

5. ТЗ НА РОЗРОБКУ ЧАТ-БОТА. AVADA-MEDIA. URL: <https://avada-media.ua/ua/services/tz-dlya-chat-bota/>
6. Shweta, Kelly Main, Rob Watts. What Is A Chatbot? Everything You Need To Know. *Forbes Advisor*. URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/software/what-is-a-chatbot/>
7. Brennan, Richards. How Enterprises Can Use GPT Technology to Drive Their Business Forward. *Infused Innovations*. URL: <https://www.infusedinnovations.com/blog/secure-intelligent-workplace/how-enterprises-can-use-gpt-technology-to-drive-their-business-forward>
8. Мінцифри разом із Microsoft тестує ChatGPT у «Дії». *The Village*. URL: <https://www.thevillage.com.ua/village/business/news/337051-mintsifri-razom-iz-microsoft-testue-chatgpt-u-diui>



Присяжнюк Карина Віталіївна
(наук. керівник – канд. екон. наук Прігунов О. В.)
Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА ВЗАЄМОДІЇ ВИРОБНИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗІ СПОЖИВАЧАМИ

Вступ. Багато мешканців сільських господарств стикаються з проблемами через те, що вони не можуть продати свої товари місцевого виробництва на ринках і ярмарках України. Ця проблема пов'язана з різними факторами, такими як-от відсутність адекватної інфраструктури для збуту продукції, недостатня підтримка державних органів для розвитку сільського господарства, складність отримання необхідних документів та ліцензій, а також конкуренція з імпортною продукцією [1–2]. Тому фермери не можуть ефективно збувати свою продукцію та зазнають втрат, а споживачам залишається купувати фрукти, овочі, м'ясо, молоко та інші товари лише в супермаркетах та магазинах. Фермери змушені звертатися до посередників, щоб вчасно продати свою сільськогосподарську продукцію. Це призводить до того, що вони отримують меншу ціну за вироблений продукт, а споживачі платять за завищеною ціною через різницю між ціною виробника та ціною, яку встановлюють перекупники. Така практика негативно впливає на розвиток сільського господарства та призводить до зниження довіри між виробниками та споживачами [3–4]. Отже, визначена проблема потребує пошуку рішення, яке дасть змогу виробникам через відсутність посередників продавати свою продукцію за більш вигідними цінами, а клієнти матимуть можливість купувати якісні та свіжі продукти за доступними цінами.

Аналіз останніх досліджень. Проблемами продажу сільськогосподарської продукції в Україні та розвитком форм збуту займалися такі українські вчені: І. В. Миколаєнко, О. В. Шалягінова, А. В. Кічук, І. Б. Якубів, Л. М. Лупенко, О. О. Денисюк, Н. В. Шумейко, І. В. Танцюра.

Метою роботи є розробка бізнес-моделі застосунка, що забезпечить процес купівлі-продажу товарів безпосередньо між виробниками сільськогосподарської продукції і споживачами.

Викладення основного матеріалу. Сьогодні українське суспільство переживає значні зміни, спрямовані на зміцнення місцевої економіки та сталість розвитку. У суспільній та соціокультурній сферах також відбуваються важливі трансформації, що базуються на використанні інформаційних технологій [5]. Одним із рішень визначеної у доповіді проблеми є застосунок, який дасть можливість виробникам сільськогосподарської продукції і потенційним клієнтам взаємодіяти безпосередньо. Така бізнес-модель спрямована на усунення з процесу продажу товарів перекупників і надання споживачам доступу до свіжих місцевих продуктів за найнижчими цінами. Через відсутність посередників виробники зможуть продавати свою продукцію за більш вигідними цінами, а клієнти матимуть можливість купувати якісні та свіжі продукти за доступними цінами. Саме на таких принципах побудована бізнес-модель застосунку «Farm 2 Home» (рис. 1).

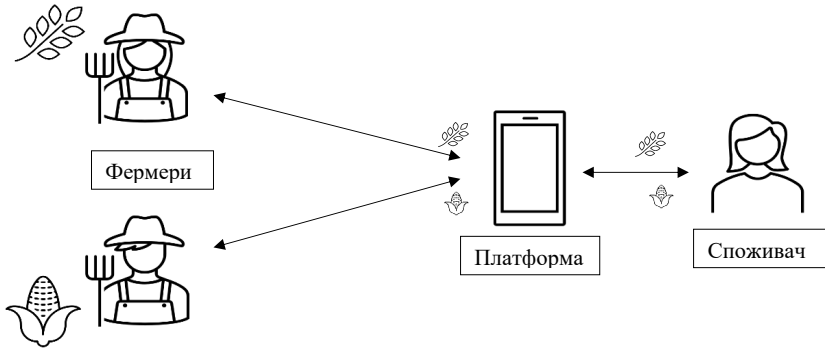


Рисунок 1 – Схема взаємодії фермерів та споживачів через застосунок «Farm 2 Home»

Застосунок «Farm 2 Home» сприяє сталому виробництву та споживанню продуктів харчування, підтримує місцевих фермерів і забезпечує споживачів свіжими місцевими продуктами за нижчими цінами.

Проблеми користувачів, які вирішує ця платформа:

- висока націнка на продукти;
- викиди вуглецю, які спричинені посередниками у традиційній системі розподілу їжі.

Очікувані результати від впровадження:

1. Підвищення місцевої економіки: з'єднуючи місцевих фермерів зі споживачами, платформа може сприяти зростанню місцевої економіки. Споживачі будуть частіше купувати товари у місцевих фермерів, що, зі свого боку, допоможе стимулювати економічне зростання та створювати робочі місця у громаді.

2. Зменшення харчових відходів: надаючи споживачам доступ до свіжих місцевих продуктів, додаток може допомогти зменшити харчові відходи. Фермери можуть продавати свою продукцію безпосередньо споживачам, зменшуючи потребу в посередниках і зводячи до мінімуму кількість часу, який продукція витрачає на зберігання, зменшуючи цим псування.

3. Покращення продовольчої безпеки: програма може допомогти покращити продовольчу безпеку в суспільстві, надаючи споживачам доступ до свіжої здорової їжі. Це особливо важливо для малозабезпечених громад, де доступ до свіжих продуктів часто обмежений.

4. Сприяння сталому розвитку: програма може сприяти сталим методам ведення сільсько-го господарства, з'єднуючи споживачів із фермерами, які використовують екологічні методи ведення сільського господарства. Це може допомогти зменшити вплив сільського господарства на навколишнє середовище та сприяти довгостроковій стійкості.

5. Розширення можливостей місцевих фермерів: застосунок може допомогти розширити можливості місцевих фермерів, надаючи їм платформу для продажу своїх товарів безпосередньо споживачам. Це може допомогти зменшити владу посередників і надати фермерам більше контролю над ціноутворенням і розподілом.

Висновки. Застосунок «Farm 2 Home» може бути особливо корисним для малих сільських господарств та сімейних ферм, які не мають доступу до великих ринків або мереж супермаркетів. Застосунок спрямований на підтримку місцевого сільського господарства, зміцнення місцевої продовольчої системи, вирішення проблеми продовольчої безпеки в деяких громадах і сприяння сталому виробництву та споживанню продуктів харчування шляхом зменшення потреби у транспортуванні та посередництві, зменшуючи цим викиди вуглецю.

Навіть у великих містах такий застосунок може мати значний потенціал, допомагаючи виробникам місцевих продуктів знайти нових клієнтів та популяризувати свої товари. Така ініціатива може зробити продукти місцевого виробництва більш доступними для місцевих мешканців, збільшити доходи виробників та зміцнити спільноту загалом.

Розробка застосунку безпосередньої взаємодії між виробниками та споживачами є важливим кроком у підтримці місцевого виробництва та стимулюванні економічного розвитку відповідного регіону країни.

Список використаних джерел

1. Миколаєнко, І. В., & Шалагінова, О. В. (2019). Продаж сільськогосподарської продукції на місцевих ринках: проблеми та перспективи. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, (3), С. 227–235.
2. Кічук, А. В., & Якубів, І. Б. (2018). Аналіз проблем малих та середніх фермерських господарств в Україні та шляхи їх вирішення. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Серія: Економічні науки, (5 (78)), С. 149–157.
3. Лупенко, Л. М., & Денисюк, О. О. (2020). Аналіз ринку продажу сільськогосподарської продукції в Україні та розвиток інтегрованих форм збуту. *Економіка та держава*, (1), С. 44–49.
4. Шумейко, Н. В., & Танцюра, І. В. (2018). Особливості продажу сільськогосподарської продукції в Україні: трансакційні витрати та ефективність збуту. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. Економічні науки, (1 (93)), С. 68–73.
5. Анісімова, О. М., Ковальська, Л. А., Лукаш, Г. П., Прігунов, О. В., Щербіна, О. С., & Яворська, Т. М. (2021). Трансформаційні процеси у суспільній та соціокультурній сферах України. Вінниця: Нілан-ЛТД, 2021. 185 с.



Пришляк Мар'яна Андріївна
(наук. керівник – канд. техн. наук, доцент Марковець О. В.)
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ-БОТІВ У КОМУНІКАЦІЇ ГРОМАДЯН З ОРГАНАМИ ВЛАДИ

Сьогодні модернізація будь-якої сфери людської діяльності не може обійтися без впровадження сучасних інформаційних технологій, оскільки саме вони відкривають нові можливості щодо створення, поширення, моніторингу, аналізу різного розміру масивів інформації. Не винятком стає і напрям державного сектору. У межах ефективної діяльності органів місцевого самоврядування потрібно враховувати необхідність формування якісного функціонування усіх процесів, пов'язаних із роботою внутрішніх та зовнішніх об'єктів [1, 2]. У матеріалах угада буде зосереджена на зовнішніх об'єктах, одними з яких є громадяни.

Багато спеціалістів вивчали можливості розвитку комунікаційної взаємодії між суб'єктами громадськості та органами влади. Про роль комунікаційних стратегій у своїй статті написала науковиця К. С. Лозовська («Комунікаційні стратегії як інструмент налагодження ефективної взаємодії органів місцевого самоврядування і суспільства»). Панує думка, що основне завдання місцевого самоврядування полягає у якісній комунікації між громадянами та державою. Тобто оцінити роботу органу, який надає такі послуги, можна через взаємодію з громадою. Організаційними заходами щодо якісного впровадження стратегій повинні займатися кваліфіковані спеціалісти, зокрема керівництво. Також авторами пропонується комунікаційна матриця за визначеними параметрами. Зосереджується увага на важливості налагоджених механізмів роботи органів місцевого самоврядування для реалізації комунікаційних стратегій [3].

Ще один із прикладів викладений у науковій статті Карла Йоханссона та Тапіо Рауніо «Централізація урядового зв'язку? Докази з Фінляндії та Швеції» [4]. Подается інформація про те, як уряди організують свою комунікацію, яка є одним із найважливіших показників балансу між внутрішнім та зовнішнім апаратом влади. Розглядаються проблеми предметної галузі через порівняння двох країн, Фінляндії та Швеції, які провели аналіз не лише організа-