апаратних засобів;
- оновлення на постійній основі дизайну Web-сторінок, їхню підтримку і супровід.

Можна зробити висновок, що розвиток інформаційних технологій першочергово набуває тісного взаємозв'язку із стрімким розвитком мережових технологій. У відповідності із зазначеним, саме розвиток мережових технологій буде визначати основні напрями розвитку програмного та апаратного забезпечення, як на найближчу перспективу, так і в довгостроковому періоді.

Тому Хмельницькому центру культури і мистецтва необхідно поновлювати та оптимізувати параметри функціонування офіційного сайту для цілей можливості його інтеграції в мережеве середовище за умов більш досконалих сервісів обслуговування користувачів, їхніх запитів та використання ними нових видів програмного і апаратного забезпечення.

В переважній більшості випадків підтримку новішого набору функцій веб-додатку (сайту, його сторінок) дає конфігурація. Всі глобальні параметри оптимізації веб-додатку представлені такою множиною:

$$X = \{ \vec{T}_{АРХ}, \vec{T}_{КОНТР}, \vec{T}_{СКОНТР}, \vec{T}_{ВИДІВ}, \vec{T}_{МОД} \}, \quad (3.1)$$

де  $\vec{T}_{КОНТР}$  – тип алгоритму синтезу класів за реалізованими функціями,  $\vec{T}_{АРХ}$  – тип архітектури,  $\vec{T}_{СКОНТР}$  – тип алгоритму синтезу за взаємозв'язками із іншими підсистемами,  $\vec{T}_{ВИДІВ}$  – це тип алгоритму синтезу видів (представлень),  $\vec{T}_{МОД}$  – тип алгоритму розробки рівня моделі.

В такому випадку, тип алгоритму синтезу представлень (видів) буде наступним:

$$\bar{T}_{\text{ВИДВ}} = \{ MB, BB, ШВ \}, \quad (3.2)$$

де *BB* – модель з відокремленими видами, *MB* – монолітна модель видів, *ШВ* – шаблонно-видова архітектура.

Відповідно, тип алгоритму розробки рівня моделі матиме вигляд:

$$\bar{T}_{\text{МОД}} = \{ PЗ, КЗ, КМЛМ, ОРП \}, \quad (3.3)$$

де *PЗ* – *КЗ* – використання конструктора запитів, «ручне» виконання запитів, *КМЛМ* – використання концептуальної складової від логічної моделі, *ОРП* – передбачає використання складної системи об'єктно-реляційного перетворення.

Виходячи із зазначеного, завдання оптимізації веб-додатку (сайту, його сторінок) Хмельницького центру культури і мистецтва полягає в суттєвому збільшенні продуктивності створення та функціонування веб-додатків  $P_{\text{РОЗР}} \rightarrow \max$   $P_{\text{РАЗР}} \rightarrow \max$  за умови достатньої структурності ( $C1 > 3$ ), відповідної помірної складності конструкції ( $C2 > 2$ ), а також із високим рівнем повторюваності ( $C4 > 0.5$ ) та із високою здатністю до модифікації та інтегрованості ( $G3 > 4$ ).

$$Y = \{ (P_{\text{РОЗР}}, C1, C2, C4, G3) : P_{\text{РОЗР}} \rightarrow \max, C1 > 3, C2 > 2, C4 > 0.5, G3 > 4 \}, \quad (3.4)$$

$$X = \{ \bar{T}_{\text{АРХ}}, \bar{T}_{\text{КОНТР}}, \bar{T}_{\text{СКОНТР}}, \bar{T}_{\text{ВИДВ}}, \bar{T}_{\text{МОД}} \}. \quad (3.5)$$

Згідно до виконання представлених умов, веб-додаток належить до клієнт-серверного типу додатків, при якому клієнтом виступає інший веб-додаток або браузер, а обслуговуючим сервером в даному випадку виступає веб-сервер.

Відповідно, інформаційна взаємодія між даними складовими елементами здійснюється в мережі сучасної пакетної комутації на підставі таких протоколів, до яких належать НТТР і ТСР / ІР.

Головна функція веб-додатка полягає в ефективній обробці призначених для потреб користувача запитів, які здатні спричинити зміну його внутрішнього стану та генерації відповідей користувачам.

Важливою особливістю веб-додатка, у порівнянні із іншими клієнт-серверними технологіями, виступає присутність «тонкого клієнта». До нього належить комп'ютер, чи програма-клієнт, що переносить більшу частину всіх завдань або всі завдання, що пов'язані із обробкою інформації на сервері. У випадку із веб-додатком Хмельницького центру культури і мистецтва, тонкий клієнт – це веб-браузер. Відповідно, при оновленні клієнт-серверної системи Хмельницького центру культури і мистецтва завдання зі створення клієнтської частини можна спростити, проте, залишаються відкритими завдання щодо інтеграції веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва із безліччю типів клієнтів та вимог щодо їх запитів.

Весь інформаційний процес оптимізації та функціонування веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва можна розбити на декілька етапів (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Основні етапи інформаційного процесу оптимізації та функціонування веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва

Джерело: сформовано автором за [18; 21]

Як видно із рис. 3.1, формалізацію моделі веб-додатка можна здійснити за допомогою моделі «чорного ящика», із вибором типу «трансформатор» (перетворювач), тому що веб-додаток здійснює перетворення запиту клієнта ( $v$ ) із множини можливих запитів клієнта ( $V$ ) на вході до чорного ящика у відповідь ( $w$ ) із множини відповідей ( $W$ ) при його виході.

При цьому запит клієнта буде визначатися наступним чином:

$$v = \{ \vec{H}, \vec{P}_{GET}, \vec{P}_{POST} \}, \text{ де } v \in V, \quad (3.6)$$

де  $\vec{P}_{POST}$  – вектор параметрів запиту із POST-множини;  $\vec{H}$  – вектор заголовків запиту клієнтів за протоколом HTTP (включаючи короткостроковий стан веб-додатка, що збережений в Cookies);  $\vec{P}_{GET}$  – вектор параметрів запиту із GET-множини.

Таким чином:

$$w = \{ \vec{H}_w, C \}, \text{ де } w \in W, \quad (3.7)$$

де  $C$  – це текстовий вміст відповідей у форматі HTML (для браузера у якості клієнта) чи/або JSON / XML для цілей іншого веб-додатка у якості клієнта;  $\vec{H}_w$  – вектор заголовків відповідей за протоколом HTTP (включаючи заголовки установки завдань короткострокового стану Set-cookie).

Таким чином, функціонування веб-додатка є активною операцією із ефективного перетворення вхідних значень у вихідні, тобто шляхом відображення  $v$  на  $w$  із використанням  $s$ :

$$w = f(\vec{v}, \vec{s}), \text{ де } \vec{s} = s_s \cup s_{DB}, \quad (3.8)$$

де  $f(\vec{v}, \vec{s})$  – це генеруюча функція веб-додатка установи чи організації.

Таким чином, нами було досліджено особливості функціонування веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва, із виділенням основних етапів інформаційного процесу оптимізації та функціонування. Нами внесено

пропозицію щодо оптимізації функціонування веб-додатка Хмельницького центру, що зводяться до посилення реалізації генеруючої функції веб-додатка, що дозволить збільшувати обсяги надання інформації на запити користувачів та підвищити ефективність підприємницької складової Хмельницького центру культури і мистецтва. Це дуже важливо в умовах повномасштабної війни України із Росією, так і у повоєнний період, коли спостерігається обмежене фінансування із державного бюджету, і збереження історичних об'єктів та культурних традицій нашого краю для прийдешніх поколінь потребує активного пошуку додаткових джерел фінансування. В Хмельницькому центрі культури і мистецтва на сьогоднішній день наявний потужний потенціал для побудови ефективного комплексу надання платних послуг та розвитку його підприємницької діяльності саме в цьому напрямі.

### 3.2 Рекомендації щодо підвищення ефективності сайту Хмельницького центру культури і мистецтва для досягнення стратегічних цілей

На сьогоднішній день мережа Інтернет являє собою різноманітну, складну сукупність веб-додатків. В теперішній час веб-додатки починають обробляти величезні обсяги даних, які також включають персональні дані (такі, як номери кредитних карток, номери телефонів, домашні адреси, тощо), що пред'являє високі вимоги до програмного та технічного забезпечення, а також до захисту інформації та її ефективного використання. Також зазначимо, що головна функція веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва, як і кожного підприємства та установи, полягає в повній обробці запитів та генерації якісних відповідей користувачам.

У зв'язку із цим, об'єктивним слід вважати висновок, що аналітична оцінка та оцінка ефективності функціонування веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва виступає ключем до успіху проведення

підприємницької діяльності. Це також невіддільна частина маркетингової стратегії у сучасному онлайн-просторі. З допомогою використання аналітичних інструментів, можна не тільки вимірювати результати сайту на поточний момент, а й також формувати стратегії для цілей постійного поліпшення та досягнення поставлених організацією чи компанією стратегічних цілей. Для того, щоб здійснити аналіз ефективності сайту, потрібно зібрати ключові показники, в розрізі основних аспектів, розділів та структури сайту Хмельницького центру культури і мистецтва.

Структура сайту – це схема, яка показує, як організовані сторінки та розділи сайту. Умовна структура сайту на основі контенту Хмельницького центру культури і мистецтва представлена на рис. 3.2.

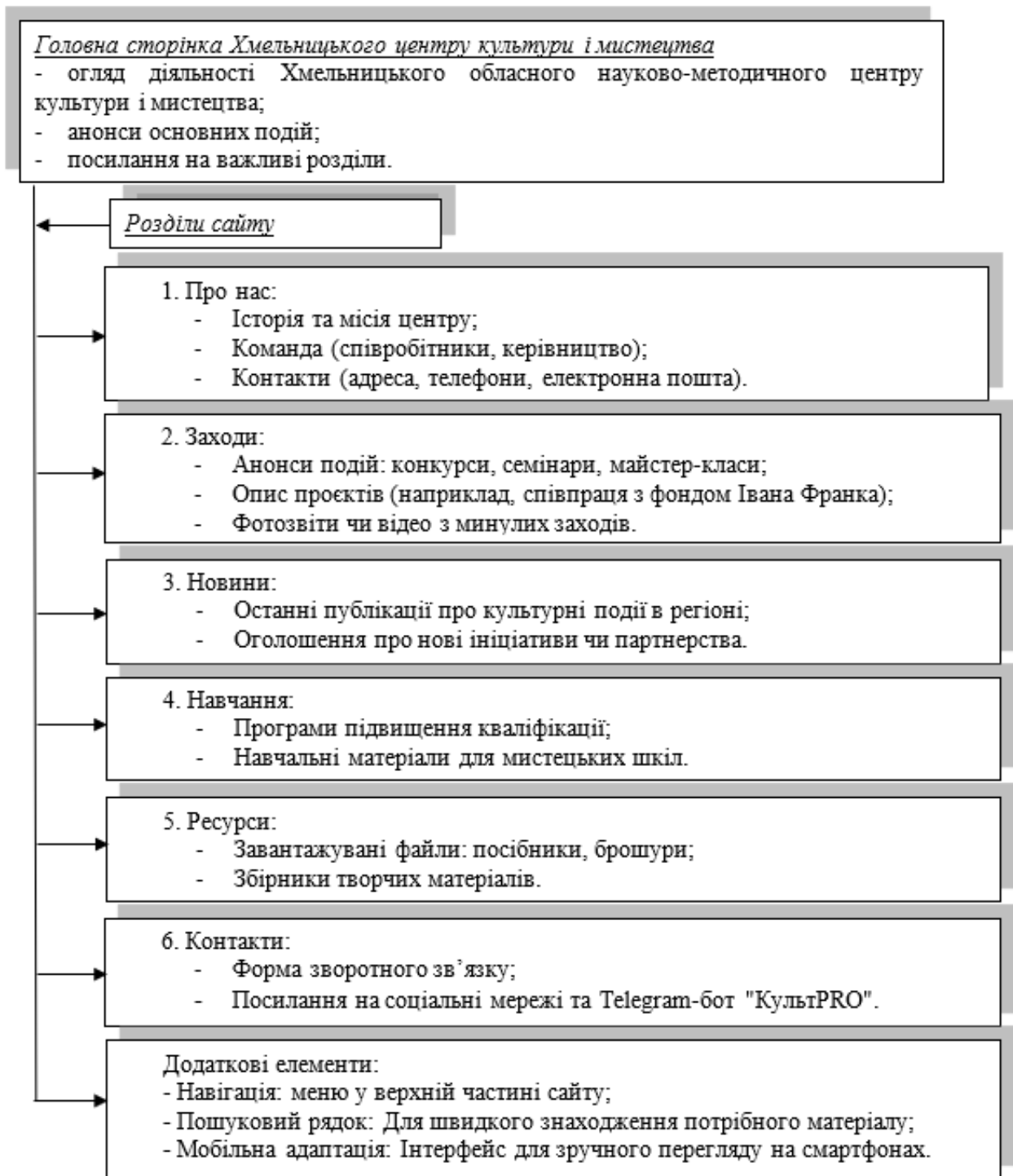


Рисунок 3.2 – Структура сайту Хмельницького центру культури і мистецтва

Джерело: сформовано автором за [24]

Сайт Хмельницького обласного науково-методичного центру культури і мистецтва (ХОНМЦКиМ) (<https://honmccm.com.ua>) орієнтований на популяризацію культурних ініціатив, традиційної народної творчості, організацію заходів і співпрацю з мистецькими школами області. Він

пропонує інформацію про культурно-мистецькі події, конкурси, майстер-класи та проєкти, спрямовані на розвиток культурної спадщини.

Загальну оцінку ефективності можна провести за наступними ознаками. Цільова аудиторія характеризується тим, що сайт переважно цікавий для педагогів, учнів мистецьких шкіл та осіб, зацікавлених у культурі Хмельниччини. Потенційний вплив поширюється на понад 14 900 учнів мистецьких шкіл області та їхні родини.

Контент і заходи також характеризуються тим, що вебресурс інформує про майстер-класи, конкурси, співпрацю з іншими установами та сучасні ініціативи, як-от чат-бот «КультPRO», що полегшує доступ до анонсів подій через Telegram. Це може бути корисним для залучення нової аудиторії.

Більш детальна аналітична оцінка ефективності функціонування сайту представлена в табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Результати аналітичного оцінювання сайту Хмельницького центру культури і мистецтва

Назва показника	Результати оцінювання
Загальна характеристика	Сайт громадської організації. Кількість відвідувачів: 1500 відвідувачів на місяць. Цільові дії: 25 користувачів (підписка/реєстрація). Середній час на сайті: 15 хвилин.
Конверсійна ефективність	Конверсійна ставка: $\text{Конверсія} = \left(\frac{25}{1500}\right) \times 100\% = 1.67\%$ $\{Конверсія\} = \left(\frac{25}{1500}\right) \times 100\% = 1.67\%$ $\text{Конверсія} = (1500 \times 25) \times 100\% = 1.67\%$ Це свідчить про необхідність покращення взаємодії користувачів із цільовими діями, такими як реєстрація чи підписка

Джерело: сформовано автором за [24]

Також надзвичайно важливо знати про джерела трафіку (якщо це можливо): звідки приходять користувачі (органічний пошук, соціальні мережі, прямий трафік)? Наприклад, якщо це органічний пошук – важливо перевірити релевантність контенту. Якщо це прямий трафік – користувачі, ймовірно, уже знайомі з сайтом.

Надзвичайно важливим аналітичним показником ефективності сайту Хмельницького центру культури і мистецтва є аналіз часу перебування клієнтів на сайті, на сторінках сайту, в розрізі розділів (табл. 3.2)

Таблиця 3.2 – Аналіз середнього часу на сторінках сайту Хмельницького центру культури і мистецтва

Сторінка	Середній час на сторінці (хвилин)
Головна	10
Про нас	12
Заходи	8
Контакти	6
Новини	9

Джерело: сформовано автором за [24]

Середній час на сторінках є доволі високим, що свідчить про зацікавленість користувачів у контенті. Найбільше часу користувачі проводять на сторінці «Про нас», що може вказувати на потребу в оптимізації інших сторінок для рівномірного залучення. Рис. 3.3 показує, що із 1500 відвідувачів лише 25 виконують цільові дії (підписка/реєстрація).

Конверсійна ставка 1,67% вважається невисоким показником, але для бюджетних установ та громадських організацій, в тому числі і для Хмельницького центру культури і мистецтва це не критично, адже головна мета – це надання інформації.

Загалом, для підвищення конверсії Хмельницького центру культури і мистецтва можна вжити наступних заходів:

- оптимізувати дизайн сторінок із закликами до дії;
- зробити процес підписки/реєстрації простішим;
- додати мотиваційні елементи (наприклад, «Дізнайтеся більше після реєстрації»).

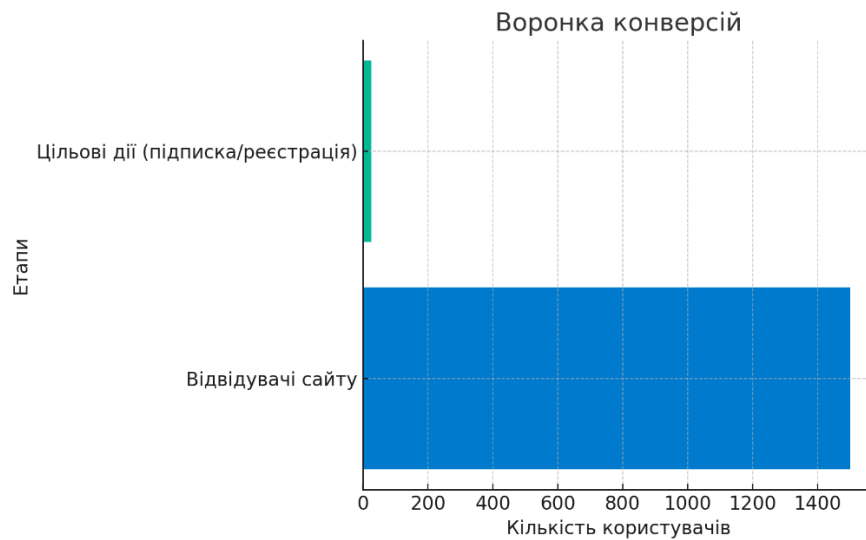


Рисунок 3.3 – Воронка конверсій сайту Хмельницького центру культури і мистецтва

Джерело: побудовано автором за [24]

Щодо залученості користувачів, то варто зазначити, що середній час на сайті: 15 хвилин – це дуже високий показник. Це свідчить про те, що користувачі знаходять корисний контент; ймовірно, сайт має багато інформаційних матеріалів або послуг, які затримують користувача.

Загалом, доволі значний час на сайті Хмельницького центру культури і мистецтва – це позитивний сигнал, але варто перевірити, чи він дійсно використовується для досягнення цільових дій.

Також за результатами проведеного дослідження та аналітичного оцінювання сайту можна зробити загальні рекомендації щодо підвищення підприємницької значимості веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва у сфері надання платних послуг (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Рекомендації щодо підвищення підприємницької значимості веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва у сфері надання платних послуг

Напрямок підвищення ефективності додатка	Види заходів

Залучення більшої аудиторії користувачів	Оптимізувати сайт для SEO (додавання ключових слів, поліпшення мета-тегів); активно використовувати Telegram-бот «КультPRO» та соціальні мережі для просування
Покращення конверсій	Покращити видимість кнопок для цільових дій на ключових сторінках; зменшити кроки для реєстрації чи підписки
Розширення функціональності	Інтеграція інтерактивних елементів (відео, тестів, форм зворотного зв'язку); регулярне оновлення розділу новин для утримання аудиторії
Технічна оптимізація	Перевірити швидкість завантаження сторінок, зокрема для мобільних пристроїв; адаптувати дизайн для зручної взаємодії користувачів

Джерело: сформовано автором за [24]

Всі рекомендації, які представлені в таблиці вище, можна також доповнити такими видами удосконалень, як підвищення трафіку: оптимізувати сайт для пошукових систем (SEO) (ключові слова, метаописи, заголовки); розширити присутність у соціальних мережах чи інших платформах.

Заходи із залучення користувачів також потребують першочергово аналізу популярних сторінок: які з них тримають користувача найдовше, і чи ведуть вони до цільових дій? Тут важливим є впровадження інтерактивних елементів (відео, інфографіка). Також для підвищення конверсій необхідно аналізувати шляхи користувачів до цільових дій (воронку конверсій) і додати помітні кнопки «Підписатися» чи «Зареєструватися» на ключових сторінках.

Також вкрай важливою є та умова, що цифрова трансформація суспільства, яка стрімко розвивається завдяки новітнім технологіям, визначається інтенсивним використанням мережевих технологій, а також появою такого надзвичайного феномену як соціальні мережі. Учасниками та вузлами соціальних мереж можуть виступати не тільки люди, а також інші суб'єкти сучасного соціуму – організації, установи, підприємства, міста,

країни, регіони. Цілком зрозуміло, що головним компонентом мережі виступає соціальний компонент.

Значний інтерес людей до сучасних соціальних мереж викликав масову появу численних, а також різноспрямованих інтернет-сервісів, які дозволяють користувачам соціальних мереж розвивати соціальні взаємозв'язки на основі технічних засобів Інтернету [10].

При цьому комунікація можлива як між індивідуальними користувачами учасниками, так і між користувачем та групою. Такі можливості дозволяють організувати співтовариство як окрему сукупність індивідів, що об'єднуються подібними інтересами, звичаями, подіями та цілями, і тривалий взаємозв'язок яких повністю або ж частково здійснюється в системі Інтернету та регулюється особливими при цьому інструментарії комунікації протоколами та нормами [11].

Із допомогою віртуальних майданчиків всі мережеві соціальні послуги об'єднують людей у мережеві спільноти, та надають їм можливість обмінюватися досвідом, ідеями та знаннями, дозволяючи розвивати креативну, творчу діяльність мережного типу.

Одним із найпопулярніших соціальних сервісів виступають соціальні медіа, які є безліччю недорогих та широкодоступних електронних інструментів, що створюють можливості будь-якій людині для публікацій і отримання інформації, а також дозволяють співпрацювати і вибудовувати стосунки із іншими учасниками мережі.

Важливо, що авторами такого контенту виступають самі користувачі. Також специфіка соціальних медіа полягає у тому, що в ході організації взаємодії учасників між собою у виді обговорення інформації та проведення діалогу відбувається трансформація як інформаційного контенту, так і самих соціальних мереж.

Тим не менше, соціальні мережі і медіа цікаві ще також тією особливістю, що їхні можливості спроможні широко застосовуватися в

різних сферах бізнесу, а також при побудові різних внутрішніх корпоративних сервісів і мереж.

Варто акцентувати увагу на тому, що мережеві послуги ефективно використовуються у рекламній діяльності. Для цього створюється контент, який дозволяє формувати групи однодумців із певної тематики, та генерується трафік, який відкриває можливості залучення реклами. На багатьох підприємствах і в організаціях із допомогою даного механізму здійснюється пошук і підбір кадрів через підключення до груп професійних спільнот.

Також практикуються так звані «відкриті конкурси», при виконанні яких в Інтернет-простір розміщуються завдання (кейси), і потім відбувається пошук найкращих рішень. Дана технологія має назву «краудсорсинг» (в перекладі *crowd* – натовп, а *sourcing* – залучення сторонніх ресурсів). Із допомогою даної технології підприємство не тільки вирішує кадрові питання, а й отримує можливість здійснити моніторинг попиту на власні продукцію та послуги через залучення колективної думки учасників Інтернет-спільноти.

Завдяки соціальним мережам набуває розвитку соціальний маркетинг (в перекладі *Social Marketing*), який спрямовується на просування продуктів і послуг із допомогою web-сайтів і соціальних платформ (web-представництв підприємств і організацій).

Механізм нового соціального маркетингу дозволяє вирішувати велику кількість бізнес-завдань щодо налагодження контактів із потенційними партнерами по бізнесу, залучення клієнтів, пошуку кадрів, управління взаємовідносинами із постачальниками.

Соціальні мережі дозволять Хмельницькому центру культури і мистецтва винайти потенційні точки росту в сфері підприємництва, а саме: збільшення інтерактивного контенту, як наприклад, відеоуроки чи цифрові бібліотеки з матеріалами для мистецьких закладів; активніше використання соціальних мереж та рекламних кампаній для поширення інформації про сайт

і події; вдосконалення навігації та інструментів взаємодії (наприклад, форми для зворотного зв'язку чи реєстрації на заходи) та багато інших.

### Висновки до третього розділу

Мережеві технології на сьогоднішній день є тією ланкою, що дозволяє об'єднати в єдиний інтегрований комплекс результати роботи значної кількості автономних користувачів і надати доступ до зазначених результатів всім учасникам мережевого об'єднання, хто в них зацікавлений. Відповідно, напрями розвитку мережевих технологій визначатимуть, без сумніву, напрями розвитку інформаційних технологій загалом.

Можна зробити висновок, що розвиток інформаційних технологій першочергово набуває тісного взаємозв'язку із стрімким розвитком мережевих технологій. У відповідності із зазначеним, саме розвиток мережевих технологій буде визначати основні напрями розвитку програмного та апаратного забезпечення, як на найближчу перспективу, так і в довгостроковому періоді.

Тому Хмельницькому центру культури і мистецтва необхідно поновлювати та оптимізувати параметри функціонування офіційного сайту для цілей можливості його інтеграції в мережеве середовище за умов більш досконалих сервісів обслуговування користувачів, їхніх запитів та використання ними нових видів програмного і апаратного забезпечення. Відповідно, при оновленні клієнт-серверної системи Хмельницького центру культури і мистецтва завдання зі створення клієнтської частини можна спростити, проте, залишаються відкритими завдання щодо інтеграції веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва із безліччю типів клієнтів та вимог щодо їх запитів.

В роботі досліджено особливості функціонування веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва, із виділенням основних етапів інформаційного процесу оптимізації та функціонування. Внесено пропозицію

щодо оптимізації функціонування веб-дodatка Хмельницького центру, що зводяться до посилення реалізації генеруючої функції веб-дodatка, що дозволить збільшувати обсяги надання інформації на запити користувачів та підвищити ефективність підприємницької складової Хмельницького центру культури і мистецтва. Це дуже важливо в умовах пономасштабної війни України із Росією, так і у повоєнний період, коли спостерігається обмежене фінансування із державного бюджету, і збереження історичних об'єктів та культурних традицій нашого краю для прийдешніх поколінь потребує активного пошуку додаткових джерел фінансування. В Хмельницькому центрі культури і мистецтва на сьогоднішній день наявний потужний потенціал для побудови ефективного комплексу надання платних послуг та розвитку його підприємницької діяльності саме в цьому напрямі.

У зв'язку із цим, об'єктивним слід вважати висновок, що аналітична оцінка та оцінка ефективності функціонування веб-дodatка Хмельницького центру культури і мистецтва виступає ключем до успіху проведення підприємницької діяльності. Це також невіддільна частина маркетингової стратегії у сучасному онлайн-просторі. З допомогою використання аналітичних інструментів, можна не тільки вимірювати результати сайту на поточний момент, а й також формувати стратегії для цілей постійного поліпшення та досягнення поставлених організацією чи компанією стратегічних цілей.

Соціальні мережі дозволять Хмельницькому центру культури і мистецтва винайти потенційні точки росту в сфері підприємництва, а саме: збільшення інтерактивного контенту, як наприклад, відеоуроки чи цифрові бібліотеки з матеріалами для мистецьких закладів; активніше використання соціальних мереж та рекламних кампаній для поширення інформації про сайт і події; вдосконалення навігації та інструментів взаємодії (наприклад, форми для зворотного зв'язку чи реєстрації на заходи) та багато інших.

## Висновки

В роботі показано, що сучасний ринок за умов становлення інформаційного суспільства чітко вирізняється виділенням товарного ринку, ринку послуг та інформаційного ринку, які мають тісний взаємозв'язок між собою. Але найбільш об'ємним на сьогоднішній день за змістом інформації та виконуваних завдань, безумовно, виступає інформаційний ринок.

На сьогоднішній день відбувається новий економічний зміст конкуренції, що виникає під впливом науково-технічного прогресу, інформатизації та глобалізації економічних трансформацій, коли умови залежності конкуренції формуються не лише від одного окремого фактору, а й від їхнього унікального поєднання та від синергетичного ефекту їх взаємодії, що надає інтегрований комплекс переваг.

Акцентована увага на тому, що світова практика формування ринкових відносин підкреслює, що становлення соціально орієнтованої економіки в нашій країні є можливим тільки при додержанні умов реалізації принципів сталого розвитку, консолідації соціально-економічних інтересів, які мають бути спрямовані на інтегрованість національного ринку з міжнародним за умов глобальної інформатизації та забезпечення раціональних засад використання природно-економічного потенціалу в планетарному масштабі. Для цілей досягнення вищого рівня соціально-економічного розвитку на підприємствах повинен використовуватись сучасний інструментарій комп'ютерних технологій, спроможний підняти сучасну систему управління фінансово-економічними процесами підприємств на якісно новий рівень.

Динамізм і багатоаспектність процесу глобалізації підкреслюють основні тенденції розвитку нової епохи комп'ютерних технологій. В післявоєнний період для національної економіки комп'ютеризація соціально-

економічних процесів виступатиме важливою умовою, а також фундаментом подальшого економічного зростання.

На сучасному етапі розбудови інформаційного суспільства спостерігається тенденція до інтеграції різних типів інформаційних технологій в інтегрований єдиний комплекс, зорієнтований на технологічну взаємодію всієї сукупності об'єктів, що створені пристроями збирання, передачі, обробки, зберігання і накопичення даних, їх захисту, а також забезпечують створення інтегрованих комп'ютерних систем обробки даних значних обсягів та великої складності, а також необмежених експлуатаційних можливостей з метою реалізації і подальшого розвитку процесів управління, і створення цифрових платформ.

На розвиток підприємств, як виробничої сфери, так і сфери послуг, в умовах стрімкої глобалізації інформаційно-технологічного простору спричиняють потужний вплив новітні Інтернет-технології. Вони суттєво змінюють умови досягнення конкурентоздатності підприємства на сучасному ринку і виступають досить великим і вагомим чинником, який має пряму залежність із підвищенням ефективності діяльності. Для кожного підприємства глобальна мережа Інтернет постає одним із найефективніших засобів реклами та комунікації. Тому для кожного господарюючого суб'єкта постає завдання виділення найважливіших, перспективних напрямів ефективного використання мережі Інтернет в практичній діяльності підприємств.

Стрімкий розвиток сучасних технологій привів до того, що ринок послуг урізноманітнюється більш швидкими темпами, чим ринок товарів, тому послуги на сьогоднішній день становлять панівну частину світової економіки. Також послугам більш характерна інноваційність, під чим у сфері послуг розуміється як вектор стійкого зростання, а також як джерело конкурентних переваг на рівні економіки, фірми чи галузі. Інтернет-технології сьогодення вже є необхідним інструментом для розвитку та вдосконалення сучасного ринку послуг.

Застосування новітніх Інтернет-технологій дозволяє активно створювати персоналізовані кампанії, що адаптовані до унікальних інтересів та потреб споживачів різних категорій, що сприяє покращенню взаємодії між всіма учасниками процесу надання послуг та збільшенню конверсії.

Впродовж останніх років відбувся суттєвий перехід як від продуктової економіки до нової економіки на основі послуг, і також до економіки, яка використовує цифрові послуги. Такий перехід відбувається із наявністю широкої доступності до комп'ютерів та завдяки широко розповсюдженого Інтернету. Ці складові разом формують цифрову інфраструктуру, яка спроможна надавати цифрові послуги різними і новими способами.

Цифрові технології пропонують застосовувати більш нові способи взаємовідносин із клієнтами, а також пропонують об'єднати ресурси із різних платформ до багатьох скоординованих складних сервісних систем для цілей підвищення загальної кількості ініціатив та пропозицій.

Також цифрові технології пропонують безліч нових способів для виробників послуг та орієнтованих на виробництво послуг компаній з метою досягати оптимізації вданих процесах та пропонувати цінність від використання тієї чи іншої послуги.

Проте, варто акцентувати увагу на тому, що цифрові технології у підприємницькій діяльності, для цілей надання послуг на сучасному ринку послуг постійно модернізуються та трансформуються у значно важливіше і більше явище, ніж онлайн-продаж послуги – в отримання позитивних соціальних ефектів та результатів.

Діяльність Хмельницького центру культури та мистецтв забезпечується нефінансовими та фінансовими активами. За організаційно-правовою формою господарювання центр належить до комунальної організації, яка підпорядковується Міністерству культури та інформаційної політики України. Видом економічної діяльності Хмельницького центру культури та мистецтв є освіта у сфері культури.

Основний зміст діяльності Хмельницького центру культури та мистецтв полягає в наданні послуг для задоволення соціально-економічних та культурних потреб населення Хмельниччини, а також здійснення підприємницької діяльності та надання платних послуг (здача приміщення в оренду, окремі види освітніх культурно-мистецьких послуг), плата за які використовується на підтримку об'єктів спадщини історії та культури, тому установа належить до неприбуткових організацій, а фінансові ресурси включаються до спеціального фонду місцевого бюджету.

Відповідно, цифрове мобільне середовище Хмельницького центру культури і мистецтва поєднує велику кількість учасників, до яких належать: об'єкти та новини для обговорення і дослідження, працівники і відвідувачі сайту, інформація, а також взаємозв'язки між всіма учасниками. Внаслідок цього формуються вражаючі за швидкістю та масштабом інформаційні потоки, в яких Хмельницький центр культури і мистецтва приймає безпосередню участь, або використовує їх.

Можна зробити висновок, що розвиток інформаційних технологій першочергово набуває тісного взаємозв'язку із стрімким розвитком мережових технологій. У відповідності із зазначеним, саме розвиток мережових технологій буде визначати основні напрями розвитку програмного та апаратного забезпечення, як на найближчу перспективу, так і в довгостроковому періоді.

Тому Хмельницькому центру культури і мистецтва необхідно поновлювати та оптимізувати параметри функціонування офіційного сайту для цілей можливості його інтеграції в мережеве середовище за умов більш досконалих сервісів обслуговування користувачів, їхніх запитів та використання ними нових видів програмного і апаратного забезпечення.

Відповідно, при оновленні клієнт-серверної системи Хмельницького центру культури і мистецтва завдання зі створення клієнтської частини можна спростити, проте, залишаються відкритими завдання щодо інтеграції

веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва із безліччю типів клієнтів та вимог щодо їх запитів.

У зв'язку із цим, об'єктивним слід вважати висновок, що аналітична оцінка та оцінка ефективності функціонування веб-додатка Хмельницького центру культури і мистецтва виступає ключем до успіху проведення підприємницької діяльності. Це також невіддільна частина маркетингової стратегії у сучасному онлайн-просторі. З допомогою використання аналітичних інструментів, можна не тільки вимірювати результати сайту на поточний момент, а й також формувати стратегії для цілей постійного поліпшення та досягнення поставлених організацією чи компанією стратегічних цілей.

Соціальні мережі дозволять Хмельницькому центру культури і мистецтва винайти потенційні точки росту в сфері підприємництва, а саме: збільшення інтерактивного контенту, як наприклад, відеоуроки чи цифрові бібліотеки з матеріалами для мистецьких закладів; активніше використання соціальних мереж та рекламних кампаній для поширення інформації про сайт і події; вдосконалення навігації та інструментів взаємодії (наприклад, форми для зворотного зв'язку чи реєстрації на заходи) та багато інших.

## Перелік джерел посилання

1. Бойко Н. Смарт контракти – чи справді договори та чи дійсно «розумні» / Національна асоціація адвокатів України. 2018. URL : <https://unba.org.ua/publications/3169-smart-kontrakti--chi-spravdi-dogovori-tachi-dijsno-rozumni.html>
2. Борисов В. І. Послуга в умовах використання цифрових технологій. Право та інноваційне суспільство. 2021. № 2 (17). URL: <http://apir.org.ua/wp-content/uploads/2021/12/Borysov17.pdf>.
3. Бурашнікова О. Міжнародний досвід цифровізації в податковій сфері. Humanities Studies. 2023. Випуск 14 (91). С. 148–157. URL : <https://doi.org/10.32782/hst-2023-14-91-17>
4. Воляник, Г., Колінько, Н., & Шутка, С. (2024). Інноваційні цифрові технології електронної комерції у готельній індустрії. Інновації та технології в сфері послуг і харчування, (2 (12), 28-33. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(12\).2024.4](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.4)
5. Голубев А.К. Економіка і управління на підприємстві: основные тенденции и проблемы развития: монография / А.К. Голубев, Л.А. Стрий, Л.А. Захарченко, под научн. ред. профессора, д.т.н. П.П. Воробиненко. – Saarbrucken: LAP, 2015. – 292 с.
6. Дrajниця С.А. Стратегія комерційної діяльності торговельно-посередницьких підприємств / С.А. Дrajниця, О.В. Билік // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України. Тези доповідей XIII міжнародної науково-практичної конференції. Хмельницький. ХНУ. – 2018.– С. 154–155.
7. Іванов Ю.Б. Складові інформаційного забезпечення маркетингової діяльності промислового підприємства / Ю.Б. Іванов, М.І. Ус // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2016.– № 1. –С. 299-305.
8. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін.; НАН України. – К., 2015. – 336 с.
9. Іванова О.М. Характеристика та класифікація інформаційних потоків підприємств / О.М. Іванова // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 13. – С. 18-22.101.

10. Інтернет як інструмент маркетингу. URL: <https://www.isys.in.ua/usefulmarket.htm>.
11. Інформаційні системи в економіці: монографія / С. В. Устенко, А. М. Береза, Г. П. Галузинський, В. М. Гужва та ін.; за заг. ред. д-ра. екон. наук, проф. С.В. Устенка. – К. : КНЕУ, 2012. – 425 с.
12. Інформаційні системи і технології в економіці / В.С.Пономаренко, Р.К.Бутова, І.В.Журавльова, Г.Н.Назарова, Л.А.Павленко, О.І.Пушкар; за ред. В.С.Пономаренка. – К. : ВЦ «Академія», 2002. – 544 с.
13. Каліна І.І. Сучасна парадигма інформаційного забезпечення маркетингу інновацій / І.І. Каліна // Вчені записки Університету «КРОК». – 2013. – Випуск 34. – С. 316-322.
14. Карпенко Н. В. Комплекс маркетингових комунікацій у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю підприємства : монографія / Н. В. Карпенко, Н. І. Яловега. – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 278 с.
15. Коломоєць Є. (2024). Цифрова трансформація бізнесу як основа підвищення його конкурентоспроможності. Сталій розвиток економіки (4(51), 72-80. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-51-10>
16. Криниця, С. (2023). Сучасні тренди розвитку цифрових технологій та їх вплив на публічні фінанси. Збірник наукових праць Державного податкового університету, (2), 82–120. <https://doi.org/10.33244/2617-5940.2.2023.82-120>
17. Кульчицький О. Визначення «Інноваційної послуги» в контексті впровадження цифрових технологій / Олесь Кульчицький // Галицький економічний вісник. – Т. : ТНТУ, 2020. – Том 64. – № 3. – С. 163-173.
18. Ленков С.В. Концептуальна схема системи інтелектуальної обробки даних / С.В. Ленков, О.М. Горбатюк, Н.М. Берназ // Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К.: ВІКНУ, 2014. – Вип. № 46. – С.181-190
19. Макроекономіка та макроекономічна політика: навч. посібник / А.Ф. Мельник, Т.Л. Желюк, О.В. Длугопольський, О.В. Панухник; наук. ред. А.Ф. Мельник. – К.: Знання, 2008. – 699 с.

20. Маркетинг. Менеджмент. Інновації : монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ Друкарський дім «Папірус», 2010. – 621 с.
21. Методи та алгоритми web-додатків / Ю.О. Гунченко, Д.В. Чешун // Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – К.: ВІКНУ, 2017. – Вип. № 56. – С.107-115
22. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури. 2012. 384 с.
23. Окландер М.А. Маркетингові технології економічного зростання : монографія / М.А.Окландер, О.І. Яшкіна, І.Л. Литовченко [та ін.] за ред. д.е.н., проф. М.А.Окландера. – Одеса: Астропрінт, 2012. – 376 с.
24. Офіційний сайт Хмельницького науково-методичного центру культури і мистецтва. URL: <https://honmccm.com.ua/>
25. Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком : монографія / за ред. С.М. Ілляшенка. – Суми : ТОВ Друкарський дім «Папірус», 2011. – 644 с.
26. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>
27. Про схвалення Концепцію розвитку цифрових компетентностей до 2025 року. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/kabmin-skhvaliv-kontseptsiyu-rozvitku-tsifrovikh-kompetentnostey-do-2025-roku?f51OPb18GXI0hth3CekWWo>
28. Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження: підручник / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т.– Електрон. текст. дані. – Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с.
29. Як повномасштабна війна відобразилася на кількості інтернет-користувачів в Україні. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2024/04/15/infografika/suspilstvo/yak-povnomasshtabna-vijna-vidobrazylasya-kilkosti-internet-korystuva-chiv-ukrayini>
30. Як штучний інтелект використовується у сфері відкритих даних. Дія. Відкриті дані. URL : <https://diia.data.gov.ua/info-center/aiod>

31. McGinnis, D. What Is the Fourth Industrial Revolution? The Salesforce. 2023. URL : <https://www.salesforce.com/blog/what-is-the-fourthindustrial-revolution-4ir/>

32. Big Data. IT Enterprise. URL : <https://www.it.ua/knowledgebase/tech-nology-innovation/big-data-bolshie-dannye>

33. 30. Ronanki, R., Davenport, T. Artificial intelligence (AI) for the real world. Harvard Business Review. 2017. URL : <http://surl.li/kcjge>

## Додатки

## Додаток А – Баланс на 1 січня 2022 року

Додаток 1 до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку в державному секторі 101 «Подання фінансової звітності»

	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
		2022	01	01
Установа	Хмельницький обласний науково-методичний центр культури і мистецтва за СДРПОУ	26294708		
Територія	Хмельницька за КАТОТТГ	UA68000000000099709		
Організаційно-правова форма господарювання	Комунальна організація (установа, заклад) за КОПФГ	430		
Орган державного управління	Міністерство культури та інформаційної політики України за КОДУ	19094		
Вид економічної діяльності	Освіта у сфері культури за КВЕД	85.52		
Одиниця виміру: грн				
Періодичність: річна				

## БАЛАНС

на 01 січня 2022 року

Форма №1-дс

АКТИВ	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. НЕФІНАНСОВІ АКТИВИ</b>			
<i>Основні засоби:</i>	1000	978030	1221849
<i>первісна вартість</i>	1001	4530903	4731778
<i>знос</i>	1002	3552873	3509929
<i>Інвестиційна нерухомість:</i>	1010	-	-
<i>первісна вартість</i>	1011	-	-
<i>знос</i>	1012	-	-
<i>Нематеріальні активи:</i>	1020	-	-
<i>первісна вартість</i>	1021	-	-
<i>накопичена амортизація</i>	1022	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1030	1794	1794
<i>Довгострокові біологічні активи:</i>	1040	-	-
<i>первісна вартість</i>	1041	-	-
<i>накопичена амортизація</i>	1042	-	-
Запаси	1050	1894409	1735010
Виробництво	1060	-	-
Поточні біологічні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>2874233</b>	<b>2958653</b>
<b>II. ФІНАНСОВІ АКТИВИ</b>			
Довгострокова дебіторська заборгованість	1100	-	-
<i>Довгострокові фінансові інвестиції, у тому числі:</i>	1110	-	-
цінні папери, крім акцій	1111	-	-
акції та інші форми участі в капіталі	1112	-	-
<i>Поточна дебіторська заборгованість:</i>			
за розрахунками з бюджетом	1120	-	-
за розрахунками за товари, роботи, послуги	1125	-	-
за наданими кредитами	1130	-	-



за виданими авансами	1135	-	-
за розрахунками із соціального страхування	1140	13704	54296
за внутрішніми розрахунками	1145	-	-
інша поточна дебіторська заборгованість	1150	-	-
Поточні фінансові інвестиції	1155	-	-
<i>Грошові кошти та їх еквіваленти розпорядників бюджетних коштів та державних цільових фондів у:</i>			
<i>національній валюті, у тому числі в:</i>	<i>1160</i>	<i>99</i>	<i>8156</i>
касі	1161	30	30
казначействі	1162	69	8126
установах банків	1163	-	-
дорозі	1164	-	-
іноземній валюті	1165	-	-
<i>Кошти бюджетів та інших клієнтів на:</i>			
сдиному казначейському рахунку	1170	-	-
<i>рахунках в установах банків, у тому числі в:</i>	<i>1175</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
національній валюті	1176	-	-
іноземній валюті	1177	-	-
Інші фінансові активи	1180	-	-
<i>Усього за розділом II</i>	<i>1195</i>	<i>13803</i>	<i>62452</i>
<b>III. ВИТРАТИ МАЙБУТНІХ ПЕРІОДІВ</b>	<b>1200</b>	<b>6535</b>	<b>-</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>1300</b>	<b>2894571</b>	<b>3021105</b>

ПАСИВ	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ТА ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ</b>			
Внесений капітал	1400	4140139	3553474
Капітал у дооцінках	1410	-	910529
Фінансовий результат	1420	-1261066	-1498988
Капітал у підприємствах	1430	-	-
Резерви	1440	-	-
Цільове фінансування	1450	1794	1794
<i>Усього за розділом I</i>	<i>1495</i>	<i>2880867</i>	<i>2966809</i>
<b>II. ЗОБОВ'ЯЗАННЯ</b>			
<i>Довгострокові зобов'язання:</i>			
за цінними паперами	1500	-	-
за кредитами	1510	-	-
інші довгострокові зобов'язання	1520	-	-
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1530	-	-
<i>Поточні зобов'язання:</i>			
за платежами до бюджету	1540	2672	5745
за розрахунками за товари, роботи, послуги	1545	-	-
за кредитами	1550	-	-
за одержаними авансами	1555	-	-
за розрахунками з оплати праці	1560	11032	48551
за розрахунками із соціального страхування	1565	-	-
за внутрішніми розрахунками	1570	-	-
інші поточні зобов'язання, з них:	1575	-	-
за цінними паперами	1576	-	-
<i>Усього за розділом II</i>	<i>1595</i>	<i>13704</i>	<i>54296</i>



## Додаток Б – Баланс на 1 січня 2023 року

Додаток 1 до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку в державному секторі 101 «Подання фінансової звітності»

	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
		2023	01	01
Установа	Хмельницький обласний науково-методичний центр культури і мистецтва	за ЄДРПОУ	26294708	
Територія	Хмельницька	за КАТОТТГ	UA6800000000099709	
Організаційно-правова форма господарювання	Комунальна організація (установа, заклад)	за КОПФГ	430	
Орган державного управління	Міністерство культури та інформаційної політики України	за КОДУ	19094	
Вид економічної діяльності	Освіта у сфері культури	за КВЕД	85.52	
Одиниця виміру: грн				
Періодичність: річна				

**БАЛАНС**  
на 01 січня 2023 року

Форма №1-дс

АКТИВ	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. НЕФІНАНСОВІ АКТИВИ</b>			
<i>Основні засоби:</i>	<i>1000</i>	1221849	1007943
<i>первісна вартість</i>	<i>1001</i>	4731778	4746764
<i>знос</i>	<i>1002</i>	3509929	3738821
<i>Інвестиційна нерухомість:</i>	<i>1010</i>	-	-
<i>первісна вартість</i>	<i>1011</i>	-	-
<i>знос</i>	<i>1012</i>	-	-
<i>Нематеріальні активи:</i>	<i>1020</i>	-	-
<i>первісна вартість</i>	<i>1021</i>	-	-
<i>накопичена амортизація</i>	<i>1022</i>	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1030	1794	1794
<i>Довгострокові біологічні активи:</i>	<i>1040</i>	-	-
<i>первісна вартість</i>	<i>1041</i>	-	-
<i>накопичена амортизація</i>	<i>1042</i>	-	-
Запаси	1050	1735010	1623128
Виробництво	1060	-	-
Поточні біологічні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>2958653</b>	<b>2632865</b>
<b>II. ФІНАНСОВІ АКТИВИ</b>			
Довгострокова дебіторська заборгованість	1100	-	-
<i>Довгострокові фінансові інвестиції, у тому числі:</i>	<i>1110</i>	-	-
цінні папери, крім акцій	1111	-	-
акції та інші форми участі в капіталі	1112	-	-
<i>Поточна дебіторська заборгованість:</i>			
за розрахунками з бюджетом	1120	-	-
за розрахунками за товари, роботи, послуги	1125	-	-
за наданими кредитами	1130	-	-



за виданими авансами	1135	-	-
за розрахунками із соціального страхування	1140	54296	19820
за внутрішніми розрахунками	1145	-	-
інша поточна дебіторська заборгованість	1150	-	-
Поточні фінансові інвестиції	1155	-	-
<i>Грошові кошти та їх еквіваленти розпорядників бюджетних коштів та державних цільових фондів у:</i>			
<i>національній валюті, у тому числі в:</i>	<i>1160</i>	<i>8156</i>	<i>39633</i>
касі	1161	30	30
казначействі	1162	8126	39603
установах банків	1163	-	-
дорозі	1164	-	-
іноземній валюті	1165	-	-
<i>Кошти бюджетів та інших клієнтів на:</i>			
єдиному казначейському рахунку	1170	-	-
<i>рахунках в установах банків, у тому числі в:</i>	<i>1175</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
національній валюті	1176	-	-
іноземній валюті	1177	-	-
Інші фінансові активи	1180	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>62452</b>	<b>59453</b>
<b>III. ВИТРАТИ МАЙБУТНІХ ПЕРІОДІВ</b>	<b>1200</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>1300</b>	<b>3021105</b>	<b>2692318</b>

ПАСИВ	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ТА ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ</b>			
Внесений капітал	1400	3553474	3581185
Капітал у дооцінках	1410	910529	910529
Фінансовий результат	1420	-1498988	-1878565
Капітал у підприємствах	1430	-	-
Резерви	1440	-	-
Цільове фінансування	1450	1794	1794
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>2966809</b>	<b>2614943</b>
<b>II. ЗОБОВ'ЯЗАННЯ</b>			
<i>Довгострокові зобов'язання:</i>			
за цінними паперами	1500	-	-
за кредитами	1510	-	-
інші довгострокові зобов'язання	1520	-	-
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1530	-	-
<i>Поточні зобов'язання:</i>			
за платежами до бюджету	1540	5745	3086
за розрахунками за товари, роботи, послуги	1545	-	57555
за кредитами	1550	-	-
за одержаними авансами	1555	-	-
за розрахунками з оплати праці	1560	48551	16734
за розрахунками із соціального страхування	1565	-	-
за внутрішніми розрахунками	1570	-	-
інші поточні зобов'язання, з них:	1575	-	-
за цінними паперами	1576	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>54296</b>	<b>77375</b>



## Додаток В – Баланс на 1 січня 2024 року

Додаток 1 до Національного положення (стандарту)  
бухгалтерського обліку в державному секторі 101 «Подання  
фінансової звітності»

	Хмельницький обласний науково-методичний центр культури і мистецтва	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
			2024	01	01
Установа	Хмельницький обласний науково-методичний центр культури і мистецтва	за ЄДРПОУ	26294708		
Територія	Хмельницька	за КАТОТТГ	UA68000000000099709		
Організаційно-правова форма господарювання	Комунальна організація (установа, заклад)	за КОПФГ	430		
Орган державного управління	Міністерство культури та інформаційної політики України	за КОДУ	19094		
Вид економічної діяльності	Освіта у сфері культури	за КВЕД	85.52		
Одиниця виміру: грн					
Періодичність: річна					

БАЛАНС  
на 01 січня 2024 року

Форма №1-дс

АКТИВ	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. НЕФІНАНСОВІ АКТИВИ</b>			
<i>Основні засоби:</i>	<i>1000</i>	1007943	868130
<i>первісна вартість</i>	<i>1001</i>	4746764	4766591
<i>знос</i>	<i>1002</i>	3738821	3898461
<i>Інвестиційна нерухомість:</i>	<i>1010</i>	-	-
<i>первісна вартість</i>	<i>1011</i>	-	-
<i>знос</i>	<i>1012</i>	-	-
<i>Нематеріальні активи:</i>	<i>1020</i>	-	-
<i>первісна вартість</i>	<i>1021</i>	-	-
<i>накопичена амортизація</i>	<i>1022</i>	-	-
Незавершені капітальні інвестиції	1030	1794	1794
<i>Довгострокові біологічні активи:</i>	<i>1040</i>	-	-
<i>первісна вартість</i>	<i>1041</i>	-	-
<i>накопичена амортизація</i>	<i>1042</i>	-	-
Запаси	1050	1623128	1514044
Виробництво	1060	-	-
Поточні біологічні активи	1090	-	-
<i>Усього за розділом I</i>	<i>1095</i>	2632865	2383968
<b>II. ФІНАНСОВІ АКТИВИ</b>			
Довгострокова дебіторська заборгованість	1100	-	-
<i>Довгострокові фінансові інвестиції, у тому числі:</i>	<i>1110</i>	-	-
цінні папери, крім акцій	1111	-	-
акції та інші форми участі в капіталі	1112	-	-
<i>Поточна дебіторська заборгованість:</i>			
за розрахунками з бюджетом	1120	-	-
за розрахунками за товари, роботи, послуги	1125	-	-
за наданими кредитами	1130	-	-



за виданими авансами	1135	-	-
за розрахунками із соціального страхування	1140	19820	2252
за внутрішніми розрахунками	1145	-	-
інша поточна дебіторська заборгованість	1150	-	-
Поточні фінансові інвестиції	1155	-	-
<i>Грошові кошти та їх еквіваленти розпорядників бюджетних коштів та державних цільових фондів у:</i>			
<i>національній валюті, у тому числі в:</i>	<i>1160</i>	<i>39633</i>	<i>20947</i>
касі	1161	30	30
казначействі	1162	39603	20917
установах банків	1163	-	-
дорозі	1164	-	-
іноземній валюті	1165	-	-
<i>Кошти бюджетів та інших клієнтів на:</i>			
єдиному казначейському рахунку	1170	-	-
<i>рахунках в установах банків, у тому числі в:</i>	<i>1175</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
національній валюті	1176	-	-
іноземній валюті	1177	-	-
Інші фінансові активи	1180	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>59453</b>	<b>23199</b>
<b>III. ВИТРАТИ МАЙБУТНІХ ПЕРІОДІВ</b>	<b>1200</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>1300</b>	<b>2692318</b>	<b>2407167</b>

ПАСИВ	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ТА ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ</b>			
Внесений капітал	1400	3581185	3869072
Капітал у дооцінках	1410	910529	910529
Фінансовий результат	1420	-1878565	-2376480
Капітал у підприємствах	1430	-	-
Резерви	1440	-	-
Цільове фінансування	1450	1794	1794
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>2614943</b>	<b>2404915</b>
<b>II. ЗОБОВ'ЯЗАННЯ</b>			
<i>Довгострокові зобов'язання:</i>			
за цінними паперами	1500	-	-
за кредитами	1510	-	-
інші довгострокові зобов'язання	1520	-	-
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1530	-	-
<i>Поточні зобов'язання:</i>			
за платежами до бюджету	1540	3086	439
за розрахунками за товари, роботи, послуги	1545	57555	-
за кредитами	1550	-	-
за одержаними авансами	1555	-	-
за розрахунками з оплати праці	1560	16734	1813
за розрахунками із соціального страхування	1565	-	-
за внутрішніми розрахунками	1570	-	-
інші поточні зобов'язання, з них:	1575	-	-
за цінними паперами	1576	-	-
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>77375</b>	<b>2252</b>

