

систему. Однак успіх цих трансформацій у національній та глобальній економіках залежить від подолання фінансових бар'єрів, доступу до технологій і наявності кваліфікованих кадрів.

*Annotation.* The article examines modern trends in accounting caused by the development of digital technologies. The influence of innovative solutions on the process of drawing up and submitting financial statements is analyzed. Special attention is paid to the opportunities that open to enterprises due to the implementation of the latest technologies, such as artificial intelligence, blockchain and cloud computing. The study also highlights the challenges faced by enterprises in the process of digital transformation of accounting.

*Keywords:* digital transformation, accounting, financial reporting, Industry 4.0, automation, cloud technologies, big data, blockchain.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Попівняк Ю. М. Перетворення методу бухгалтерського обліку в епоху розвитку цифрових технологій. *Інтернаука*. 2020. № 8. С. 43–52. URL: <http://surl.li/lffxsl>
2. Бенько М. М., Москалюк Г. О. Бухгалтерська та управлінська звітність в умовах глобалізації та цифровізації: інновації та проблеми. Publishing House «UKRLOGOS Group», 2022. С. 86–102. URL: <https://publishing.logos-science.com/index.php/books/article/view/145/143>
3. Розвиток цифрових інструментів бухгалтерської (фінансової) звітності та її роль у забезпеченні фінансової безпеки економічного суб'єкта / С. В. Онешко., Н. П. Хомяк., Н. О. Томілова-Яремчук, Д. Л. Кобець. *Академічні Візії*. 2022. № 10–11. С. 29–37. URL: <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/66/57>
4. Легенчук С. Ф., Денисюк О. М. Перспективи та проблеми розвитку обліку в умовах використання Big Data. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2022. Вип. 3(53). URL: <https://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/8140/3.%20%D0%9B%D0%B5%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%87%D1%83%D0%BA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
5. Спільник І., Палюх М. Бухгалтерський облік в умовах цифрової економіки. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*: Міжнародний науковий журнал. 2019. Вип. 1–2. С. 83–96. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/36331/1/%D0%A1%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf>

УДК 005.922.3:303.425-028.51

#### НЕОБХІДНІСТЬ І НАУКОВА ОБҐРУНТОВАНІСТЬ ЗБЕРЕЖЕННЯ АНОНІМНОСТІ ПІД ЧАС АНКЕТУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ

*М. Р. Говоруха, Г. В. Серєда*

*Анотація.* У статті обґрунтовано об'єктивну необхідність використання анонімності під час заповнення опитувань у воєнний час, виділено основні фактори спотворення відповідей під час заповнення неанонімних опитувань. Авторами доведено небезпеку виникнення ефекту «соціальної бажаності» на прикладах попередніх наукових досліджень. Було досліджено наявні платформи збору даних на безпечність і наявність шифрування даних. Подальші дослідження в обраній темі можуть розширити знання про причини занепокоєння респондентів під час заповнення опитувань, а в перспективі – допоможуть створити систему, що забезпечить надходження повної та правдивої інформації від респондентів.

*Ключові слова:* анонімність, ефект «соціальної бажаності», захист інформації.

**Актуальність.** Збереження анонімності під час анкетування у воєнний час набуває особливої ваги через вразливість громадян та суспільства загалом. В умовах воєнних дій, коли інформаційна безпека є критично важливою, учасники опитувань можуть побоюватися репресій або переслідувань за свої відповіді, що потенційно впливає на щирість наданих даних. Анонімність у таких опитуваннях допомагає зберегти безпеку респондентів, забезпечуючи достовірність зібраної інформації, що має вирішальне значення для соціологічних та політичних досліджень у кризовий період. Під час конфліктів або окупації збереження конфіденційності відповідей дає змогу уникнути ризиків, пов'язаних з ідентифікацією респондентів, захистити їх від можливого переслідування з боку влади чи окупаційних сил.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Науковими дослідженнями щодо перевірки ефективності застосування анонімності та дослідженнями прав на анонімність займалися численні закордонні та вітчизняні вчені: Бенджамін Сондерс, Дженні Кіцінгер, Селія Кіцінгер, Дарія Маріц, Юрій Ходанич. Проте досліджень, що класифікують фактори, які спричиняють заповнення опитувань неправдивими відповідями, не існує.

**Метою** цієї роботи є наукове обґрунтування необхідності збереження анонімності під час анкетування у воєнний час, зокрема в контексті збору даних щодо політичних поглядів, соціально-економічної ситуації, настроїв населення та інших чутливих тем.

**Формулювання цілей дослідження.** Автори сконцентрували свою увагу на розробці і детальному описі класифікації причин неефективності під час заповнення неанонімних опитувань.

**Виклад основного матеріалу.** Анонімність під час збору даних у наукових чи соціальних дослідженнях виконує важливу роль. Особливо це стосується анкетувань, які часто використовуються для збору інформації про суб'єктивні відчуття, поведінкові реакції або інші приватні аспекти життя респондентів. У разі порушення анонімності респондентів можливе виникнення значної кількості соціально бажаних відповідей, що знижує валідність даних.

Психологічний вплив анонімності на респондентів відіграє ключову роль у формуванні якісних відповідей. У дослідженнях, де респонденти відчувають переваги анонімності, ймовірність отримання правдивих відповідей значно зростає [1]. Зокрема, анонімність допомагає уникнути ефекту соціальної бажаності – ситуації, коли респондент дає відповідь, яка є соціально схваленою, але неправдивою [2].

Дослідження з вивчення психічного здоров'я ветеранів демонструють, що анонімні відповіді містять більше соціально неприйнятної інформації щодо травматичних подій, як-от пережитий стрес, негативний досвід перебування в армії або психологічні проблеми, порівняно з відповідями, коли респонденти знали, що їх ідентифікують [3]. Відповідно до результатів іншого дослідження, було досягнуто подібних результатів: учасники, які заповнювали анонімні анкети, в 1,8 раза частіше погоджувалися з симптомами, що свідчили про проблеми з психічним здоров'ям, порівняно з тими, хто заповнював неанонімні опитувальники [4].

У спільному дослідженні інституту креативних технологій (університету Південної Каліфорнії) та школи комп'ютерних наук (університету Карнегі-Меллона) було виявлено, що військовослужбовці вдвічі частіше визнавали наявність симптомів посттравматичного стресового розладу (ПТСР) під час проведення анонімних опитувань, порівняно з ідентифікованими анкетами [5]. Це слугує підтвердженням можливості введення фактору анонімності для зниження сорому, упереджень та страху перед визнанням проблем зі здоров'ям, особливо в психологічній сфері діючих чи відставних військовослужбовців.

Отже, численні експерименти та наукові дослідження доводять, що забезпечення анонімності під час опитувань суттєво підвищує точність відповідей респондентів. Однак за відсутності анонімності існує низка чинників, які можуть змусити респондентів надавати неправдиві або спотворені відповіді. Тому важливо систематизувати ці чинники, щоб краще зрозуміти, що саме викликає побоювання респондентів у таких умовах і як це впливає на їхню поведінку під час опитувань.

На рис. 1 зображено запропоновану авторами систематизацію причин побоювань респондентів під час опитувань, що не захищають всі чи частину персональних даних.

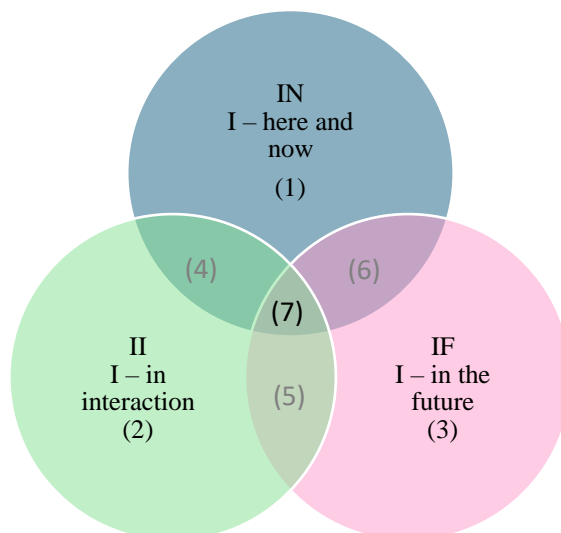


Рис. 1. Фактори спотворення інформації респондентами під час неанонімних опитувань

Запропоновано три групи факторів:

1) IN (коротка назва від англ. «I – here and now») – група, що описує причини, які стосуються поточної ситуації респондента. До цієї групи належить цілий спектр страхів та потреб, що можуть потенційно нашкодити теперішньому життю особи, серед них:

– Афіліація та побоювання респондентів у суспільствах, де панує соціальний контроль або конфліктна ситуація, що їхні відповіді призведуть до соціальної ізоляції або вилучення з певних груп чи колективів. Анонімність дає змогу респондентам висловлювати свої думки, не ризикуючи втратити підтримку своєї спільноти або групи, до якої вони належать.

– Вплив на репутацію респондента. В умовах війни або політичних конфліктів репутаційні ризики можуть бути надзвичайно високими. Відкриті відповіді, особливо на чутливі та контроверсійні теми, можуть зашкодити респонденту. В цю групу також входить страх небажаної стигматизації та осуду. Анонімність забезпечує можливість для респондентів вільніше висловлювати свої справжні думки без страху за те, як їх оцінять інші.

– Бажання соціального схвалення, яке люди часто прагнуть отримати від інших, особливо в умовах конфлікту, де групова ідентичність є важливою. Респонденти можуть надавати відповіді, які відповідають очікуванням соціальної групи. Анонімність захищає респондента від соціального осуду.

– Намагання узгодити відповіді логічно до своїх установок, тобто уникати когнітивного дисонансу – стану, коли окремі думки або відповіді суперечать їх системі переконань або самоідентифікації. Наприклад, людина, яка вважає себе патріотом, іманентно може уникати підтверджувальної відповіді на всі питання, з якими згодна, але які можуть ставити під сумнів її систему цінностей. Схожа ситуація очікується під час заповнення опитувальників щодо психологічного здоров'я, пережитого насилля чи стресу військових. Анонімність може знизити цей вплив, оскільки респонденти можуть бути більш відкритими до висловлення складних або суперечливих поглядів без страху за свою ідентифікацію.

2) II (коротка назва від англ. «I – in interaction») – група, що описує причини, які стосуються благополуччя оточення респондента. До цієї групи належить два підвиди страхів:

– Пряма загроза оточенню респондента, наприклад: у воєнний час респонденти можуть побоюватися, що їхні відповіді можуть призвести до переслідувань не лише їх самих, але й членів їхньої родини або близького оточення, тобто існує страх безпосереднього впливу на сім'ю, репресій, направлених на батьків, можливості відрахування дітей з навчальних закладів через невідповідність до стандартів академічної доброчесності чи добропорядності, відмови від фінансування через певні відмінності.

– Опосередкована загроза оточенню респондента, що є фактично страхом погіршення благополуччя соціально важливих для респондента контактів через обмеження його можливостей. Сюди належить страх втрати будинку, де проживає сім'я респондента; страх втрати матеріальних об'єктів (зокрема об'єктів, що становлять особливий культурний інтерес), що належать клубу, общині, групі осіб; страх втрати батьківських прав, джерел доходу, свободи респондента, що змінить рівень життя його найближчого оточення; побоювання репутаційних втрат, що може спричинити закриття закладів / бізнесів і призвести до стресу та масових звільнень працівників.

3) IF (коротка назва від англ. «I – in the future») – група, що описує причини побоювань заповнення неанонімних опитувань для майбутнього респондента. До цієї групи належать:

– Страх зміни стандартів оцінки (до прикладу, через 10 років після заповнення опитування 20 % відповідей, що корелюють з агресивною поведінкою, матимуть відповідний маркер за умови вищого стандарту під час заповнення).

– Страх зміни соціальних норм у суспільстві. Респонденти можуть побоюватися, що їхні відповіді в неанонімних анкетах будуть збережені і повторно використані (зокрема проти них) через роки, коли контекст зміниться. Люди усвідомлюють, що їхні теперішні думки можуть суперечити майбутнім соціальним трендам або законодавчим змінам.

– Страх майбутньої зміни влади, особливо у політично нестабільних умовах або під час конфліктів. У контексті політичної нестабільності або воєнних дій респонденти можуть бояти-

ся, що їхні відповіді, надані в час чинної влади, можуть бути використані проти них у разі зміни режиму. Зміна влади також часто супроводжується змінами у правовій системі, що може включати ретроспективні закони, які можуть покарати людей за дії чи погляди, висловлені за попереднього режиму. Це підвищує страх серед респондентів, що їхні попередні відповіді можуть стати підставою для юридичних переслідувань. Респонденти можуть побоюватися, що їхні відповіді, особливо якщо вони пов'язані з підтримкою або критикою певних політичних сил, можуть бути використані задля політичної помсти. У країнах з авторитарними режимами це може означати арешти, втрату майна або репутаційні втрати.

– Страх застарівання інформації, або страх збереження інформації на тривалий час, пов'язаний із тим, що респонденти побоюються, що їхні відповіді, висловлені на певний момент часу, будуть збережені й залишаться доступними навіть тоді, коли вони змінять свої переконання чи погляди. Це викликає тривогу через розуміння ймовірності, що респондентів можуть оцінювати чи критикувати за судження, які вже не відповідають їхньому актуальному світогляду.

– Страх перед технологічним прогресом, кібератаками. Респонденти також можуть боятися, що з розвитком технологій їхні відповіді можуть бути викраденими та стати доступними або відслідковуваними, навіть якщо зараз такі ризики мінімальні.

У сучасних умовах війни використання цифрових технологій для збору анонімних даних є важливим інструментом захисту респондентів. Платформи для онлайн-опитувань, як-от SurveyMonkey або Google Forms (див. табл. 1), дають змогу дослідникам збирати дані без необхідності ідентифікації респондентів. Це дає можливість отримувати більш достовірні відповіді навіть у воєнних умовах, коли респонденти не завжди можуть брати участь в особистих інтерв'ю. До того ж використання методів шифрування даних, захищених серверів для зберігання інформації та систем автоматичного видалення ідентифікаційних параметрів гарантує, що зібрані відповіді не можуть бути доступними для третіх осіб або урядів (наприклад, мобільні опитування з високим рівнем шифрування, що гарантують уникання витоку даних і захист респондентів).

Таблиця 1

### Огляд методів забезпечення анонімності на різних платформах для збору даних

Платформа	Рівень анонімності	Способи забезпечення анонімності
Google Forms	Високий	Шифрування даних (HTTPS), без збирання IP, однак використання Google-акаунту впливає на сприйняття анонімності
SurveyMonkey	Середній	Часткова анонімність, шифрування, IP зберігається, однак за замовчуванням може збирати певну інформацію про респондентів (якщо не налаштовані відповідні параметри)
LimeSurvey	Дуже високий	Повна анонімність, немає збирання персональних даних, дає можливість приховати всі ідентифікаційні дані
LamaPoll	Високий	Пропонує опції повної анонімності та надає можливість використовувати шифрування й захист персональних даних. Відсутні реєстраційні вимоги для респондентів

Сучасні анкетування в паперовому форматі також можуть бути анонімними, якщо дослідник вживає певних заходів для збереження конфіденційності. Наприклад, анкети можуть бути зібрані через спеціальні анонімні бокси, які гарантують, що ніхто не дізнається, хто подав ту чи іншу відповідь.

Рис. 1, що описує фактори побоювань під час неанонімних опитувань, одночасно описує переваги використання анонімних опитувань. Описана класифікація пояснює необхідність введення анонімності задля отримання повних та достовірних даних. На рисунку, окрім трьох описаних факторів, що відповідають зонам 1, 2 та 3, є також зони 4–7, що відповідають за ситуацію, коли поведінкою респондента керують кілька груп факторів. Опис та дослідження цих зон є темою для майбутніх робіт.

**Висновки.** Ця робота науково обґрунтувала, що анонімність під час проведення опитувань суттєво підвищує достовірність зібраних даних, особливо на чутливі теми, як-от психічне здоров'я, політичні вподобання або особисті переконання. Авторами було введено нову класифікацію факторів, що спотворюють відповіді під час неанонімних досліджень. Анонімні опиту-

вання, на відміну від відкритих, значно зменшують ефект соціальної бажаності, знижують відчуття страху репресій або соціального осуду, обмежують спотворення відповідей через побоювання респондентів щодо можливих наслідків для себе або своїх близьких, що підвищує надійність і точність результатів досліджень. Це особливо актуально для військових досліджень, де респонденти часто схильні приховувати свої справжні переживання через страх осуду.

*Abstract.* The article substantiates the objective necessity of using anonymity when conducting surveys, highlighting the main factors that lead to the distortion of responses in non-anonymous surveys. The authors demonstrate the danger of the “social desirability” effect based on examples from previous studies. The study also analyzes existing data collection platforms in terms of their security and the presence of data encryption. Further research in this area may expand knowledge about the reasons for respondents’ concerns during survey completion and, in the long run, help create a system that ensures the collection of complete and truthful information from respondents.

*Keywords:* anonymity, «social desirability» effect, information security.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Preisdörfer P., Wolter F. Who Is Telling the Truth? A Validation Study on Determinants of Response Behavior in Surveys. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 78, iss. 1, Spring 2014, P. 126–146. DOI: /10.1093/poq/nft079.
2. Meisters J., Hoffmann A., Musch J. Controlling social desirability bias: An experimental investigation of the extended crosswise model. *PLoS ONE*. 2020. Vol. 15(12). DOI: 10.1371/journal.pone.0243384.
3. Impact of different privacy conditions and incentives on survey response rate, participant representativeness, and disclosure of sensitive information: a randomized controlled trial / M. Murdoch, A. B. Simon, M. A. Polusny et al. *BMC Med Res Methodol*. 2014. Vol. 14, 90. DOI: 10.1186/1471-2288-14-90.
4. Does anonymity increase the reporting of mental health symptoms? / N. T. Fear, R. Seddon, N. Jones et al. *BMC Public Health*. 2012. Vol. 12, 797. DOI: 10.1186/1471-2458-12-797.
5. Reporting Mental Health Symptoms: Breaking Down Barriers to Care with Virtual Human Interviewers / G. M. Lucas, A. Rizzo, J. Gratch, S. Scherer, G. Stratou, J. Boberg, L-P. Morency. *Frontiers in Robotics and AI*. 2017. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/robotics-and-ai/articles/10.3389/frobt.2017.00051>

УДК 657:631.1

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

*Т. С. Кривенко, Л. Л. Гевлич*

*Анотація.* У статті досліджуються теоретичні аспекти обліку фінансових результатів сільськогосподарських підприємств України з погляду формування ефективної облікової системи підтримки управління. Аналіз законодавчого регулювання та наукових підходів до визначення фінансових результатів дав змогу запропонувати авторське трактування цієї категорії. Здійснено порівняння зарубіжних та вітчизняної моделей розрахунку фінансових результатів підприємства. Використано методи аналізу літературних джерел, законодавства, порівняльний аналіз та системний підхід. За результатами дослідження зроблено висновки, надано рекомендації з удосконалення вітчизняної законодавчої бази, визначено напрями подальших досліджень.

*Ключові слова:* фінансові результати, доходи, витрати, облік, управління.

**Постановка проблеми.** Сьогодні суб’єкти господарювання, зокрема сільськогосподарські, стикаються з необхідністю нагального реагування на зміни у мега- та мезосередовищі. Швидкість такої реакції залежить від внутрішніх чинників підприємств, визначеної стратегії розвитку, оптимізації процесів, створення сприятливих умов ефективного функціонування. Основним маркером ефективності діяльності підприємства виступає фінансовий результат. Тому особливої актуальності набувають питання розробки системного підходу до теоретичних аспектів формування фінансових результатів, який дає змогу організувати ефективну облікову та управлінську системи суб’єкта господарювання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** свідчить, що проблеми теорії та методології формування й обліку доходів, витрат, фінансових результатів діяльності розглядалися у роботах таких дослідників: Н. Мардус, Е. Чернишова, В. Лопатовський, Р. Красуцький, Г. Пчелинська, М. Кирилова, О. Ковальова, М. Іоргачова, Ю. Масюк, В. Боюн [1–5]. Водночас поза увагою залишилися нові методичні інструменти обліку фінансових результатів діяльності, зокрема з ура-