

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



МАТЕРІАЛИ

**наукової конференції професорсько-викладацького складу
Полтавського державного аграрного університету
за підсумками науково-практичних досліджень в 2023 році**

14-15 травня 2024 року



Полтава

Редакційна колегія:

Олег Горб, проректор з науково-педагогічної, наукової роботи, доцент;

Петраш О. В., доцент кафедри механічної та електричної інженерії, доцент;

Яснолоб І. О., доцент кафедри підприємництва і права, доцент;

Олександр Безкровний, декан факультету обліку та фінансів, доцент;

Олександра Біловод, декан інженерно-технологічного факультету, доцент;

Дмитро Дячков, директор навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій, професор

Сергій Кулинич, декан факультету ветеринарної медицини, професор

Микола Маренич, директор навчально-наукового інституту агротехнологій, селекції та екології, професор

Анатолій Шостя, декан факультету технологій тваринництва та продовольства, старший науковий співробітник

Світлана Козина, завідувач інформаційно-консультаційного центру міжнародного методичного забезпечення

Віктор Радочін, начальник редакційно-видавничого відділу

Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу Полтавського державного аграрного університету за підсумками науково-практичних досліджень в 2023 році (м. Полтава, 14-15 травня 2024 року). – Полтава: РВВ ПДАУ, 2024. – 193 с.

Співпраця та спілкування є основними складовими такого навчання, яке ставить собі за мету спільне вирішення проблем, набуття навичок монологічного мовлення, відповідальності, критичного мислення та досягнення вагомих результатів. Тому процес навчання необхідно активізувати шляхом використання інтерактивних технологій залежно від поставленої перед ним мети. Шляхи інтеграції інтерактивних методів у навчальний процес практично необмежені. З'ясовано, що на кожному етапі заняття доцільно використовувати різні методи, гурток ідей, імітаційні ігри тощо. Також велике значення матиме тип уроку та його місце в циклі уроків даної теми. важливу роль тут.

Інтерактивна форма роботи має значні переваги перед фронтальною та індивідуальною формами: у групах студенти залучаються до колективної творчої діяльності, змістовного спілкування та взаємодії, розподілу праці між учасниками групи.

Список використаних джерел:

1. Інтерактивні технології навчання / [авт.-упор. І. І. Дівакова]. Тернопіль: Мандрівець, 2019. С. 23-27.

2. Крючков Г. Болонський процес – як гармонізація Європейської системи вищої освіти. Педагогічна преса, 2019. 154 с.

УДК 658. 5 : 330.341.1

Л. О. Дорогань-Писаренко, к. е. н., PhD, професор

О. В. Єгорова, к. е. н., PhD, доцент

Л. О. Чип, к. е. н., PhD, доцент

Полтавський державний аграрний університет

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ІДЕЙ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ

Будь-який стартап (англ. – startup) базується на оригінальній, інноваційній ідеї. Ідея повинна пропонувати щось нове, унікальне, ексклюзивне (продукт, послугу тощо), що раніше ніким не пропонувалося й не втілювалося. Отже, успіх стартапу залежить, перш за все, від якості запропонованої ідеї, а далі – від її реалізації.

Ідея стартапу може виникнути як вирішення певної практичної проблеми, Все що викликає проблему, незручність, негатив, є неефективним або доставляє дискомфорт як у професійному, так і у повсякденному житті (довга доставка відправлення, складність у пошуку паркування, довгий час очікування тощо) можна вдосконалити.

Стартап-ідеї народжуються по різному, але, як правило, вперше обговорюються із друзями, родичами, колегами, знайомими бізнесменами. Проте, близькі люди не є найкращою аудиторією для перевірки ідей, оскільки часто вони налаштовані «підтримати» ентузіазм засновника стартапу, навіть не вникнувши у цю ідею.

Найкращим способом перевірити ідею продукту або послуги є створення прототипу та спроба його продати. Для цього потрібно визначити хто є цільовою аудиторією продукту, його MVS – мінімально життєздатним сегментом, та налагодити із потенційними споживачами шляхи комунікації. Після перших

продажів потрібно провести опитування клієнтів, дізнатися їх враження – чи усі сподівання справдилися, чи не виникли проблеми. Наявні проблеми та недоліки слід виправити та повторити апробацію. Якщо це вдалося – можна масштабувати прототип, якщо ні – варто шукати нову ідею для стартапу.

Недоліком цього способу є те, що часто розробка прототипу є вартісною (без інвестицій стартапер не може його створити) та тривалою. Тому на практиці використовують інші методи перевірки ідей, які базуються на спробах представити пропозицію як таку, що вже готова для продажу.

Ерік Райс пропонує для перевірки життєздатності ідей міні-перевірками та ітераційним рухом Lean-метод. [1]

Перевіряється не лише чи продукт цікавий покупцям, але й те, чи готові вони заплатити за нього. Ще до створення першої версії продукту Е.Райс рекомендує створити сторінку з короткою презентацією продукту / послуги та кнопкою «Купити». Рекомендовано створити навіть не одну, а кілька варіантів сторінок з різними варіантами цін та варіаціями пропозицій, з яких обирають ту, на яку буде більше переходів.

Скотт Ентоні у «The First Mile» [2] описує тест «Першої милі» для перевірки ідей. Використання методу розпочинають із вивчення наявного досвіду у цій галузі, здобутків конкурентів, патентів тощо.

Далі дають відповіді на запитання: «Як зміниться світ після втілення ідеї? З якими компаніями нам доведеться конкурувати? З якими проблемами ми зможемо стикнутися? Що роботи якщо, наприклад, наш головний розробник піде від нас?». Далі дають попередню оцінку показників економічної ефективності проекту.

Наступний етап пов'язаний з дзвінками – лише один дзвінок часто дозволяє дізнатися важливу інформацію про життєздатність проекту. Наприклад, якщо ідея полягає у постачанні нового програмного продукту для органів місцевої влади, зробивши один дзвінок, ви зможете дізнатися, що подібні пропозиції вирішуються через тендер, який відбудеться не раніше ніж за два роки.

Наприкінці шукають докази того, що продукт потрібен споживачам. Варіантом є «кава-тест» – автори ідеї просять знайомих чесно розповісти, що вони думають про ідею, в обмін на безкоштовну каву.

Схожим є «Тест пофарбованих дверей». Він також передбачає створення вебсайту, на якому викладена концепція продукту, проте тут зазначають що проект ще не втілений і збирають адреси електронної пошти зацікавлених осіб, Далі підраховують скільки людей залишили свій е-мейл у формі підписки в очікування релізу, заявку на продукт чи послугу.

Джанет Краус [3] пропонує 10-секундний тест для оцінки ідеї, які вона розподіляє на категорії за значенням для потенційних клієнтів.

Після виникнення ідеї потрібно швидко відповісти чи відноситься запропонований продукт до категорій:

– «Кисень» – продукти-життєва потреба як-то їжа, одяг тощо. Це те, без чого не можуть нормально функціонувати як окремі люди, так і організації.

– «Аспірин» – те, що «рятує від болю», не забезпечує базові потреби, але робить життя кращим. Наприклад, кава, яка додає радощі у житті, проте не є життєвою потребою.

– «Дорогоцінність» – товари та послуги, які відносяться до розкоші, насолоди. Наприклад, десерти.

Краус вважає, що по-справжньому хороша ідея стартапу має відноситися одразу до трьох категорій.

Перелічені способи є найпоширенішими підходами апробації ідей для стартапу шляхом перевірки реакції потенційних споживачів. Спрогнозувати чи «спрацює» ідея чи ні складно навіть фахівцям, проте це необхідно зробити ще до початку пошуку потенційних інвесторів.

Список використаних джерел:

1. Ris, E. (2017). *Biznes s nulya. Metod Lean Startup dlya byistrogo testirovaniya idey i vyibora biznes-modeli* [Business from scratch. Lean Startup method for quickly testing ideas and choosing a business model]. Kharkov: Alpina Pabliher.

2. *Scott Anthony. The First Mile: A Launch Manual for Getting Great Ideas Into the Market.* Harvard Business Review Press. 2014. 256 p.

3. 5 найдієвіших методів перевірки бізнес-ідей. Startup.in.ua. URL: <https://www.startup.in.ua/2022/02/5-najdiyevishyh-metodiv-perevirky-biznes-idej>.

УДК 336

В. І. Аранчій, к.е.н., професор

О. В. Безкровний, к.е.н., доцент

Я. А. Дроботя, к.е.н., доцент

Полтавський державний аграрний університет

КРИПТОГРАФІЧНИЙ ЗАХИСТ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ

Реалії розвитку диджиталізованих технологій та впровадження їх у банківську сферу стали причиною перегляду проблематики захисту персональних банківських даних під час здійснення платежів.

Сучасні платіжні системи досить високо розвинуті, диджиталізовані, швидкі та інформативні. Однак перехід платіжних систем на сучасний рівень вимагає і сучасних підходів до захисту. Одним із таких підходів є криптографічний захист інформації. Власне криптографічний захист платіжних систем створює можливості забезпечення конфіденційності, цілісності та автентичності даних платіжних карток за диджиталізованого банківництва. Тож, криптографія в межах платіжних систем в реаліях сучасності – важлива складова забезпечення не лише інформаційної, а й фінансової безпеки окремих користувачів платіжної системи, платіжних систем загалом, банківської і фінансової сфери. Отже, що ж таке криптографічний захист? Криптографічний захист інформації – один із видів захисту інформації, котрий реалізується за використання механізму перетворень інформації з ціллю захисту даної інформації завдяки приховуванню її змісту, цілісності, авторства [1, 3].

Детальне дослідження можливостей використання криптографічного захисту показало, що останній може бути або ж вбудованим у платіжну систему або ж бути додатковим механізмом, котрий матиме властивість за потреби

СЕКЦІЯ ФАКУЛЬТЕТУ ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ

Л. Б. Воловик СУЧАСНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ	140
Л. О. Дорогань-Писаренко, О. В. Єгорова, Л. О. Чіп ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ІДЕЙ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ	141
В. І. Аранчій, О. В. Безкровний, Я. А. Дроботя КРИТТОГРАФІЧНИЙ ЗАХИСТ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ	143
Т. Є. Дугар, М. В. Єрмолаєва, С. В. Тютюнник ВТРАЧЕНІ ПЕРВИННІ ДОКУМЕНТИ ПІД ЧАС ВІЙНИ: АКТУАЛЬНІ ПОРАДИ БУХГАЛТЕРУ	145
Н. А. Канцедал, М. В. Єрмолаєва, О. В. Лега ПОДІЇ ПІСЛЯ ЗВІТНОЇ ДАТИ: ПОНЯТІЙНА БАЗА І ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ	148
О. М. Краснікова ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	151
О. В. Лега, Т. Б. Прийдак, Л. В. Яловега ДОГОВІРНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА РОЗРАХУНКОВИХ ОПЕРАЦІЙ.....	153
Т. В. Мокієнко, Р. В. Ліпський АВТОМАТИЗАЦІЯ ОБЛІКУ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ	155
С. М. Приходько МІСЦЕВІ ВИБОРИ В УКРАЇНІ: ОПТИМАЛЬНА МОДЕЛЬ	157
А. І. Рудич КЛАСИФІКАЦІЯ УМОВ І ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ	160
О. О. Томілін, Т. О. Багаліка ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КООПЕРАТИВНИХ ВІДНОСИН У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	161
Ю. М. Тютюнник СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АКТИВІВ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	163
В. Д. Чумак, Л. В. Бражник ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	165
С. В. Шейко ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ «ВСЕЗАГАЛЬНОЇ КОНКРЕТНОСТІ» У ФІЛОСОФІЇ ВОЛЬТЕРА	168