

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МЕЛІТОПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

О. А. Данилова, С. Ю. Дядечко, О. В. Ніколаєвич, О. М. Павленко,  
В. А. Петренко, В. І. Чижова, З. В. Щебликіна, Л. Г. Ярова

**АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНОЮ  
ЕКОНОМІКОЮ УКРАЇНИ ТА ЇЇ РЕГІОНІВ В  
УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ  
ПЕРЕТВОРЕНЬ**

**наукове видання**

Мелітополь – 2021

УДК 33.05-044.372(477)

Рецензенти:

Карпенко А. В., д.е.н., професор кафедри економіки та митної справи Національного університету "Запорізька політехніка"

Кальченко С. В., д.е.н., професор кафедри бізнес-консалтингу та міжнародного туризму Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Антикризове управління сучасною економікою України та її регіонів в умовах трансформаційних перетворень: монографія / за загальною редакцією В. А. Петренко. – Мелітополь: Видавничо-поліграфічний центр "Люкс", 2021. – 97 с.

*Рекомендовано до друку Вченою радою Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького (протокол № 11 від 29.01.2021 р.)*

© О. А. Данилова, С. Ю. Дядечко, О. В. Ніколаєвич, О. М. Павленко, В. А. Петренко, В. І. Чижова, З. В. Щебликіна, Л. Г. Ярова

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	5
<b>Розділ I</b>	6
<b>ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ ТА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ</b>	
РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ – СТРАТЕГІЧНА МЕТА ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	6
УКРАЇНСЬКА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ ЗАГАЛЬНОВІДОМИХ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ	9
МЕНЕДЖМЕНТ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ, ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАРИХ ПІДПРИЄМСТВ	12
ВИДИ РИЗИКУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА	16
ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ФОРМ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК УМОВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	19
КАДРОВЕ ЗАБЕСПЕЧЕННЯ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ ЯК УМОВА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ	23
<b>Розділ II</b>	25
<b>ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ</b>	
ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	25
ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ ВІДНОСИН СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	27
ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	30
РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ПОНЯТТЯ, СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ	33
РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ	37

РИЗИКИ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	39
УПРАВЛІННЯ ВИБОРОМ НАПРЯМКІВ І ВАРІАНТІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	42
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ТА ГРОШОВИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА	44
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ОПЕРАЦІЙНОЇ ОРЕНДИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	46
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	52
ТРАНСФОРМАЦІЯ УМОВ ЗАПОЧАТКУВАННЯ ТА ПРОВАДЖЕННЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	60
ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ	62
ОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ПЛАТФОРМИ OPEN CONFERENCE SYSTEMS У НАУКОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	76
<b>Розділ III</b>	<b>82</b>
<b>МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ, ОРГАНІЗАЦІЙ ТА РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС</b>	
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ	82
МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	84
МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ	87
МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	88
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	91
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	94

## ВСТУП

Матеріали монографії представляють напрацювання колективу кафедри управління та адміністрування Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького протягом останніх трьох років (2018 – 2020 рр.) в межах ініціативної наукової теми "Антикризове управління сучасною економікою України та її регіонів в умовах трансформаційних перетворень".

Структурно монографію поділено на три розділи, що об'єднали авторів за індивідуальними науковими темами, практичною діяльністю, науковими інтересами та дослідженнями. Переважно аграрний напрямок розвитку регіону, чисельність сіл та селищ визначили необхідність його дослідження, за результатами якого сформовано перший розділ "Особливості управління розвитком аграрного сектору економіки та сільських територій". Визначено, що в період впровадження в Україні низки взаємопов'язаних економічних реформ необхідні чималі зусилля для інтенсифікації розвитку сільських територій з метою забезпечення їх стабільного соціально-економічного піднесення. Сільське населення України потерпає від негативних тенденцій економічного і соціального розвитку, які часто пов'язані зі складнощами працевлаштування, низьким рівнем оплати праці у сільському господарстві, обезлюдненням сіл.

Удосконалення менеджменту у галузі сільського господарства є нагальною сучасною проблемою, вирішення якої має економічні і соціальні наслідки для розвитку сільських територій. Держава – головний менеджер на ринку сільськогосподарської продукції, яка шляхом прогнозування і регулювання ситуації на ринку може впливати на ефективність діяльності аграрних підприємств. Фінансові і матеріальні ресурси повинні бути направлені не на підтримку, а на розвиток виробництва того чи іншого виду сільськогосподарської продукції, або аграрного підприємства, що має позитивну динаміку результативних показників своєї діяльності.

Другий розділ "Інноваційний розвиток економіки України" увібрав матеріали дослідження промислових підприємств, закладів галузі освіти через поняття економіки та управління підприємств. Досліджено найважливіші трансформації економіки на рівні державного управління, регіонального та місцевого.

Третій розділ увібрав матеріали досліджень питань маркетингу, як інструменту та складової випереджального розвитку в сучасних умовах. Сучасний бізнес важко уявити без конкретних цілей і програми зрозумілих маркетингових комунікацій. Саме планування маркетингу стало невід'ємною частиною ведення бізнесу.

Матеріали монографії окрім наукової цінності містять значний обсяг практичних порад бізнесу, владі, освіті та рекомендуються для використання у навчальному процесі за освітніми програмами "Менеджмент підприємств та організацій" та "Маркетинг товарів та послуг і рекламний бізнес" та подібними до них.

## РОЗДІЛ І

### ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ ТА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

*О.А. Данилова, С. Ю. Дядечко, О. В. Ніколаєвич*

#### РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ – СТРАТЕГІЧНА МЕТА ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Сільські території відіграють важливу роль у процесі функціонування будь-якої держави. Вони були й залишаються платформою розвитку аграрного сектору країни, основою і запорукою продовольчої безпеки. Україна має сприятливі кліматичні умови, на її території зосереджено третину світового запасу найродючіших чорноземів, та вона виступає одним зі світових експортерів сільськогосподарської продукції [1].

В останній час українське село переживає не найкращі часи. Критичне становище економічно-соціальної інфраструктури села доводить існування складного становища. Руйнівне становище економіки села, систематичне та тривале недостатнє фінансування соціальної сфери спричинили появу реальної загрози фізичного знищення села.

Сільське населення щороку зменшується, а деякі села назавжди зникають з карти України. Якщо проаналізувати дані державного комітету статистики, спостерігається стійка тенденція до щорічного зменшення сільського населення (рис. 1). У відсотковому співвідношенні до загальної кількості населення нашої країни частка жителів села з 32,73 % у 1990 р. зменшилася до 30,71% у 2018 році [2].

Відсутність розвитку інфраструктури села, брак робочих місць і низький рівень життя спонукає працездатну молодь покидати домівки та переїжджати до міст в пошуках заробітку, зростає зовнішня трудова міграція, що посилює занепад сільських територій.

Сільські території – це не лише місце виробництва, але й територія проживання і роботи значної частини населення України. Майже третина населення нашої країни – сільські жителі. Тож значна увага повинна приділятися сталому розвитку сільськогосподарського сектору.

І якщо не вживати дієвих заходів у напрямку подолання негативних тенденцій у розвитку сільської місцевості, Україна не зможе ефективно конкурувати на міжнародному ринку сільськогосподарської продукції на ряду з іншими аграрними державами.

Реальна ситуація вимагає від уряду впровадження дієвих механізмів забезпечення сприятливих умов для різностороннього розвитку українського села, конкурентоспроможного як на внутрішньому, так і зовнішньому ринку аграрного сектору, пошуку шляхів подолання соціально-економічної кризи, що

гарантуватиме продовольчу безпеку країни та збереження селянства як першочергового носія української ідентичності і культури [1].



Рисунок 1. Динаміка сільського населення в період 1990-2018 рр. [2]

Необхідний принципово відмінний підхід до процесу розбудови сільської місцевості, який засновуватиметься на впровадженні концепції сталого розвитку, стимулюванні підприємницької активності та диверсифікацію зайнятості населення села.

Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні, розроблена на 2015 - 2020 роки, покликана у процесі реформування створити в Україні конкурентоспроможне, орієнтоване на експорт товарів сільське господарство, в котрому будуть розвиватись конкурентостійкі та багатофункціональні господарські організації.

Сільський розвиток і відновлення українського села – один із десяти основних стратегічних пріоритетів Національної стратегії розвитку сільських територій та сільського господарства.

Згідно Стратегії, сільські господарства різних розмірів, форм власності і векторів діяльності спонукатимуть до ефективного виробництва сільськогосподарської продукції; спеціалізації і диверсифікації діяльності, популяризації виготовлення органічної продукції, забезпечуватимуть конкурентостійкість різних типів сільських господарств. Політика розбудови і розвитку сільських територій спирається на потреби місцевого населення і покликана стимулювати місцеві починання щодо розвитку. Як наслідок – створення нових робочих місць засобом диверсифікації виробництва сільськогосподарської продукції, вироблення органічних продуктів харчування, а також поліпшення інфраструктури, що призведе до зростання якості життя у сільській місцевості і повернення молодого працездатного населення до своїх домівок [3].

До пріоритетних напрямів розвитку згідно Стратегії відносяться розвиток економіки села засобом більш активного впровадження не аграрних видів діяльності, налагодження виробництва інноваційної продукції,

розширення туристичного потенціалу сільської місцевості, розвиток і вдосконалення інфраструктури, збереження та поліпшення сільської культурної спадщини, підвищення рівня знань та практичних навичок сільського населення для організації не аграрних видів діяльності на сільських територіях [3].

Перспективи збільшення сфери зайнятості і формування нових робочих місць на території села пов'язані з розвитком двох, на перший погляд суперечливих, а насправді взаємопов'язаних процесів: відновлення сільськогосподарського виробництва і впровадження не аграрних видів діяльності, зменшуючи при цьому в структурі економіки частку аграрного виробництва.

В період впровадження в Україні низки взаємопов'язаних економічних реформ необхідні чималі зусилля для інтенсифікації розвитку сільських територій з метою забезпечення їх стабільного соціально-економічного піднесення.

Сільське населення України потерпає від негативних тенденцій економічного і соціального розвитку, які часто пов'язані зі складнощами працевлаштування, низьким рівнем оплати праці у сільському господарстві, обезлюдненням сіл.

Державне регулювання являється основним інструментом забезпечення сталого розвитку українського села. Впровадження політики розвитку стимулюватиме і сприятиме гармонійному територіальному розвитку сільської місцевості і всієї економіки країни. Покращення якості життя та диверсифікація економічної діяльності у сільській місцевості необхідні для впровадження збалансованого екологічного, соціального та економічного розвитку сільської місцевості, зокрема, шляхом розвитку інфраструктури та сільського простору як рекреаційного ресурсу, покращення життєвих умов і добробуту сільських жителів [1].

### **Список використаних джерел**

1. Сучасні напрями забезпечення сталого розвитку сільських територій: європейський досвід і українські реалії / М. І. Стегней // Актуальні проблеми економіки. - 2013. - № 3. - С. 125-133. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2013\\_3\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2013_3_14).
2. Населення (1990-2018 рр.) (Демографічна та соціальна статистика / Населення та міграція): [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. Дата останньої модифікації: 23/11/2018. – Київ. – 2018. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Єдина комплексна стратегія та план дій розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015 - 2020 роки / Міністерство аграрної політики та продовольства України. – 26.10.2015. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/NT1978.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT1978.html)



## УКРАЇНСЬКА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ ЗАГАЛЬНОВІДОМИХ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Сучасна система поглядів на управління сформувалася під дією об'єктивних змін світовому суспільному розвитку. Відбувається визнання соціальної відповідальності менеджменту і бізнесу як перед суспільством, так і перед людьми, працюючими в організації. В управлінні економікою необхідно враховувати наступні глобальні тенденції:

- значний ріст чисельності населення в світі, та марнотратне використання природних ресурсів призводить до руйнування зовнішнього середовища, екосистем, втрати біологічного різноманіття і генетичних ресурсів;
- збільшення вживання природних ресурсів та їх малоефективне і нерациональне використання призводить до того, що їх поновлення (вода, повітря, ліс та ін.) не поспіває при цьому відновлюватися;
- нерациональне використання ресурсів супроводжується забрудненням атмосфери, води і ґрунту такими з'єднаннями, які розкладаються на протязі тривалого часу, а самою складною і найбільш небезпечною проблемою є зміни клімату.

Починаючи з другої половини ХХ століття індустріально розвинуті країни почали перехід до постіндустріального розвитку, для якого характерні принципово нові риси і закономірності. Основними змінами є: науково-технічний прогрес, а також концентрація наукового і виробничого потенціалу. В подальшому пройшла реструктуризація світової економіки, в якій помітну роль стали грати галузі, які задовольняли потреби населення, а також засновані на прогресивних технологіях. Виробництво в основному орієнтувалося не на задоволення масових потреб, а на спеціалізовані запити споживачів. Це привело до значного росту підприємницьких структур, створення великої кількості малих і середніх підприємств, ускладненню системи зв'язків між організаціями, підвищенню значущості таких критеріїв життєдіяльності бізнесу як гнучкість, динамічність і адаптивність до вимог зовнішнього середовища.

В кінці ХХ століття основна увага була сконцентрована на соціальному аспекті управління: менеджмент був направлений на людину, щоб спонукати її до сумісних дій, робити їх зусилля більш ефективними. Орієнтація на нові умови розвитку суспільного виробництва знайшли відображення в принципах менеджменту, які показують зростаючу роль людини, її професіоналізм, особисті якості, а також всю систему взаємозв'язків працюючих в організації. Серед найважливіших принципів, які рекомендуються менеджерам, це: доброзичливе відношення до всіх працюючих; відповідальність за успішну діяльність організації; ефективне використання комунікацій (горизонтальних і вертикальних), як всередині організації, так і за її межами; створення атмосфери відкритості, чесності та довіри; сприяння професійному росту підлеглих; прагнення до постійного удосконалення особистої роботи і діяльності організації.

Підсумком розвитку різних шкіл і підходів стало формування моделей управління, основними з яких є: європейська, американська і японська. Європейська модель управління має наступні основні складові:

- головна задача – забезпечення ефективного функціонування ринкових механізмів як основи економічної системи країни і добробуту її громадян, а конкурентні відносини сприяють економічному прогресу і підвищенню продуктивності праці;
- підтримка виробника і розвитку виробництва здійснюється за рахунок зниження державою податків і зборів, а основні доходи повинні залишатися у підприємця, який особисто піклується про розвиток своєї справи і своєї сім'ї, а функції соціальної благодійності та державного розподілу пільг і дотацій повинні бути обмежені;
- державна економічна стратегія соціально орієнтована і виконує функцію соціального вирівнювання, тому що велика різниця в доходах може викликати в країні ряд соціальних і політичних проблем;
- розміри соціальних пільг з ростом суспільного добробуту повинні скорочуватися, кожна людина повинна забезпечувати своє майбутнє в ролі активної трудової діяльності, накопичуючи кошти і використовуючи систему пенсійного страхування.

Шведська модель управління направлена на створення системи соціального захисту населення, яка гарантує рівні можливості підвищення добробуту як працездатних, так і непрацездатних. Для досягнення цієї мети передбачена система таких державних заходів:

- надання матеріальної допомоги бідним за рахунок вилучення пільг у багатих;
- забезпечення умов для високих заробітків, які не суперечать закону;
- створення сприятливого соціально-психологічного клімату як у суспільстві, так і у трудових колективах;
- забезпечення стабільності в суспільному житті;
- захист громадянських і політичних свобод;
- захист від політичного переслідування і свавілля адміністрації;
- створення сприятливого соціально-психологічного клімату як у суспільстві в цілому, так і в окремих колективах.

Американська модель управління має наступні характерні ознаки:

- орієнтація кадрової політики на вузьку спеціалізацію, індивідуальні навички та ініціативу, підбір спеціалістів на ринку праці здійснюється через мережу університетів і шкіл бізнесу;
- чітка формалізація структури управління;
- залежність оплати праці від індивідуальних результатів, заслуг робітника, продуктивності його праці;
- індивідуальна відповідальність менеджера; орієнтація на вузьких спеціалістів; самофінансування.

Японська модель управління по основним підходам значно відрізняється від американської і передбачає наступні заходи:

- пожиттєвий найм на роботу управлінських кадрів, підготовка і навчання на фірмі без відриву від виробництва, широке використання праці випускників шкіл і вузів;
- гнучкий неформальний підхід до побудови структури управління;
- колегіальна відповідальність за ухвалені рішення;
- залежність оплати праці від віку, стажу, показників діяльності групи;
- орієнтація на керівників універсального типу; широке залучення займаних коштів.

Українська модель управління має наступні характерні особливості:

- орієнтація багатьох досвідчених керівних кадрів на командну систему, яка придушує ініціативу підлеглих, що заважає підприємствам і організаціям пристосовуватися до нових економічних умов;
- переважання в організаціях вертикальних, формальних зв'язків і відносин;
- недооцінка горизонтальних зв'язків і відносин; слабе врахування сучасних тенденцій в розвитку підприємств і використання нових типів організацій, орієнтованих на ринок;
- недостатнє бажання значної частини керівників делегувати повноваження і відповідальність своїм заступникам, намагання все зробити самому і особисто контролювати;
- слабе залучення співробітників до управління підприємствами та їх підрозділами, що в значній мірі не враховує знання і досвід працюючих;
- повне копіювання західних методів управління підприємством, ігноруючи вітчизняний досвід;
- відсутність гнучкості у швидкому реагуванні на зміни зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на діяльність підприємства;
- недостатнє знання управлінськими кадрами законодавчих та нормативних актів;
- ігнорування норм ділової етики, а також порушення підприємцями елементарних етичних правил при здійсненні бізнесових операцій;
- відсутність у багатьох підприємців фундаментальних знань про технологію виробництва, економіку і менеджмент як науку управління;
- основним принципом діяльності багатьох менеджерів є прагнення більше і будь-якою ціною заробити сьогодні, що призводить до появи фірм-одноденок;
- залежність оплати праці найманих працівників від взаємовідносин з керівниками, а не від кваліфікації та результатів праці;
- неувага до працюючих та ігнорування етики управління, свавілля, обман і грубість, стали нормою поведінки окремих керівників, особливо в приватних підприємствах;
- недостатній рівень механізації, автоматизації та комп'ютеризації управлінської діяльності, хоча в цьому простежується певний прогрес.

Висновок – українська модель управління поки тільки формується.

### Список використаних джерел

1. Українська модель менеджменту. М.Лесечко/ «Львівська газета» за 28.09.2005. – Львів, 2005.
2. Радченко В.В. Міжнародний менеджмент: Навчальний посібник.-К.: МАУП, 2000.-240с
3. Радченко О. В. Держава і демократія : перший мультисемантичний політичний словник / О. В. Радченко – Х. : Вид-во Асоціації докторів державного управління, 2011. – 312 с.

## МЕНЕДЖМЕНТ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ, ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Роль України, як одного з найактивніших учасників на світовому ринку сільськогосподарської продукції є беззаперечною. Адже в останні роки вона знаходиться на першому місці у світі серед виробників соняшнику та соняшникової олії, а також входить до десятки лідерів на світовому ринку продовольства за окремими товарними групами, серед яких:

- ріпак і мед (3 місце),
- кукурудза, ячмінь (4 місце),
- пшениця (5 місце),
- соя (7 місце) у 2017/18 маркетинговому році [1].

Наведена інформація яскраво ілюструє потенціал можливостей України як світового виробника сільськогосподарської продукції. А це, у свою чергу, вимагає вирішення питань удосконалення і підвищення ефективності аграрного виробництва. Позитивні зрушення у цьому напрямку є, але їх уповільнюють ряд недоліків, пов'язаних не стільки з недоліками у виробництві, скільки – з недоліками управління.

На сучасному етапі функціонування і розвитку вітчизняного сільського господарства проблема використання якісних і ефективних інструментів менеджменту є надзвичайно актуальною. Вільям Паундстоун зазначив: «Глобальна економіка вимагає гнучкого і позбавленого будь-яких надмірностей менеджменту». Адже в умовах обмеженості і здорожчання виробничих і фінансових ресурсів вміння раціонально і максимально результативно їх використовувати в процесі будь-якого виробництва взагалі, і аграрного зокрема, дає можливість значно підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Метою роботи є визначення основних проблем у вітчизняній системі управління аграрним сектором економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні науковці і практики, сферою діяльності і досліджень яких є сільське господарство,

проблеми менеджменту у цій сфері економіки не обходять увагою. На сторінках своїх робіт В.Г. Андрійчук, П.Т. Саблук, Й.С.Завадський, О.А.Богущий та багато інших метрів української економічної науки неодноразово порушували проблеми ефективності менеджменту у сільському господарстві України взагалі і на підприємствах різних форм власності зокрема.

Так В.П.Горьовий та С.В.Тимчук у своїй науковій праці детально проаналізували сучасні питання менеджменту фермерських господарств України, а також співставили існуючі проблеми вітчизняних та закордонних виробників сільськогосподарської продукції. [2]

Куліш І.М. дослідив методи і наслідки управління у вітчизняних агрохолдингах.[3]

Кравчук І.І. та Ракович О.І. наголошують, що саме всебічне використання інструментарію менеджменту може стати для українських аграріїв шляхом, що приведе до підвищення ефективності і конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств [4]

Виклад основного матеріалу. Як відомо, сучасний менеджмент на підприємствах та в організаціях ґрунтується на виконанні таких основних функцій: планування, організація, мотивація, координація, контроль. Їхнє чітке виконання дає можливість, не використовуючи додаткових ресурсів, досягти поставлених цілей у виробництві.

Коли збанкрутілих американських підприємців питають про причини їхніх комерційних невдач – вони відповідають: «Неефективний менеджмент». Тобто не наявність чи нестача фінансових або матеріальних ресурсів, а саме неякісне управління в економічному світі ХХІ столітті є основною причиною економічних невдач підприємців. І якщо західний бізнес функціонує у відносно сталих соціально-правових умовах, то вітчизняний – функціонує і намагається розвиватися у середовищі, що є заручником політичної ситуації в країні. Це відноситься до всіх сфер економіки взагалі і аграрного зокрема.

Як зазначалося вище, сільське господарство України вийшло на передові економічні позиції, забезпечуючи у 2018 р. 360 млрд. грн., або майже 13% ВВП. При цьому доля сільськогосподарської продукції в загальному обсязі експорту країни становила рекордні 18,8 млрд. грн., або 39,8%, що дозволило аграрному сектору зайняти третю сходинку у рейтингу основних галузей-експортерів України.

Але фахівці зазначають, що такий рівень наведених показників незабаром може суттєво знизитися, так як вітчизняне аграрне виробництво знаходиться на межі своїх природних і потужностних можливостей. Так досягнутий рівень валового збору зернових культур (основної продукції рослинництва) в Україні в період з 2000 по 2018 р.р. збільшився у 2,86 рази, що вдалося досягти завдяки зростанню врожайності цих культур у 2,44 рази, або з 19,4 до 47,4 ц/га. Величина цього показника наближена до природних можливостей та того технічного рівня виробництва, який домінує у вітчизняних сільськогосподарських підприємствах.

Аналогічна трендова лінія спостерігається і при аналізі виробництва технічних культур (другої за значимістю групи продукції рослинництва

України). Валовий збір за період дослідження зріс у 4,1 рази, а середній рівень врожайності – у 1,9 разів.

А ось обсяги виробництва продукції тваринництва і поголів'я тварин в Україні за період 2000-2018 р.р. катастрофічно скоротилися:

- Поголів'я ВРХ – на 78,6%;
- Поголів'я свиней – на 40%;

Хоча поголів'я птиці зросло на 68%.

Такі «перекоси» у виробництві сільськогосподарської продукції є свідченнями непослідовної і хаотичної політики держави стосовно розвитку і функціонування вітчизняних аграрних підприємств. Вони просто дезорієнтовані у ринковому економічному просторі, так як держава не бере на себе основної функції менеджменту – планування.

У перехідний період 1990-2000 років усталеною була думка, що ринок – це саморегульована система, яка шляхом урівноваження попиту і пропозиції сама ладна усунути недоліки у виробництві продукції. Але досвід наступних років довів необхідність і важливість держави, як основного учасника, на ринку.

На сьогоднішній день наша держава не має чіткої планової стратегії у розвитку всього сільського господарства і сільськогосподарських територій взагалі. Розглянемо це на прикладі виробництва зерна.

Однобічне нарощування посівних площ і валових зборів зернових культур веде до цілої низки проблем, що нанизуються одна на одну. Якщо дослідити структуру розподілу зернових культур, зібраних за останні 5 років, то можна зробити наступні висновки:

- Експорт зернових і бобових культур зріс на 35%;
- Кормове споживання зерна скоротилося на 22%;
- Продовольча переробка знизилася на 13,1%;

Промислове споживання менше на 11,8%. [5]

Співставлення наведених показників дає можливість зробити висновок про неефективність розподілу обсягу зернових культур у період 2014-2019 р.р. Нарощення експорту відбувається за рахунок продажу за кордон зерна – непереробленої сировини – що відобразилося негативно на використанні потужностей вітчизняних переробних і промислових підприємств, а також кормовому забезпеченню українського тваринництва.

За такої ситуації держава повинна акумулювати у своїх руках функції планування і координації виробництва тих чи інших видів продукції сільського господарства, зокрема зерна, так як це роблять у країнах Європи, і вирішити основні проблеми управління у виробництві і на ринку сільськогосподарської продукції:

- По-перше, необхідно розробити довготривалу стратегічну програму розвитку аграрного сектору економіки України, в якій би чітко і послідовно було сформульовано напрямки і рівні показників, курс на які дозволив би сільськогосподарським підприємствам корегувати свою виробничу програму.

□ По-друге, державні програми, націлені на підтримку аграрних підприємств, повинні охоплювати підприємства усіх форм власності, незалежно від їхнього розміру.

□ По-третє, державне субсидіювання повинно бути адресним і базуватися на принципі ефективності наданих для використання ресурсів. Для цього необхідно розробити систему економічних показників, які б надавали багатогранну інформацію про результативність діяльності будь-якого аграрного підприємства.

□ По-четверте, функція планування у менеджменті сільського господарства буде безглуздою без використання функції контролю, в центрі уваги якого став би не механізм покарання (фінансові санкції, штрафи, пеня), а виявлення і усунення основних недоліків на всіх етапах виробництва.

□ У п'ятих, сучасні аграрні підприємства мають обмежені можливості щодо задіяння ефективних менеджерів у своїй діяльності. Як правило, це сталося через низьку обізнаність самих аграріїв і недосконалість системи послуг дорадчих служб, які на сьогодні надають певні послуги з менеджменту для сільгоспвиробників.

Висновки та пропозиції.

1. Удосконалення менеджменту у галузі сільського господарства є нагальною сучасною проблемою, вирішення якої має економічні і соціальні наслідки для розвитку сільських територій.

2. Держава – головний менеджер на ринку сільськогосподарської продукції, яка шляхом прогнозування і регулювання ситуації на ринку може впливати на ефективність діяльності аграрних підприємств.

3. Фінансові і матеріальні ресурси повинні бути направлені не на підтримку, а на розвиток виробництва того чи іншого виду сільськогосподарської продукції, або аграрного підприємства, що має позитивну динаміку результативних показників своєї діяльності.

### Список використаних джерел

1. АгробізнесУкраїни. Звіт за 2018 рік. URL: <https://agribusinessinukraine.com/>.

2. Горьовий В.П. Менеджмент фермерських господарств[текст] навч.посіб./ За ред. В.П.Горьового – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 366с.

3. Куліш І. Вплив агрохолдингів на розвиток сільських територій в Україні // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів, студентів “МЕНЕДЖМЕНТ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ – житомир. – 2018. - с.28-30)

4. Кравчук І.І., Ракович О.І. Роль менеджменту у формуванні підприємницького потенціалу сільськогосподарських територій.// Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів, студентів “МЕНЕДЖМЕНТ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ – житомир. – 2018. - с.31-33).

5. Зернові /Аграрні ринки/ ВЕДЕННЯ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ// [ucab.ua](http://ucab.ua) › [doing\\_agribusiness](http://ucab.ua/doing_agribusiness) › [agrarni\\_rinki](http://ucab.ua/doing_agribusiness/agrarni_rinki) › [zernovi](http://ucab.ua/doing_agribusiness/agrarni_rinki/zernovi).

6. Розвиток форм господарювання в сільському господарстві: проблеми і рішення : наук. доп. / Ю. О. Лупенко, В. Я. Месель-Веселяк, О. Г. Шпикуляк та ін. ; за ред. Ю. О. Лупенка. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2018. 54 с.

7. Сільське господарство України за 2018 р. Статистичний збірник України. Київ : Держстат України, 2019. 392 с.

## **ВИДИ РИЗИКУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА**

Актуальність: Розвиток ринкових відносин та ринкової інфраструктури, підвищення рівня конкуренції вносять у діяльність підприємств елементи невизначеності, що продукує появу підприємницьких ризиків. Управління ризиком, визначення механізмів стримування ризику і форм його профілактики має забезпечити мінімізацію впливу ризиків на діяльність суб'єктів аграрного виробництва.

Ризик – явище, з яким доводиться зустрічатися у повсякденному житті, і його впливу на будь-яку діяльність людини уникнути майже неможливо. Ця категорія проявляється в більшості напрямків людської діяльності і притаманна будь-якій сфері народного господарства. Необхідно ефективно та раціонально управляти ризиками. Від цього залежить фінансове становище підприємства [1, с. 56]. В залежності від прийняття чи заперечення можливості настання ризикових ситуацій, залежить рівень готовності суб'єкта господарювання оперативно приймати оптимальне управлінське рішення в кричній ситуації. За умов розвитку соціально-орієнтованої економіки, у зв'язку з ускладненням функціонування виробничо-господарської діяльності значення такого поняття як "ризик" значно заростає.

Поняття "ризик" в економічній літературі представлено безліччю визначень. Перш за все, це пов'язано багатогранністю цієї економічної категорії. Ризик розглядають і як розподіл ймовірностей результатів дій суб'єкта господарювання, і як відхилення фактичних результатів від їх планових очікувань [2]. Але на нашу думку, першочергово це явище необхідно розглядати як ймовірність отримання несприятливих результатів [3]. Сільськогосподарський виробник, як будь-який суб'єкт виробничо-економічних відносин на ринку товарів та послуг зустрічається з низкою проявів несприятливих умов в процесі здійснення своєї діяльності, мінімізація негативного впливу котрих дозволить стати більш конкурентоспроможним на ринку.

В основі ризиків лежать непередбачувані випадкові коливання результатів господарської діяльності підприємства. Ризик зниження рівня конкурентоздатності пов'язаний із ризиками: 1) втрати власних конкурентних переваг; 2) формування та утримання переваг конкурентами; 3) зниження



ефективності (перш за все ефективності використання ресурсного потенціалу) [4].

По суті, сприйняття ризику і готовність до нього – це одна з якостей підприємця. І ризик виступає як своєрідна розплата за можливість і бажання займатися економічною діяльністю [3]. Виробники сільськогосподарської продукції зустрічаються з різноманітними ризиками, які можна системно класифікувати (рис. 1).

Системне управління ризиком передбачає цілеспрямовані впливи як на зовнішнє середовище підприємства, так і на його внутрішню структуру. Такі впливи покликані забезпечити досягнення цілей системи та її ефективність [2, 3, 5].

До способів впливу на ризик відносять:

- зниження ризику (спроба зменшити можливі збитки, виключення ризику, зниження ймовірності настання ризикової події);
- збереження ризику (досягається шляхом залучення коштів ззовні, або шляхом самофінансування);
- передача ризику [3, с. 193].

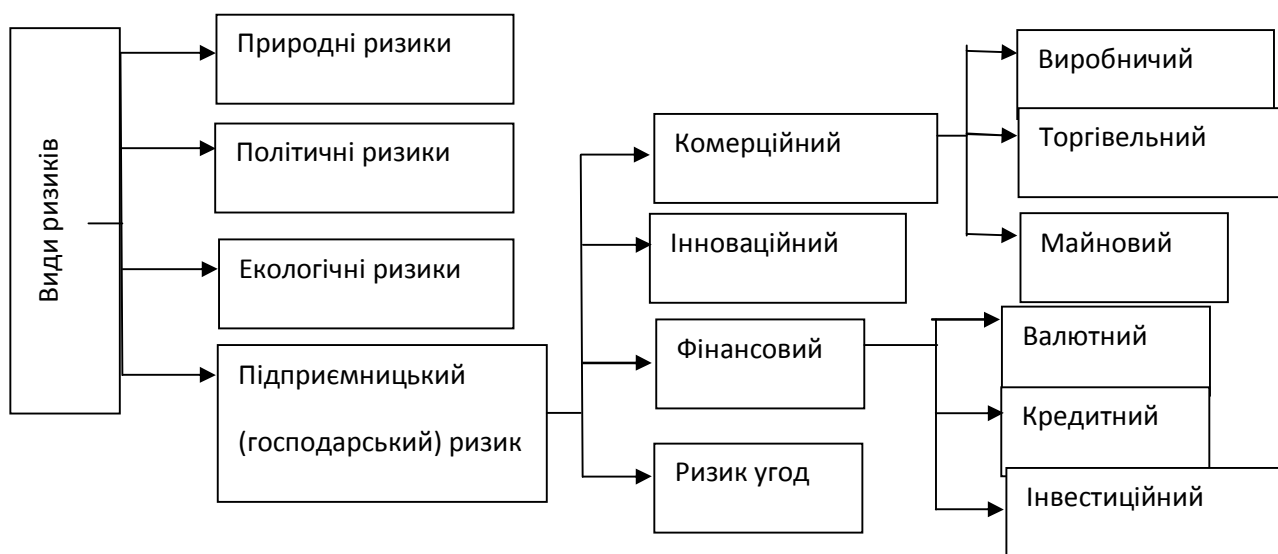


Рис. 1. Класифікація ризиків, притаманних виробникам сільськогосподарської продукції (узагальнено автором на основі [3])

Одним з механізмів передачі ризику є страхування. Як стверджують Л.А. Євчук і А.О. Тарасов, мінімізація ризиків сільгоспвиробників шляхом їх співпраці зі страховими компаніями є мало поширеною через необхідність сплати значних сум страхових внесків і низький рівень покриття збитків (близько 50 %) при настанні страхового випадку.

Програма державної підтримки страхування сільськогосподарського виробництва працює ще слабо, тому актуальною є можливість застосування інших методів зменшення ризику, зокрема хеджування. Проте хеджування ризику засобом укладання ф'ючерсних контрактів притаманне великим за масштабами сільськогосподарським виробникам, і зовсім недоступне для

переважної більшості українських виробників сільськогосподарської продукції [6].

Такий спосіб впливу на ризик, як його зниження характеризується скороченням ймовірності настання й обсягу втрат за умови виникнення несприятливих подій. Існує кілька прийомів, які дозволяють зменшити ступень ризику. Вагомий внесок в боротьбі з ризиком відводять такому інструменту, як профілактика, яка покликана знизити ймовірність настання ризикової події. У системі ризик-менеджменту використовуються звичайно певні форми профілактики ризиків:

- уникнення ризику;
- лімітування;
- диверсифікація [3].

Найбільш ефективним способом боротьби з ризиком є його уникнення. Проявом такого прийому може виступити повна відмова від здійснення господарських операцій, і як наслідок - повна ліквідація підприємницького ризику.

Лімітування фінансових ризиків – одна з форм захисту від фінансових ризиків, яка полягає у встановленні внутрішніх нормативів для фінансових операцій, за якими фінансові ризики можуть перевищувати допустимий рівень [7].

Диверсифікація – володіння найрізноманітнішими фінансовими активами, кожен з яких має різний рівень ризику, з метою зниження загального ступеня ризику портфеля в цілому. Ефективність здійснення диверсифікації безпосередньо залежить від своєчасної орієнтації на види товарів, робіт, послуг, які мають попит і є конкурентоздатними [7].

Диверсифікація виступає найбільш ефективним засобом мінімізації впливу ризикових подій на діяльність підприємств-виробників сільськогосподарської продукції, оскільки такий прийом є порівняно менш витратним способом зниження ступеня господарського ризику. Диверсифікацію можна розглядати як певне розсіювання, подрібнення ризику.

Одним з напрямів розсіювання ризиків у сільському господарстві при виробництві сільськогосподарської продукції можна використати диверсифікацію різних видів діяльності, яка ґрунтується на переміщенні всіх наявних виробничих ресурсів у нові види виробництва сільськогосподарської продукції та послуг. Якщо розглядати як суб'єкт виробництва сільськогосподарської продукції приватне селянське господарство, такий напрям дає можливість отримання додаткового прибутку, більш ефективного використання робочої сили всіх членів селянської родини. Головною метою даної форми профілактики ризику є формування альтернативних джерел отримання прибутку від різноманітних видів господарських операцій. Прикладом альтернативного доходу в цьому випадку є розміщення на території об'єкту сільського туризму.

Ще одним не менш ефективним прийомом є диверсифікація асортименту продукції, що випускається та послуг, що надаються селянським господарством. Використання посівних площ під висадку культур,

пристосованих до різних кліматичних умов дозволить роздробити вплив природних ризиків.

Висновок: У сільському господарстві, як в будь-якій сфері виробництва, системний підхід до сприйняття та оцінювання ризику дозволить мінімізувати його негативний вплив на діяльність і розвиток підприємства, динаміку обсягів прибутків. Застосування способів впливу на ризик, використання певних форми профілактики ризиків має стати стратегічною задачею, що дозволить максимально ефективно розпоряджатися наявними ресурсами.

### **Список використаних джерел**

1. Баланська Т.В., Постан М.Я. Сучасні методи управління інвестиційними ризиками / Баланська Т.В., Постан М.Я // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. - 2014. - № 4 (49). – С. 53-66.
2. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ДИС, 2002. – 160 с.
3. Донець Л. І., Шепеленко О. В., Баранцева С. М., Сергеева О. В., Веремейчик О. Ф. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків. Навч. посіб. / За заг. ред. Донець Л. І. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.
4. Николюк О.М. Управління ризиками як напрям забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств / О.М.Николюк // Інноваційна економіка. – 2016. - № 7-8. - С. 75-80.
5. Бездітко О. Є. Системна оцінка управління ризиками сільськогосподарських підприємств / О. Є. Бездітко // Наукові читання – 2014: наук.-теорет. зб. / ЖНАЕУ. – Житомир : ЖНАЕУ, 2014. – Т. 3. – С. 183-185.
6. Євчук Л. А., Тарасов А. О. Управління ризиками діяльності сільськогосподарських підприємств через механізми хеджування / Євчук Л. А., Тарасов А. О. // Економіка АПК. - 2013. - № 7. – С. 78.
7. Диверсифікація. Енциклопедія сучасної України. – 7.03.2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.

## **ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ФОРМ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК УМОВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

Механізми і інструментарій підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів малого та середнього підприємницького сектору, зокрема селянських господарств, в умовах сучасної економіки набувають все більшої актуальності, враховуючи процес активного розвитку аграрного виробництва країни в цілому.

Аграрний сектор економіки, в тому числі й домогосподарства, досить чутливі до впливу негативних внутрішніх та зовнішніх чинників –

нестабільності ринкового попиту на продукцію галузі й невпевнені кроки в стабілізації аграрної політики держави. Проблематичність стратегічного розвитку і довгострокового планування практично унеможливорює повне залучення наявного ресурсного потенціалу, як капіталу, так і трудових ресурсів, через високий рівень ризиковості. Це спонукає активно освоювати альтернативні види діяльності, що дозволить значно зменшити рівень ризику втрати наявних ресурсів і дасть можливість більш раціонально їх використовувати [1, ст. 41].

Одним з елементів плану реалізації Єдиної комплексної стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015 - 2020 роки виступає диверсифікація діяльності, інструмент, котрий дозволить створити необхідні фінансово-економічні умови для підвищення економічної стійкості та конкурентоспроможності суб'єктів малого аграрного виробництва [2].

У загальному розумінні диверсифікація представляє собою поширення діяльності на нові сфери товарного виробництва, розширення асортименту продукції, що виробляється, освоєння нових ринків збуту і географічних територій. Головною ціллю диверсифікації є підвищення загальної ефективності діяльності господарства, а також можливість частково уникнути ризику при розподілі капіталу між різними видами діяльності домогосподарства [3, ст. 42].

Диверсифікація процесу виробництва товарів та послуг аграрних суб'єктів дає перспективу освоїти виробництво альтернативних основному виду діяльності сільськогосподарських товарів та послуг і підвищити рівень рентабельності використання ресурсного потенціалу.

Залучення сільських домогосподарств до надання послуг у сфері сільського туризму, як один з варіантів міжгалузевої диверсифікації, дозволить збільшити частку зайнятих членів селянської родини у сфері послуг, забезпечить стабільний рівень доходів незалежно від кліматичних умов регіону, даючи можливість цілорічного залучення виробничого персоналу, підвищить дохідність домогосподарств і, як наслідок збільшить надходження до бюджетів об'єднаних територіальних громад [4, ст. 85].

Розв'язання економічних проблем засобом диверсифікації паралельно сприятиме розв'язанню й ряду соціальних проблем, де однією з гостро поставлених виступає низький рівень зайнятості сільського населення – основна причина незадовільного рівня добробуту селянських господарств.

Позитивним ефектом від даного підходу є й розвиток та відбудова сільських територій, поліпшення інфраструктури, покращення соціальних умов життя населення. Окрім того, як заплановано, даний механізм призведе до збільшення чисельності сільських підприємців на 15 % [2].

Як і впровадження будь-якого іншого методу, диверсифікація вимагає виконання ряду умов:

- наявність ресурсів, необхідних для розширення номенклатурної групи і впровадження міжгалузевої диверсифікації;

- мотивації членів домогосподарств до трудової активності й соціальної відповідальності у досягненні соціально-економічного розвитку;
- достатній рівень кваліфікації й культури сільського населення;
- державна підтримка облаштування сільських територій;
- спільні і злагоджені дії відповідних державних, регіональних і місцевих органів влади стосовно організації розвитку сільських територій;
- дієве законодавство та захист приватної власності на селі [1; 4].

Ретельно спланована стратегія диверсифікації дозволить вирішити ряд соціально-економічних проблем сільських територій, зокрема:

- реалізація комплексного розвитку сільських територій;
- розвиток підприємництва на селі;
- впровадження стратегії розвитку підприємництва, беручи до уваги проблеми навколишнього середовища;
- розвиток інфраструктури сільських територій;
- забезпечення ефективного функціонування аграрних підприємств відповідно до природно-кліматичних умов певного регіону та використання місцевих природних ресурсів;
- збільшення надходжень до бюджетів об'єднаних територіальних громад;
- поява альтернативних місць працевлаштування сільського населення і залучення до виробництва всіх вікових груп членів домогосподарств;
- диференціація джерел доходів особистих селянських господарств;
- зростання доходів населення, можливість робити заощадження та вирішення проблеми трудової міграції активної молоді до міст;
- товарна диверсифікація зменшує залежність домогосподарства від обмеженого товарного асортименту;
- розширення номенклатурної групи товарів основного й підсобного господарства сприятиме підвищенню конкурентоздатності виробника на ринку;
- розвиток місцевих підсобного виробництва та помислів;
- покращення та полегшення умов праці завдяки механізації та автоматизації окремих видів діяльності, формування відповідних вмінь та навичок ведення господарства;
- і горизонтальна, і вертикальна диверсифікація виступає допоміжною й підтримуючою відносно основного виду діяльності домогосподарства, що дозволяє досягти синергетичного ефекту;
- відносна близькість житла до робочого місця, що дозволяє раціонально використовувати часовий ресурс;
- використання традиційних і екологічних способів виробництва продукції;
- реалізація екологічних способів переробки органічних відходів за рахунок підсобної діяльності та підтримання екологічної надійності сільських територій;
- розвиток «щадних» видів рекреацій;

- зростання освітньо-кваліфікаційного та культурного рівня населення;
- формування економічної та продовольчої безпеки держави;
- забезпечення населення екологічно безпечними продуктами харчування;
- збереження культурної спадщини населення і національних традицій [2; 3].

Враховуючи відносно невеликі додаткові витрати ресурсів і надання переваги вертикальній диверсифікації діяльності, даний метод дозволяє в короткостроковій перспективі отримати економічний ефект і наростити об'єми виробництва. Ще одним напрямом реалізації економічної функції диверсифікації є виявлення саме того виду діяльності, при якому можна найбільш ефективно реалізувати конкурентні переваги підприємства.

Позитивні результати діяльності стають запорукою зростання рівня доходів населення, збільшення частки надходжень до місцевих бюджетів і гарантією соціально-економічного розвитку регіону [3, ст. 86].

**Висновок.** Диверсифікація, завдяки вдалому співвідношенню диференційованих видів діяльності, створює умови для отримання максимально можливого прибутку за умови раціонального використання наявного природно-ресурсного потенціалу домогосподарства.

Необхідність диверсифікації сільськогосподарського виробництва і поєднання його з іншими міжгалузевими видами діяльності дає можливість пом'якшити вплив природних, технологічних і соціально-економічних факторів на структуру доходів селянської родини.

Враховуючи сезонний характер виробництва продукції рослинництва, виготовлення несільськогосподарської продукції і надання послуг в сфері зеленого туризму створить додаткові джерела наповнення сімейного бюджету.

Диверсифікація діяльності домогосподарств є найефективнішим методом залучення і раціонального використання капіталу, трудових ресурсів, в основу якого першочергово покладено забезпечення сталого розвитку сільських територій і вирішення найгостріших соціально-економічних проблем.

### **Список використаних джерел**

1. Петров В.М. Диверсифікація виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія Економічні науки. №1 2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу [doi.org/10.31359/2312-3427-2018-1-41](https://doi.org/10.31359/2312-3427-2018-1-41)
2. Чумак Р.М. Диверсифікація як важлива умова сталого функціонування сільськогосподарських підприємств та розвитку сільських територій / Р. М. Чумак // Економіка та управління АПК - 2012. - Вип. 9. - С. 41-45.
3. Бахчиванжи Л.А. Диверсифікація діяльності аграрних підприємств як стратегія управління соціально-економічним розвитком / Л. А. Бахчиванжи, О. Ю. Павлова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Економіка і менеджмент. - 2013. - Вип. 6. - С. 84-91.

4. Єдина комплексна стратегія та план дій розвитку сільського господарства та сільських територій в Україні на 2015 - 2020 роки / Міністерство аграрної політики та продовольства України. – 26.10.2015. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/NT1978.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT1978.html)

## **КАДРОВЕ ЗАБЕСПЕЧЕННЯ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ ЯК УМОВА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ**

Однією з особливостей сучасного функціонування аграрного сектора економіки України є унікальна роль селянських господарств, як в економічному, так і в соціальному аспекті. Дана ситуація є типовою для пострадянських республік, в яких тривалий період держава визначала обсяг і асортимент продукції, що виробляється в усіх галузевих напрямках, в т.ч. і в агропромисловому комплексі.

В умовах багатоукладності відбувається природний процес диференціації за галузевим і нормативно-правовою ознакою, наслідком якого є домінування селянських господарств в сфері виробництва молока, картоплі, овочів, фруктів і ягід. Ефективне ведення виробничо-господарської діяльності на принципах товарного виробництва є неможливим за відсутності науково обґрунтованої системи техніко-технологічного, організаційно-правового та інформаційного забезпечення.

Наведена інформація підтверджує думку про необхідність створення системи кадрової підготовки фахівців для ведення малого бізнесу, в т.ч. в сільському господарстві на сімейно-трудовах принципах. Однак реалізація подібного проекту, на нашу думку, повинна включати ряд аспектів.

1. Введення до переліку професій категорії «фермер» як спосіб сімейно-трудового ведення селянського господарства на товарних принципах. Даний факт повинен включати в себе можливість появи даної спеціальності серед відповідного переліку для абітурієнтів ВНЗ. При цьому соціальна значимість селянських господарств як селюформуючого фактора передбачає наявність бюджетного фінансування даного напрямку навчання.

2. Створення системи інституційних зв'язків між представниками малих форм аграрного виробництва і регіональними науково-освітніми центрами, діяльність яких пов'язана з сільським господарством.

3. Інтеграція діяльності селянських господарств і представників регіональної аграрної науки в національні і регіональні проекти соціально-економічного розвитку.

Практична реалізація вказаних пропозицій, на нашу думку, має позитивно вплинути не тільки на рівень конкурентоспроможності діяльності селянських господарств споживчого та товарного типів, а й сприятиме процесу інституціоналізації даного сегменту аграрного виробництва.

Висновок. Зазначається важлива роль селянських господарств як складової системи аграрного виробництва в масштабі економіки сучасної

України. Доведено необхідність створення системи кадрового забезпечення як невід'ємної складової ефективного функціонування системи малого аграрного виробництва. Визначено основні напрямки створення системи кадрового забезпечення для ефективного розвитку малих форм аграрного виробництва як товарного, так і споживчо-товарного типів.

#### **Список використаних джерел**

1. Баутин В.М. (2011) «Иновационная роль аграрных вузов в развитии АПК». Економіка АПК. (4). С.162-166.
2. Збарський В.К., Кальченко С.В., Штимак І.В. (2017). Соціальноекономічні умови розвитку селянських домогосподарств: монографія. Мелітополь: Люкс.
3. Маслак М.М. (2018) «Регіональний аспект розвитку кадрової політики агропромислового виробництва». Економіка АПК. (3). С. 106-112.



## РОЗДІЛ 2

### ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

*О. В. Ніколаєвич, О. М. Павленко, В. А. Петренко,  
З. В. Щєбликіна, В. І. Чижова*

#### ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Невід’ємною складовою виробничо-господарської діяльності сучасних підприємств є інноваційна діяльність.

Функціонування і розвиток промислових підприємств в умовах ринкової економіки залежать багато в чому від обраної інноваційної політики, а також від ефективності реалізованих ними нововведень.

Здійснення інноваційного менеджменту передбачає: розробку та реалізацію планів і програм інноваційної діяльності; нагляд за ходом розробки інноваційної продукції та подальше впровадження; розгляд планів створення нових товарів; проведення цілісної інноваційної політики: координації діяльності у виробничих підрозділах; забезпечення фінансами програм інноваційної діяльності; забезпечення інноваційної діяльності кваліфікованим персоналом; створення тимчасових цільових груп для комплексного вирішення інноваційних завдань – від ідеї до серійного виробництва товарів.

Завдання інноваційного менеджменту: досягнення стану сфери господарської діяльності та господарюючих систем, що здійснюють інновації; досягнення специфіки самого інноваційного процесу.

Об’єктом інноваційного менеджменту можуть виступати інноваційний процес, окремо взята інновація або інноваційна діяльність у цілому.

Предмет інноваційного менеджменту становлять відносини, що виникають у процесі управління виробництвом і впровадженням інновацій різного типу [1, с.196].

В умовах підвищеної конкуренції на українських ринках у споживачів підвищуються вимоги до надаваних їм продуктів і послуг, тому постійні нововведення можуть стати одним із чинників отримання конкурентних переваг [1, с.195].

В сучасних умовах господарювання науково-технічний прогрес, основою якого є інноваційна діяльність, відіграє провідну роль у вирішенні економічних та соціальних завдань інноваційного менеджменту. Його недооцінювання загрожує втратою позицій на світовому ринку, уповільненням виробництва, банкрутством підприємств та перетворенням виробничих проблем в соціально-економічні й політичні.

Інноваційний менеджмент являє собою самостійну галузь управлінської науки та професійної діяльності, яка спрямована на формування й забезпечення умов інноваційного розвитку будь-якої організації [3, с.299].

Питання про управління інноваційними процесами - одне з ключових питань інноваційного менеджменту. Впровадження інновацій на підприємстві – це складний процес, в якому задіяна велика кількість фахівців. Важливо правильно провести всі етапи перебудови, систематизувати діяльність підприємства за нових умов, а також здійснити коригування процедур контролю та налаштувати моніторинг ключових показників, що відображають ефективність впровадження інновацій, щоб отримати очікуваний економічний ефект від нововведень. Таким чином, організація управління інноваціями – це одне з ключових напрямів сучасної економічної думки.

Інноваційне управління створює умови як виживання, так і зростання господарських організацій, формування наукомістких галузей, що ведуть до корінних змін асортименту товарних ринків, зростання продуктивності праці, конкурентоспроможності підприємств, держави. Інноваційний менеджмент як система - це комплекс неформальних і формальних правил, принципів, норм, методів, ціннісних орієнтирів, організаційних форм, зв'язків і економічних відносин, які регулюють різні сфери інноваційної діяльності [3,с.301].

У впровадженні інновацій провідну роль відіграє організаційно-економічна структура управління підприємством. Від її ефективності залежить подальший розвиток інноваційної діяльності підприємства.

Кожне підприємство повинне передбачати інноваційні зміни і відображати їх у своїх планах. Управління інноваційною діяльністю підприємств є складовою частиною загального управління і вимагає від інноваційних менеджерів комплексного підходу при використанні інноваційного потенціалу з застосуванням сучасних форм і методів організації менеджменту.

Організаційна модель підприємства та підрозділи є відповідальними за нововведення, так як від них залежить успіх управління інноваціями. При комплектуванні і встановленні спеціалістами організаційної форми роботи необхідно визначитися з організаційною структурою управління. Організаційна структура управління – це сукупність взаємопов'язаних ланок управління, розташованих на різних рівнях.

Система інноваційного менеджменту передбачає створення центральних служб, які забезпечують комплексний підхід: координують інноваційну діяльність, формують цільові проектні групи чи центри з розробки інновацій, розробляють єдину науково-технічну політику для різних виробничих підрозділів

Великі організації, які випускають наукоємну продукцію створюють спеціалізовані підрозділи з розробки інноваційної політики, завданням яких є виявлення ключових напрямів інноваційного процесу і подання певних пропозицій вищому керівництву.

На підприємстві, яке здійснює інноваційну діяльність, необхідною умовою є постійне оцінювання системи управління цією діяльністю, для того

щоб уникнути незапланованих затрат. Важливо також, проводити оцінювання цієї системи у взаємозв'язку з системами управління інших видів діяльності. Тобто, необхідно оцінювати вплив витрат та їх доцільність на функціонування кожної системи. Проведення всебічного моніторингу існуючих систем на підприємстві забезпечить йому ефективне функціонування та сильні конкурентні позиції [2, с.123].

Завданнями менеджерів з інновацій на підприємствах є стимулювання будь-яких проявів ініціативи, неординарних підходів, оригінальних рішень тощо. Тому важливо знаходити можливості для заохочення новаторів, ліквідувати перешкоди поліпшенню організації діяльності підприємства.

### **Список використаних джерел**

1.Бердніков С.В, Скрипник Н.Є. Інноваційний менеджмент в Україні як складова частина загальної системи управління підприємством / Бердніков С.В, Скрипник Н.Є. // Економіка і суспільство. – 2016, випуск 7, с.195.

2.Князь С.В., Комарницька Н.М. Місце та роль інноваційного менеджменту в системі управління підприємством / Князь С.В., Комарницька Н.М. // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2014, випуск 3 (54), с. 123.

3.Уткіна Ю.М., Вісільова А.В. Інноваційний менеджмент на підприємствах / Уткіна Ю.М., Вісільова А.В. // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014, випуск 46, с.299.

## **ЗНАЧЕННЯ КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ ВІДНОСИН СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ**

Бізнес в наш час потребує якісного інформаційного забезпечення підприємства. Збільшення інформаційного об'єму на підприємстві потребує більш ефективного функціонування та розвитку, все більше комунікація стає стратегічно важливим фактором.

Комунікативний менеджмент як теорія і практика управління соціальними комунікаціями як всередині організацій, так і між організаціями та її середовищем, з метою приведення оптимально благоприємних для організацій комунікативних процесів, формування и підтримки іміджу і суспільної думки, досягнення згоди, співпрці и визнання. Ось чому комунікативний менеджмент являється найважливішим компонентом всіх сфер життя людей у технологічному управлінні, економічному управлінні, соціальному управлінні, державному управлінні. [3]

Сучасні підприємства почали виводити управлінські та техніко-технологічні завдання на новий рівень поняття "комунікація".

Насамперед, слід зазначити, що комунікація – це обмін інформацією між людьми, за допомогою слів, букв, символів, жестів, через які висловлюється відношення одного працівника до знань і розумінь іншого. Саме

завдяки комунікації досягається довіра і взаємосприйняття поглядів. Це необхідний елемент в діяльності менеджера, який, спілкуючись з підлеглими, одержує інформацію для прийняття рішень, підтримує ділові контакти з партнерами. Якщо усунути комунікацію, то організація перестає бути керованою, її діяльність набуває хаотичного, нескоординованого характеру. [4]

Слід зазначити, що комунікація бере на себе найважливішу роль в керуючих системах, оскільки підприємство є складним об'єктом управління. Завдяки комунікації відбувається процес управління персоналом, доведення розпоряджень, наказів та інформаційний обіг на підприємстві. Саме завдяки комунікації та комунікаційному середовищу будь-яка система функціонує правильно и досягає поставлених цілей.

Місце комунікаційного менеджменту у системі менеджменту показано на рис.1



Рис. 1 Місце комунікаційного менеджменту у системі менеджменту

Активний розвиток інфокомунікаційних технологій як основи сучасних комунікаційних систем призвів до того, що вони перетворились в один з найважливіших елементів діяльності підприємств і відіграють винятково важливу роль у забезпеченні їх конкурентоспроможності. [5]

У сучасних умовах комунікація набуває все більшого значення на підприємстві для реалізації цілей усіх зацікавлених осіб, які досягаються за допомогою взаємозв'язків між учасниками процесу, завдяки чому роль комунікації підвищується.

Впровадження сучасних комп'ютерних і інформаційно-комунікаційних технологій практично в усі сфери діяльності призвело до формування єдиного

інформаційного простору. Прискорення темпів створення і поширення інформації з одного боку дозволяє реалізовувати інтелектуальний потенціал у вигляді інновацій, з іншого боку підвищує вимоги до стану інформаційної інфраструктури, що включає комп'ютери, лінії зв'язку та інформаційні ресурси. В даний час інформація відіграє головну роль в сучасній економіці. [1]

Ефективність комунікацій в системі управління визначає якість управлінських рішень. Комунікаціями (спілкуванням) пронизана вся система управління організацією. Метою комунікації є розуміння, осмислення переданої інформації, адже сам по собі факт обміну інформацією не забезпечує ефективності спілкування людей [2]

Таким чином, комунікаційно-інформаційні процеси впливають на партнерські взаємовідносини ринкових суб'єктів, підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку та діяльність підприємства в цілому.

### **Список використаних джерел**

1. Безугла К.О. Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем/ Безугла К.О. // Збірник наукових праць. – 2013. випуск 18. - с. 45
2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз [Текст] : монографія / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с
3. Василик М. А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации / М. А. Василик // Актуальные проблемы теории коммуникации: сб. науч. тр. Спб.: Изд-во СпбГПУ, 2004.-С. 1
4. Любченко Н.Л. Система комунікаційного менеджменту підприємства/Любченко Н.Л.// Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». -10'2013; с. 40
5. Шпак Н. О. Комунікаційний менеджмент промислових підприємств: автореф. Дис. доктора економічних наук. : 08.00.04 / Н. О. Шпак; Національний університет “Львівська політехніка” – Д ; 2011. - 64 с.

## **ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Оборотні активи підприємства використовуються для створення виробничих запасів, запасів незавершеного виробництва, запасів готової продукції, а також коштів у розрахунках і залишків на розрахункових рахунках у банках і касі підприємства. Головною метою управління активами підприємства, у тому числі й оборотними коштами, є, у загальному вигляді, максимізація прибутку на вкладений капітал при забезпеченні стійкості й достатньої платоспроможності підприємства.

Підприємства, у випадку грамотного управління своїми й чужими оборотними коштами, можуть домогтися раціонального економічного становища, збалансованого за ліквідністю та прибутковістю.

Система організації оборотних активів побудована на певних принципах.

По-перше, надання підприємствам самостійності щодо розпорядження, управління оборотними коштами. Це означає оперативну самостійність у використанні оборотних коштів.

По-друге, визначення планової потреби і розміщення оборотних коштів за окремими елементами й підрозділами. Мається на увазі розрахунок оптимальної потреби в оборотних коштах, яка б забезпечила безперервність процесу виробництва, виконання планових завдань за ритмічної роботи (розробка норм тривалої дії та щорічних нормативів).

По-третє, коригування розрахованих і чинних нормативів з урахуванням вимог господарювання, що змінюються: обсягів виробництва, цін на сировину та матеріали; постачальників і споживачів; форм застосовуваних розрахунків.

По-четверте, раціональна система фінансування оборотних коштів. Це означає формування оборотних коштів за рахунок власних ресурсів і залучених коштів у розмірах, що забезпечують нормальний фінансовий стан підприємства.

По-п'яте, контроль за раціональним розміщенням і використанням оборотних коштів. Мається на увазі проведення аналізу ефективності кругообігу коштів, що використовуються, з метою прискорення їх обертання [1].

Важливе значення в управлінні оборотними активами відіграють їх функції та етапи. До основних функцій управління оборотними активами можна віднести такі (рис.1).

Розглянемо основні етапи розроблення системи управління оборотними активами підприємства [3].

1. Аналіз оборотних активів підприємства в попередньому періоді включає п'ять етапів.

На першому етапі аналізу розглядається динаміка загального обсягу оборотних активів підприємства; темпи зміни середньої їх суми в зіставленні з темпами зміни обсягу реалізації продукції і середньої суми всіх активів; динаміка питомої ваги оборотних активів у загальній сумі активів підприємства.

На другому етапі аналізу розглядається динаміка складу оборотних активів підприємства в розрізі основних їх видів: запасів сировини, матеріалів і напівфабрикатів; запасів готової продукції; дебіторської заборгованості; залишків грошових активів.



Рис. 1. Основні функції управління оборотними активами [2]

На третьому етапі аналізу вивчається оборотність окремих видів оборотних активів у загальній їх сумі. Цей аналіз проводиться з використання показників – коефіцієнта оборотності та періоду обороту оборотних активів.

На четвертому етапі визначається рентабельність оборотних активів, досліджуються фактори, що її формують. У процесі аналізу використовуються коефіцієнт рентабельності оборотних активів, а також модель компанії «Дюпон».

На п'ятому етапі аналізу розглядається склад основних джерел фінансування оборотних активів – динаміка їх суми та питомої ваги в загальному обсязі фінансових засобів, інвестованих у ці активи; визначається рівень фінансового ризику, що генерується сформованою структурою джерел фінансування оборотних активів.

Результати аналізу дозволяють визначити загальний рівень ефективності управління оборотними активами на підприємстві та виявити основні напрями його підвищення в майбутньому періоді.

2. Визначення принципів підходів щодо формування оборотних активів підприємства. На даному етапі аналіз відображає загальну ідеологію фінансового управління підприємством із позицій прийнятного співвідношення рівня прибутковості та ризику фінансової діяльності. Оборотні активи визначають вибір визначеного типу політики їх формування.

3. Оптимізація обсягу оборотних активів. Така оптимізація повинна виходити з вибраного підходу щодо формування оборотних активів, забезпечуючи заданий рівень співвідношення ефективності їх використання і ризику.

4. Оптимізація співвідношення постійної та змінної частин оборотних активів. Сезонні особливості суттєво впливають на обсяг потреби в окремих видах оборотних активів для здійснення операційної діяльності. На



підприємствах окремих галузей є можливість переробляти сировину лише протягом «сезону переробки» з наступною рівномірною реалізацією продукції, що визначає в такі періоди підвищену потребу в оборотних активах, у формі запасів готової продукції. Коливання в розмірах потреби в окремих видах оборотних активів можуть бути викликані й сезонними особливостями попиту на продукцію підприємства. Тому у процесі управління оборотними активами варто визначати їх сезонну потребу, що складає різницю між максимальною та мінімальною потребою в них протягом року.

5. Забезпечення необхідної ліквідності оборотних активів. Усі види оборотних активів тією або іншою мірою є ліквідними, крім витрат майбутніх періодів і безнадійної дебіторської заборгованості. Загальний рівень ліквідності повинен забезпечувати необхідний рівень платоспроможності підприємства за поточними фінансовими зобов'язаннями. З цією метою з урахуванням обсягу й графіка майбутнього платіжного обороту повинна бути визначена частина оборотних активів у формі коштів, високо- і середньоліквідних активів.

6. Забезпечення підвищення рентабельності оборотних активів. Оборотні активи повинні приносити визначений прибуток при їх використанні у виробничо-збутовій діяльності підприємства. Водночас окремі види оборотних активів можуть приносити підприємству прямий прибуток у процесі фінансової діяльності у формі відсотків і дивідендів. Тому складовою частиною розроблюваної політики є забезпечення своєчасного використання тимчасово вільного залишку грошових активів для формування ефективного портфеля короткострокових фінансових вкладень.

7. Забезпечення мінімізації втрат оборотних активів у процесі їх використання. Усі види оборотних активів певною мірою схильні до ризику втрат. Наприклад, грошові активи схильні до ризику інфляційних втрат; короткострокові фінансові вкладення – до ризику втрат частини доходу в зв'язку з несприятливою кон'юнктурою фінансового ринку, а також ризику втрат від інфляції; дебіторська заборгованість – до ризику неповернення або невчасного повернення, а також ризику інфляційного; запаси товарно-матеріальних цінностей – до втрат від природних збитків тощо. Тому управління оборотними активами повинно бути спрямоване на мінімізацію ризику їх втрат, особливо в інфляційних умовах.

8. Формування принципів, що визначають фінансування окремих видів оборотних активів. Виходячи із загальних принципів фінансування активів, що визначають формування структури та вартості капіталу, слід конкретизувати принципи фінансування окремих видів і складових частин оборотних активів. Залежно від фінансового менталітету менеджерів сформовані принципи можуть визначати широкий діапазон підходів до фінансування оборотних активів – від консервативного до агресивного.

9. Оптимізація структури джерел фінансування оборотних активів. На основі раніше визначених принципів фінансування у процесі розробки системи управління оборотними активами формуються підходи до вибору конкретної структури джерел фінансування, їх приросту з урахуванням тривалості окремих стадій фінансового циклу й оцінки вартості залучення окремих видів капіталу.

Проведення економічної діагностики ефективності управління оборотними активами можливо за допомогою певної збалансованої системи показників-індикаторів, які відображають та характеризують стан оборотних активів підприємства.

Збалансована система показників є однією з найбільш поширених на сьогоднішній день систем управління результативністю підприємства, оскільки інтегрує оцінку діяльності підприємства з точки зору фінансових і не фінансових індикаторів з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків між результуючими показниками і ключовими факторами, дає можливість оцінити ефективність обраної стратегії, отримати інформацію про комплексний стан суб'єкта господарювання на визначений момент часу, виявити недоліки його діяльності й оперативно відреагувати на вплив негативних чинників.

### Список використаних джерел

1. Економічний аналіз : навч. посібник / М.А. Балюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбаток та ін.; за ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. Київ : КНЕУ, 2009. 556 с.
2. Бланк І.А. Управління активами. К. : Ника-Центр, Эльга, 2011. 702 с.
3. Філатова З.В., Ротанова А.Г. Напрямки формування системи управління оборотними активами підприємства. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць НАУ*. Київ, 2011. Вип. 29. С. 330.

## РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ПОНЯТТЯ, СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ

В мовах світової економічної кризи, спричиненої передусім поширенням Covid-19, одним з першочергових і ключових завдань управлінського складу стає формування та оцінка поточних перспективних можливостей бізнесу, тобто його потенціалу, збалансування можливостей підприємства з потенціалом зовнішнього середовища для досягнення запланованих задач та з метою виживання в умовах сьогодення та в перспективі.

Бізнес-середовище висуває жорсткі вимоги до сучасного підприємця щодо підвищення ефективності використання наявних ресурсів та формування напрямів розбудови і зміцнення ресурсного потенціалу, зниження затрат на виробництво, підвищення якості і трансформації функціоналу товарів та послуг.

Результативність діяльності будь-якого суб'єкта господарювання в умовах тотальної обмеженості ресурсів безпосередньо залежить від вміння раціонально використовувати наявний ресурсний потенціал.

Головною умовою забезпечення стабільно високої конкурентоздатності підприємства є активні дії бізнес-суб'єкта щодо формування перспективного

стійкого розвитку, а вміння ефективно використовувати ресурси для досягнення як поточної, так і стратегічної мети підприємства є важливою умовою просування продукції на ринку товарів та послуг.

В економічній літературі пропонуються різні тлумачення поняття «ресурсний потенціал підприємства». Так, Г.М. Александрова визначає «ресурсний потенціал підприємства» як «сукупність всіх економічних ресурсів і здатностей підприємства, які характеризують його реальні можливості для досягнення стратегічних і тактичних цілей, а також отримання економічного ефекту» [1, с. 15].

Бабашкіна А.М., Комаров М.А. під ресурсним потенціалом розуміють взаємопов'язану сукупність матеріальних, енергетичних і інформаційних засобів, а також самих працівників підприємства, які використовують ці засоби у процесі виробництва матеріальних благ та послуг [2].

Отже, під ресурсним потенціалом підприємства слід розуміти наявну сукупність всіх ресурсів, що складають основу майбутньої продукції і забезпечують процес її виробництва. В умовах конкурентної боротьби для досягнення поставлених задач перед особою, що приймає управлінське рішення, постає завдання оцінити перспективні можливості підприємства, тобто його потенціал [3, с.49].

До основних елементів ресурсного потенціалу з перспективою сталого розвитку підприємства відносяться:

- матеріально-технічна складова (виробничий потенціал, маркетинговий потенціал);
- фінансово-майнова складова (елементи фінансово-економічного потенціалу підприємства);
- нематеріальна складова (інформаційні ресурси, нематеріальні ресурси);
- трудова складова (трудові ресурси, кадровий інтелектуальний людський потенціал);
- соціальна складова;
- екологічна складова [4, с.127].

Бугай В. З. і Горбунова А. В. пропонують наступну класифікацію елементів ресурсного потенціалу підприємства:

- фінансові;
- матеріальні;
- технічні і технологічні;
- кадрові;
- інформаційні;
- нематеріальні [5, с.29].

До фінансових ресурсів відносяться грошові кошти, наявні в розпорядженні підприємства і даний ресурс має важливе значення в діяльності будь-якого бізнес-суб'єкта. Не маючи достатньої кількості фінансових ресурсів, підприємство не може стабільно функціонувати і мати перспективи для розвитку в майбутньому.

Під матеріальними ресурсами розглядаються основні та оборотні засоби виробництва, які використовуються у виробничому процесі та є матеріальною базою підприємства.

Технічні ресурси розглядаються як сукупність механізмів і устаткування, систем і засобів управління, видобування, зберігання, переробки сировини і матеріалів. Ці елементи утворюють матеріально-технічну базу виробничої системи.

Ефективність виробництва продукції на підприємстві неможлива без технологічних ресурсів, які утворюють сукупність процесів, правил, навичок, що використовуються при виготовленні продукції, виконанні робіт у будь-якій сфері виробничої діяльності.

Немаловажним виступає і інформаційний ресурс, оскільки в умовах сьогодення діяльність підприємства все більше залежить від наявної якісної інформації. Вміння ефективно використовувати інформаційний ресурс – одна з умов успішного функціонування бізнесу.

Щодо нематеріальних ресурсів, то під ними розглядаються частина майна підприємства, яка характеризує об'єкти інтелектуальної власності й інші аналогічні права, що належать підприємству.

Формування ресурсної бази підприємства слід здійснювати особливо ретельно, і передусім це стосується людських ресурсів, оскільки саме вони є тим об'єднуючим елементом, який забезпечує синергетичний ефект і виступає рушійною силою розвитку.

До складових елементів трудового потенціалу підприємства відносять психофізичні, професійно-кваліфікаційні якості персоналу, організаційні, технічні якості [6, с.340].

Отже, до чинників, котрі сприятимуть підвищенню ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства, відносять:

- оновлення та модернізація матеріально-технічної бази;
- проведення гнучкої закупівельної політики;
- заміна працівників управлінського складу;
- оптимізація організаційної структури управління;
- забезпечення високої швидкості обороту капіталу;
- поповнення власних оборотних коштів;
- формування сучасної інформаційної бази для прийняття обґрунтованих управлінських рішень;
- діагностика та запобігання кризовим явищам;
- впровадження сучасних технологій виробництва.

Виходячи с вищезазначеного, можна виокремити основні вектори розробки стратегії розвитку підприємства у умовах жорстокої конкурентної боротьби і негативного впливу світової кризи:

- кваліфікований і креативний менеджмент;
- раціональне використання матеріально-технічних і фінансових ресурсів;
- диверсифікація діяльності підприємства;
- пошук нових ринків збуту товарів та послуг;

- трансформація технологічного процесу під екологічні світові стандарти;
- формування сприятливого організаційного клімату.

Висновок. Ефективна діяльність підприємства забезпечується в першу чергу за рахунок якості використання ресурсного потенціалу. Раціональне використання наявних ресурсів – це багатогранний комплексний процес, що залежить від багатьох чинників та показників, що супроводжують всі етапи виготовлення товарів та послуг.

Запропоновані основні напрями аналізу стану ресурсного потенціалу дозволяють виокремити так звані проблемні зони і надалі сформулювати заходи управління за усіма елементами загального ресурсного потенціалу підприємств, сформулювати стратегічний вектор розвитку, направити управлінські рішення на досягнення конкурентоспроможності на ринку та загальної сталості розвитку підприємства.

### **Список використаних джерел**

1. Александрова Г.М. Управління фінансовим ресурсозбереженням торговельних підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08 "Гроші, фінанси і кредит" / Донецький нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Донецьк, 2009. 21 с.
2. Ресурсный потенциал экономического роста / [А. М. Бабашкина, М. А. Комаров, Н. П. Фигурнова, Е. В. Красникова]. – М.: Путь России: Экон. лит., 2002. – 567 с.
3. Ніколаєвич О.В. Ресурсний потенціал підприємства: теоретичні аспекти / Україна майбутнього: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 12-14 вересня 2018 р., м. Суми. – Суми : СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2018. – С. 49-50.
4. Латишева О.В. Ресурсний потенціал підприємства: сутність, складові та особливості управління елементами забезпечення сталого розвитку / Економічний вісник Донбасу № 3(53). Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ, 2018. – С. 126-130.
5. Бугай В. З., Горбунова А. В., Ключєва Ю. В. Теоретичні основи формування потенціалу підприємства // Вісник Запорізького національного університету №1(9), 2011. С. 27-33.
6. Чухрай Н.І., Кулиняк І.Я., Глянцева О.І. Оцінювання рівня трудового потенціалу підприємств / Науковий економічний журнал «Актуальні проблеми економіки» №10(160), 2014. С. 338-347.

### **РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ**

Однією з головних умов здійснення ефективної господарської діяльності підприємства є прийняття ефективних і раціональних управлінських рішень, котрі мають бути направлені на вибір різновиду і масштабів

виробництва продукції або послуг, мати чітку орієнтацію на потенційного споживача і цільові ринки збуту, що є можливим при умові максимально раціонального використання ресурсного потенціалу.

Оскільки за умов обмеженості окремих видів ресурсів постає нагальна потреба в їх збалансованому і раціональному використанні, рішення стосовно управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств актуальне і потребує ґрунтовних досліджень.

Є безліч підходів стосовно трактування поняття «ресурсний потенціал підприємства». Так, наприклад, Фонотов А. Г. під ресурсним потенціалом визначає обсяг ресурсів, котрий відповідає потребам народного господарства, враховуючи можливості їх розширеного відтворення у довгостроковій перспективі [1, с. 25].

Миско К. М. дає наступне трактування ресурсного потенціалу підприємства: загальна величина реалізованих та нереалізованих потенційних можливостей підприємства стосовно використання наявних ресурсів у процесі задоволення суспільних потреб, виражених у ресурсній формі [2, с. 19].

Бабашкіна А.М., Комаров М.А. під ресурсним потенціалом розуміють взаємопов'язану сукупність матеріальних, енергетичних і інформаційних засобів, а також самих працівників підприємства, які використовують ці засоби у процесі виробництва матеріальних благ та послуг [3].

Тож, під ресурсним потенціалом підприємства слід розуміти наявну сукупність всіх ресурсів, що складають основу майбутньої продукції і забезпечують процес її виробництва.

В умовах конкурентної боротьби для досягнення поставлених задач перед особою, що приймає управлінське рішення, постає завдання оцінити перспективні можливості підприємства, тобто його потенціал.

Саме конкурентна боротьба виступає ефективним інструментом у встановленні рівноваги на ринку товарів та послуг, в тому числі сільськогосподарського призначення, і це є неможливим без максимально оптимального використання ресурсного потенціалу.

В залежності від галузі виробництва, від виду господарської діяльності, об'єм ресурсного потенціалу обумовлений обсягом наявних у розпорядженні підприємства видів ресурсів. Сільське господарство – це галузь економіки, головною метою якої є забезпечення населення продуктами харчування, формування сировинної бази для промисловості. В Україні сільське господарство виступає однією з провідних галузей економіки, покликаною забезпечити населення країни безпечними, якісними і доступними продовольчими товарами. Крім того, сільське господарство нашої країни має можливість зробити вагомий внесок у розв'язання світової проблеми голоду, оскільки виробничий потенціал країни в значній мірі перевищує потреби внутрішнього ринку.

Для підприємств, що спеціалізуються на виготовленні продукції сільськогосподарського призначення в ролі базових ресурсів виступають земельні, трудові та матеріальні.

З метою результативного використання землі, для збереження навколишнього середовища, в першу чергу необхідно брати до уваги захист земельних ресурсів сільськогосподарського призначення, підвищення рівня їх родючості, дієві механізми відтворення. Для досягненні цієї цілі рекомендується впроваджувати технології відновлення і збереження корисних властивостей сільськогосподарських угідь з метою дієвого контролю за станом навколишнього середовища [4].

Найбільш ефективного і раціонального використання земельних ресурсів в аграрних підприємствах можна досягти за умови впровадження заходів, направлених на підвищення рівня родючості ґрунту, запобігання ерозійних та інших руйнівних процесів екологічно-шкідливого впливу. Земельні ресурси суспільство має використовувати, переслідуючи національні інтереси, інтереси наступних поколінь, і таким чином, щоб в майбутньому передати їх поліпшеними нащадкам. Розумне впровадження здобутків науково-технічного прогресу при виробництві сільськогосподарської продукції повинно не лише позитивно впливати на стан землі, а й при вмілому господарюванні значно знижувати собівартість товарів та послуг. Не менш важливо при цьому враховувати й негативні наслідки використання окремо взятих засобів виробництва і інтенсивних технологій при обробці землі. Для цього необхідно їх більш ретельно вивчати і перевіряти перед застосуванням.

Не менш важливим чинником сільськогосподарського виробництва, поряд зі землею та капіталом, виступають трудові ресурси. Для майбутнього стабільного розвитку сільських територій, галузі сільського господарства саме трудові ресурси мають неабиякий потенціал. Проте на шляху досягнення ефективного використання трудових ресурсів виникає низка проблем, до яких можна віднести нестабільну складну економічну і демографічну ситуацію в країні, незадовільну соціальну інфраструктуру, зростання рівня безробіття серед селян, зменшення їх реального доходу, нижчу оплату праці в порівнянні з іншими галузями економіки. Ці і ряд інших соціально-економічних проблем сільських територій стали нагальною проблемою держави. Дієвим інструментом при вирішенні даних проблем є механізми заохочення молоді до проживання і роботи на селі, надання земельних ділянок особам, що бажають працювати в сільському господарстві, ефективного використання трудового потенціалу всіх членів селянської родини за рахунок диверсифікації діяльності і освоєння альтернативних джерел наповнення сімейного бюджету.

Тож, можна дійти висновку, що дієвість використання наявного ресурсного потенціалу – це багатогранний комплексний процес, що залежить від багатьох чинників та показників, що супроводжують процес виготовлення сільськогосподарської продукції. Різноманіття чинників та їх вплив зумовлюють різні бачення щодо вирішення наявних проблем раціонального використання землі, трудових ресурсів.

Впровадження науково-випробуваної системи ведення сільського господарства дозволить підвищити родючість ґрунтів, поліпшити якісний стан сільськогосподарських угідь. Земля є не лише основним засобом виробництва, а й головним багатством людства. Тому питання її раціонального використання

залишається завжди актуальним, як і питання стосовно ефективного використання людських потенціалу.

Вміння ефективно використовувати ресурси для досягнення як поточної, так і стратегічної мети підприємства є важливою умовою стабільно високої конкурентоздатності продукції сільськогосподарських підприємств на ринку товарі та послуг.

### Список використаних джерел

1. Фонотов А. Г. Ресурсний потенціал: планування і управління // А. Г. Фонотов. – М.: Економіка, 1985. – 138 с.
2. Миско К. М. Ресурсный потенциал региона (теоретические и методологические аспекты исследования) / К. М. Миско. – М.: Наука, 1991. – 94 с.].
3. Ресурсный потенциал экономического роста / [А. М. Бабашкина, М. А. Комаров, Н. П. Фигурнова, Е. В. Красникова]. – М.: Путь России: Экон. лит., 2002. – 567 с.
4. Корабльова К. А., Хамініч С. Ю. Ефективність використання земельних угідь у сільському господарстві України: теоретичні підходи / К. А. Корабльова, С. Ю. Хамініч // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – № 5, 2016.

## РИЗИКИ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Здійснення будь-якої підприємницької діяльності невідривно пов'язане з ризиком. Діяльність суб'єктів господарювання, незалежно, чи це сфера виробництва товарів, надання послуг чи виконання робіт, завжди буде в тій чи іншій мірі ризиковою. Адже ризик є невід'ємною частиною підприємницької діяльності і зустрічається майже на кожному етапі розвитку бізнесу. Найчастіше успіху досягають ті підприємці, які вміють вірно сприймати і управляти негативними факторами, прояв яких властивий бізнес-сфері. Недарма ж підприємництво називають діяльністю «на свій страх і ризик» [1, с. 47-48].

Ризик – явище, з яким кожному доводиться зустрічатися у повсякденному житті, і його впливу на будь-яку сферу господарювання уникнути неможливо. Ця категорія проявляється в більшості напрямків людської діяльності і притаманна будь-якій сфері народного господарства. Вміння ефективно та раціонально управляти ризиками – головна умова стабільного фінансового становища підприємства [2].

Підприємець – це фізична особа, котра здійснює підприємницьку діяльність, ініціативну, систематичну, і на власний ризик з метою досягнення економічного і соціального ефекту. Тобто, характерною рисою особи-підприємця можна назвати здатність ризикувати.



Підприємницький ризик – це варіативність виникнення збитків або неодолення доходів порівняно з варіантом, що прогнозується, очікується. На відміну від життєвих ситуацій, в підприємницькій діяльності ризик сприймається не як втрата будь-чого, а як вірогідність недоотримання прибутку.

З точки зору бізнесу, категорія «ризик» розглядається як природне явище, котре стимулює, мотивує суб'єкт бізнесу оперативно реагувати на зовнішні подразники і негативні виклики сьогодення.

На зміну структури прибутків підприємства впливає багато негативних чинників:

- відхилення від запланованих обсягів виробництва продукції через технічні несправності, природний обсяг браку як наслідок відсутності або втрати кваліфікації робочого персоналу, недостатній об'єм інвестиційного ресурсу;

- зниження попиту на внутрішньому та зовнішньому ринках, зниження цін на продукцію як результат покращення позицій конкурентів в даному сегменті або трансформації вподобань кінцевого споживача;

- збільшення витрат на заробітну плату, підвищення витрат на транспортування продукції, зростання закупівельних цін на матеріали та сировину;

- нераціонально підібране співвідношення залученого капіталу та власних коштів, і як наслідок – низький рівень ліквідності;

- прояв з боку держави у вигляді зростання податкового тягара;

- некомпетентність, недбалість, легковажність, помилки як керуючого, так і персоналу, безпосередньо задіяного в виробничому процесі;

- різкі політичні зміни та несприятливі події на державному рівні;

- недобросовісність партнерів щодо грошових трансферів, несвоєчасність виплат та недотримання умов контракту;

- група природних ризиків, такі як стихійні лиха (землетруси, повені, пожежі, засухи);

- технічні лиха та події кримінального характеру (аварії, крадіжки, надзвичайні події).

Для управління і встановлення контролю над ризиками, з метою запобігання появі збитків на великих підприємствах функціонують менеджери по управлінню ризиками.

В економічно розвинутих країнах на державному рівні і за підтримки підприємницького сектору створюються спілки менеджерів, діяльність яких направлена на розробку способів мінімізації і дієвих механізмів управління ризиками. До таких способів впливу на ризик належать:

- 1) збереження ризику, котре досягається шляхом залучення коштів ззовні або шляхом самофінансування (створення резервного фонду);

- 2) передача ризиків третім особам (страховим компаніям), тобто хеджування або розподіл можливих ризиків між суб'єктами проекту;

- 3) зниження ступеня ризику, тобто спроба зменшити можливі збитки, виключити або мінімізувати ймовірність настання несприятливої події з

залученням експертів (логістів, майстрів аналізу та ін.), аналізуючи підприємницьке середовище і прогнозуючи можливі сценарії [3, с. 193].

Існує два види показників ризику – абсолютний і відносний. Відносний – вираховує відсотки ризику шляхом відношення можливих скорочень прибутків на показник фінансового стану підприємства (вартість майна, можливі витрати).

Абсолютний – вираження ризику як величини можливих витрат в двох видах виміру (вартісному або матеріальному). Провідне місце в оцінці підприємницького ризику є визначення та прогнозування можливих ресурсних втрат в процесі здійсненні господарської діяльності.

Розгляд ризику як економічної категорії змушує визначитись і з поняттям «економічна безпека підприємства». Економічна безпека підприємства – це таке поєднання ресурсів (техніки, технологій, капіталу, прав) і підприємницьких можливостей, за якого функціонування фірми вважається найбільш ефективним, гарантується сталий розвиток, наявність науково-технічного прогресу, запобігання всіх можливих загроз (як внутрішніх, так і зовнішніх). Чіткий алгоритм дій суб'єкта бізнесу при настанні ризикової ситуації – головна умова економічної безпеки підприємства. [4, с. 55].

Висновок. В сучасних умовах розвитку бізнес-сфери ризик виступає невід'ємним елементом. Підприємницька діяльність неможлива без ризику, тому на етапі планування доцільно враховувати та оцінювати можливий вплив негативних факторів. Від ефективного та раціонального управління ризиком залежить фінансовий стан підприємства.

### **Список використаних джерел**

1. Тюленева Ю. В. Визначення категорії «ризик підприємницької діяльності» як основа ефективної діяльності підприємств / Ю. В. Тюленева // Економічний вісник НТУУ «КПІ» : збірник наукових праць. – 2009. – № 6. – С. 47–52.

2. Ніколаєвич О.В. Види ризику в діяльності суб'єктів аграрного виробництва / Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції докторантів, молодих учених та студентів. м. Харків, 27 квітня 2018 р.

3. Донець Л. І., Шепеленко О. В., Баранцева С. М., Сергєєва О. В., Веремейчик О. Ф. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків. Навч. посіб. / За заг. ред. Донець Л. І. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.

3. Чирва Г. М., Бовкун О. А. Оцінювання ризиків підприємницької діяльності та аналітичне забезпечення економічної стійкості підприємств у процесі захисту їх економічних інтересів / Г. М. Чирва, О. А. Бовкун // Економічні горизонти: наукове видання. – 2018. – № 1(4). – С. 52-59.

## УПРАВЛІННЯ ВИБОРОМ НАПРЯМКІВ І ВАРІАНТІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Для того, щоб обрати певний напрямок інноваційного розвитку, менеджерам підприємства необхідно визначити та оцінити силу впливу факторів успіху інноваційного розвитку. До основних факторів впливу на інноваційний розвиток підприємства відносять:

- узгодження цілей інноваційного розвитку підприємства і цілей розвитку зовнішнього середовища;
- узгодження ресурсних потреб та інноваційних можливостей підприємства;
- узгодження стратегії і тактики розподілу ресурсів у продовж конкретної фази життєвого циклу підприємства;
- узгодження всіх видів господарсько-технологічних процесів підприємства в єдиному алгоритмі;
- узгодження функціональної діяльності усіх підрозділів підприємства;
- узгодження всіх комунікацій між підрозділами підприємства;
- узгодження дій оперативного регулювання і координації діяльності підрозділів;
- узгодження кадрової політики підрозділів, системи навчання та перепідготовки персоналу;
- узгодження цілей і завдань підприємства та інтересів персоналу у системі мотивації;
- узгодження факторів системи якості підприємства і рівня задоволення потреб споживачів;
- узгодження маркетингової політики підприємства і його аналітико-дослідницького потенціалу;
- узгодження фінансових перспектив та ресурсних можливостей підприємства.

На практиці найбільш застосовуваними напрямками інноваційного розвитку є [1]:

- впровадження енергозберігаючих технологій та нетрадиційних видів енергоресурсів;
- впровадження безвідходних та маловідходних технологій;
- впровадження комплексних інформаційних технологій;
- використання принципово нових матеріалів та ресурсів;
- розробка і впровадження наукоємних технологій;
- підготовка висококваліфікованих кадрів;
- проведення якісних змін капіталу та фінансової структури підприємства;
- впровадження нової організації праці та виробництва;
- створення систем науково-технологічного, інформаційного, кадрового, маркетингового забезпечення інноваційного розвитку;
- впровадження прогресивних систем управління.

При створенні інновацій слід враховувати, що зміни у середовищі функціонування підприємства відбуваються часто, тому існує нагальна потреба в комплексному аналізі, моніторингу і прогнозуванні потенційних викликів.

Вибір напрямків інноваційного розвитку є важливим етапом ухвалення управлінських рішень, що проявляється через вибір одного з альтернативних варіантів інноваційного розвитку на основі відповідності його критеріям оптимальності.

В процесі вибору напрямків інноваційного розвитку менеджери підприємства повинні оцінити наступні критерії оптимальності [2]:

- інноваційну ідею;
- наявну структуру, форму, в яку повинна втілитись інноваційна ідея;
- закономірності ієрархічної побудови причинно-наслідкових взаємозв'язків між підприємством та його підрозділами;
- наявну систему взаємодії між підрозділами підприємства та міжособистісні відносини персоналу;
- функціональну та суспільну ефективність існуючого та інноваційного розвитку підприємства як системи;
- наявні конкретні плани дій (бізнес-план) з урахуванням конкретного простору діяльності, часу циклу та конкретних виконавців;
- необхідну технологію чи механізм впровадження ідеї, зразок узгодження дій, система контролю за їх виконанням;
- систему навчання персоналу, яка необхідна для ефективного впровадження інноваційної ідеї з урахуванням системи спільних дій;
- система необхідних обов'язків для персоналу, посадові інструкції, вимоги до рівня професійної придатності щодо застосування інноваційних технологій, технічних засобів а також періодичність і умови проведення професійного навчання і переатестації;
- наявну систему оцінювання професійних здібностей персоналу, їх сприйняття інновацій та здатності до їх впровадження;
- систему необхідних вимог до комунікативності та професійної культури працівника на робочому місці;
- наявну систему оцінювання реальних комунікативних особистісних якостей працівника;
- наявну систему оцінювання реальної психофізичної здатності працівника виконувати інноваційний тип роботи на своєму робочому місці.

Отже, вибір напрямків інноваційного розвитку підприємства починається з постановлення цілей і завдань інноваційного розвитку в рамках обраної місії підприємства, аналізу внутрішніх та зовнішніх умов господарювання, пошуку ресурсів для інноваційної діяльності та ефективного їх розподілу, продовжується генеруванням альтернативних напрямків діяльності, їх оцінкою, ранжуванням за пріоритетністю впровадження і закінчується остаточним вибором.

1. Інноваційні стратегії управління підприємством за умов глобалізації: монографія / М. П. Войнаренко, С. Г. Зінченко, С. М. Злепко, О. О. Тарута. – Хмельницький ; Маріуполь: ХНУ, 2011. – 174 с.

2. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком : монографія / [О.М. Азарян та ін. ; за заг. ред. О.А. Біловодської]. – Суми : Університетська книга, 2010. – 431 с.

## **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ТА ГРОШОВИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Цілі та характер використання окремих видів оборотних активів різних підприємств мають суттєві відмінні риси. Тому на підприємствах з великим обсягом щодо використання оборотних активів розробляється система управління окремими їх видами – дебіторською заборгованістю та грошовими активами, до яких також прирівнюються й короткострокові фінансові вкладення як форма тимчасового використання вільного залишку грошових активів.

У процесі фінансово-господарської діяльності у підприємства постійно виникає потреба проведення розрахунків зі своїми контрагентами, бюджетом, податковими органами. Відвантажуючи вироблену продукцію, підприємство, як правило, не отримує гроші негайно, тобто воно кредитує покупців.

Таким чином, від моменту відвантаження продукції до моменту надходження платежу засоби підприємства «мертві» у вигляді дебіторської заборгованості. Тому важливим завданням є ефективне управління дебіторською заборгованістю, спрямоване на оптимізацію загального її розміру та забезпечення своєчасної оплати боргу.

У сучасній господарській практиці дебіторська заборгованість класифікується за такими видами:

- 1) дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, строк оплати яких не наступив;
- 2) дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, що неоплачені у вказаний термін;
- 3) дебіторська заборгованість за отриманими векселями;
- 4) дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом;
- 5) дебіторська заборгованість за розрахунками з персоналом;
- 6) інші види дебіторської заборгованості.

Серед перерахованих видів найбільший обсяг дебіторської заборгованості підприємств припадає на перші три види. У загальній сумі дебіторської заборгованості на розрахунки з покупцями припадає 80-90%. Отже, з метою ефективного управління цією дебіторською заборгованістю на підприємствах повинна розроблятися і здійснюватися особлива фінансова система управління дебіторською заборгованістю або його кредитна політика щодо покупців продукції.

Система управління дебіторською заборгованістю представляє собою частину загального управління оборотними активами й маркетингової політики підприємства, що спрямована на розширення обсягу реалізації продукції та полягає в оптимізації загального розміру цієї заборгованості та забезпеченні своєчасної її оплати.

Формування системи управління дебіторською заборгованістю підприємства здійснюється за такими основними етапами [1]:

1. Аналіз дебіторської заборгованості підприємства у попередньому періоді.
2. Формування принципів кредитної політики відповідно до покупців продукції.
3. Визначення можливої суми фінансових засобів, що інвестуються в дебіторську заборгованість за товарним (комерційним) і споживчим кредитом.
4. Формування системи кредитних умов.
5. Формування стандартів оцінки покупців і диференціація умов надання кредиту.
6. Формування процедури оплати дебіторської заборгованості.
7. Забезпечення використання на підприємстві сучасних форм рефінансування дебіторської заборгованості.
8. Побудова ефективних систем контролю за рухом і своєчасною оплатою дебіторської заборгованості.

Політика управління грошовими активами є частиною загальної політики управління оборотними активами підприємства, що полягає в оптимізації сукупного розміру їх залишку з метою забезпечення постійної платоспроможності й ефективного використання в процесі збереження.

Розробка політики управління грошовими активами підприємства включає такі основні етапи [1]:

1. Аналіз грошових активів підприємства в попередньому періоді.
2. Оптимізація середнього залишку грошових активів підприємства.
3. Диференціація середнього залишку грошових активів у національній та іноземній валюті.
4. Вибір ефективних форм регулювання середнього залишку грошових активів.
5. Забезпечення рентабельного використання тимчасово вільного залишку грошових активів.

6. Побудова ефективних систем контролю за грошовими активами підприємства. Отже, система управління оборотними засобами це система цілеспрямовано організованих взаємодій між об'єктом та суб'єктом управління шляхом реалізації функцій управління із застосуванням комплексу методів, засобів і фінансово-економічних інструментів дослідження і трансформації взаємопов'язаних процесів формування та використання оборотних активів і джерел їх фінансування за обсягом, складом, структурою з урахуванням дії на них чисельних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища [2].

### Список використаних джерел

1. Бланк І.А. Управління активами. Київ : Ника-Центр, Ельга, 2011. 702 с.
2. Щєбликіна І.О., Щєбликіна З.В. Механізм управління оборотними активами підприємства. Інтеграція освіти, науки і бізнесу : монографія / за заг. ред. А.В. Череп. Запоріжжя, 2019. С. 95-102.

## **БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ОПЕРАЦІЙНОЇ ОРЕНДИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ**

Постановка проблеми. Становлення ринкових відносин в Україні обумовило появу та розвиток нових економічних інструментів, які суб'єкти господарювання використовують для підвищення ефективності своєї діяльності, саме таким інструментом стали орендні операції.

Розвиток матеріально-технічної бази виробництва потребує значних інвестиційних ресурсів, і у разі тимчасового браку власних коштів і сучасних засобів праці, підприємства для оновлення необоротних активів можуть скористатися поширеним у світі методом фінансування – орендою.

Актуальність розвитку орендних відносин сьогодні в Україні обумовлена передусім значною питомою вагою морально застарілого устаткування, низькою ефективністю його використання та відсутністю забезпеченості запасними частинами. Оренда є альтернативою банківському кредитуванню та дієвим інструментом процесу ефективного оновлення основних засобів і технологій підприємств усіх напрямів економічної діяльності. Не дивлячись на те, що орендні операції набувають інтенсивного поширення, питання організації обліку орендованих основних засобів у відповідності до вимог оптимізації оперативності та достовірності надання інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень, до тепер залишаються не вирішеними і у зв'язку з цим дослідження організації та обліку орендних операцій на підприємстві набуває особливо важливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми обліку орендних операцій на підприємствах досліджують в працях: Л. М. Братчук [1], Н. В. Головченко [2], Н. В. Ніколенко [3], І. О. Головка[4], та інші вітчизняні та зарубіжні науковці. Науковці мають різні погляди на тлумачення поняття «оренда основних засобів».

Л. М. Братчук визначає оренду як регульований договором спосіб реалізації відносин власності між орендодавцем і орендарем, що проявляються як функція формування матеріальних факторів виробництва та як господарська операція з приводу розподілу прав володіння, користування і розпорядження необоротними активами в обмін на орендну плату» [1, с. 9].

Н. В. Головченко вважає, що оренда представляє собою господарський процес, який включає сукупність орендних операцій, що виникають у зв'язку з наданням (прийняттям) у тимчасову експлуатацію необоротних матеріальних та нематеріальних активів. При цьому орендними операціями є господарські

операції з надання або прийняття у тимчасову експлуатацію об'єктів оренди, розрахунків між орендарем та орендодавцем, повернення об'єкту оренди наприкінці її терміну [2, с. 6].

Н. В. Ніколенко відзначає наявність різноманітних тлумачень та підходів науковців щодо визначення сутності поняття «оренда», сформульованих на основі недосконалої правової бази і пропонує класифікацію оренди для цілей фінансового обліку за сьома класифікаційними ознаками: обсяг обслуговування орендованого активу; характер об'єкта оренди; умови придбання активу; тип орендних платежів; строк оренди; придбання та споживання орендарем протягом строку оренди більш ніж несуттєвої частини орендованого активу; схема розподілу орендних платежів [3, с. 7].

В роботі Головки І. О. розкрито нормативні передумови здійснення орендних операцій та їх сутнісні характеристики [4, с. 134].

Огляд наукових праць дозволив констатувати, що питання, які пов'язані з методикою обліку операційної оренди основних засобів, залишаються у дискусійній площині і потребують подальшого вивчення, що і обумовило мету дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є визначення та відображення в бухгалтерському обліку операційної оренди основних засобів.

Виклад основного матеріалу. Орендні відносини є одними з найбільш поширених відносин, які виникають між суб'єктами підприємницької діяльності. Договір оренди являє собою різновид договору майнового найму.

За договором найму (оренди) згідно ст. 759 ЦКУ наймодавець (орендодавець) передає або зобов'язується передати наймачеві (орендарю) майно у користування за плату на певний строк [5].

За договором майнового найму відчуження об'єкта найму не відбувається, від наймодавця (орендодавця) до наймачеві (орендареві) переходить лише право тимчасового користування, при цьому право власності на здане в найм майно залишається у наймодавця.

Пунктом 4 П(С)БО-14 оренда визначена як угода, за якою орендар набуває права користування необоротним активом за плату протягом погодженого з орендодавцем строку. Операційна оренда визначена як оренда інша, ніж фінансова [6].

Проаналізувавши визначення фінансової оренди, поняття операційної можна сформулювати таким чином: операційна оренда – це оренда, що передбачає передачу орендарю об'єкта оренди на певний термін за плату з подальшим поверненням даного об'єкта орендодавцю. Договір операційної оренди не повинен передбачати передачу права власності орендарю на орендований об'єкт після закінчення терміну оренди або права орендаря на придбання об'єкта оренди за ціною нижче його справедливої вартості на дату придбання.

Підпунктом 14.1.97 п. 14.1 ст. 14 ПКУ визначено, що лізингова (орендна) операція – це господарська операція (крім операцій з фрахтування (чартеру) морських суден та інших транспортних засобів) фізичної чи



юридичної особи (орендодавця), що передбачає надання основних засобів у користування іншим фізичним чи юридичним особам (орендарям) за плату та на визначений строк [7].

Оперативний лізинг (оренда) визначена як господарська операція, що передбачає передачу орендарю майна, придбаного або виготовленого орендодавцем на умовах інших, ніж передбачаються фінансовим лізингом (орендою).

Лізинг (оренда) вважається фінансовим, якщо лізинговий (орендний) договір містить одну з таких умов:

об'єкт лізингу передається на строк, протягом якого амортизується не менше 75% його первісної вартості, а орендар зобов'язаний придбати об'єкт лізингу у власність протягом строку дії лізингового договору або в момент його закінчення за ціною, визначеною у такому лізинговому договорі;

балансова (залишкова) вартість об'єкта лізингу на момент закінчення дії лізингового договору, передбаченого таким договором, становить не більш як 25% первісної вартості ціни такого об'єкта лізингу, що діє на початок строку дії лізингового договору;

сума лізингових (орендних) платежів з початку строку оренди дорівнює первісній вартості об'єкта лізингу або перевищує її;

майно, яке передається у фінансовий лізинг, виготовлене за замовленням лізингоотримувача (орендаря) та після закінчення дії лізингового договору не може бути використаним іншими особами, крім лізингоотримувача (орендаря), виходячи з його технологічних та якісних характеристик.

Відповідно до визначення поняття «фінансовий лізинг (оренда)» незалежно від того, чи відноситься лізингова операція до фінансового лізингу чи ні, платник податку має право при укладенні договору визначити таку операцію як оперативний лізинг без права подальшої зміни статусу такої операції до закінчення дії такого договору.

Таким чином, для суміщення понять операційної оренди в бухгалтерському обліку та оперативної у податковому необхідно, щоб договір оренди відповідав вимогам визначення операційної оренди згідно з П(С)БО-14 – у назві договору повинно бути зазначено, що договір оперативного лізингу (оренди), а в тексті має бути застереження, що статус даного договору не може бути змінено до закінчення терміну його дії [6]. Таке суміщення дозволить спростити облік господарських операцій за договором оренди в бухгалтерському та податковому обліку для орендодавця та орендаря.

#### Облік у орендодавця.

Порядок бухгалтерського обліку операційної оренди у орендодавця регламентований п. 16–18 П(С)БО-14 [6]. Вартість переданого в операційну оренду об'єкта необоротних активів залишається на балансі орендодавця, який і продовжує нараховувати амортизацію.

Доходи, що отримуються орендодавцем від операцій з оренди необоротних активів, визнаються іншими операційними доходами (п. 7 П(С)БО-15) [8] і відображаються за кредитом субрахунку 713 «Дохід від операційної оренди активів», а в разі, якщо надання в оренду майна є основною

діяльністю підприємства, то отриманий дохід відображається за кредитом субрахунку 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг» [9]. Такий порядок відображення доходів рекомендований п. 3.3. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності, затверджених наказом Мінфіну від 28.03.2013 р. № 433 [10] (див. також лист Мінфіну від 22.09.2010 р. № 31-34020-20-27/25329) [11].

При цьому витрати орендодавця, пов'язані з укладенням договору оренди (юридичні послуги, комісійні винагороди – якщо такі були), відносяться до витрат поточного періоду, визнаються іншими операційними витратами орендодавця і відображаються за дебетом субрахунку 949 «Інші витрати операційної діяльності».

Якщо надання активів в оренду є основним видом діяльності орендодавця, то витрати, понесені ним у процесі власної господарської діяльності, обліковуються на рахунку 23 «Виробництво».

Згідно з розділом III ПКУ об'єкт оподаткування податком на прибуток розраховується на підставі даних бухгалтерського обліку шляхом коригування фінансового результату до оподаткування, визначеного у фінансовій звітності, на різниці, які збільшують або зменшують фінансовий результат до оподаткування, згідно з положеннями Кодексу. Механізм коригування (збільшення або зменшення) фінансового результату до оподаткування (прибутку або збитку), відображеного у фінансовій звітності на різниці, визначений ст. 138, 139, 140, 141 розділу III ПКУ [7]. Оскільки ПКУ не передбачено коригування отриманих доходів та проведених витрат з оренди, то в податковому обліку такі операції відображаються на підставі бухгалтерських даних.

У податковому обліку передача активів в оперативну оренду не відображається і податкові зобов'язання з ПДВ при передачі об'єкта в оренду згідно з п. п. 196.1.2 п. 196.1 ст. 196 ПКУ також не виникають [7].

Дохід орендодавця збільшується на суму нарахованого лізингового платежу за наслідками податкового періоду, в якому здійснюється таке нарахування. Тобто нараховуються та відображаються у складі доходів лише суми платежів (нарахувань), які відповідно до договору припадають на звітний податковий період. Лізингові (орендні) платежі є об'єктом для нарахування ПДВ за ставкою 20%, а податкові зобов'язання виникають у загальному порядку за першою подією. Роз'яснення з цього питання наведено також у листі ДПАУ від 02.06.2011 р. № 15382/7/16-1517-10 [12].

Розглянемо порядок відображення передачі в оренду об'єкта основних засобів – будівлю вартістю 480000 грн. Орендна плата становить 7200 грн. (у тому числі ПДВ – 1200 грн.). Використання майна для оренди не є основною діяльністю підприємства.

Згідно п. 188.1 ст. 188 ПКУ база оподаткування операцій з постачання товарів/послуг визначається виходячи з їх договірної (контрактної) вартості. Відповідно до абз. 2 п. 188.1 ст. 188 ПКУ база оподаткування ПДВ операцій з постачання товарів/послуг не може бути нижчою за ціну придбання таких товарів/ послуг, база оподаткування операцій з постачання самостійно

виготовлених товарів / послуг не може бути нижчою за звичайні ціни, а база оподаткування операцій з постачання необоротних активів не може бути нижчою за балансову (залишкову) вартість за даними бухгалтерського обліку, яка склалася на початок звітного (податкового) періоду, протягом якого здійснюються такі операції – виходячи зі звичайної ціни), за винятком товарів (послуг), ціни на які підлягають державному регулюванню; газу, що постачається для потреб населення [7].

При цьому згідно з п. п. 14.1.71 п. 14.1 ст. 14 ПКУ звичайна ціна – це ціна товарів (робіт, послуг), визначена сторонами договору, якщо інше не встановлено ПКУ. Якщо не доведено зворотне, вважається, що така звичайна ціна відповідає рівню ринкових цін. В цьому пункті також наведено правила визначення звичайної ціни при продажу товарів (послуг) за цінами регульовані державою, продажу на аукціонах, примусових продажів, продажу по форвардних або ф'ючерсних контрактах, а також при укладанні угод, які вимагають обов'язкової професійної оцінки [7].

ДФС в ПК від 05.04.2018 р. № 1443/6/99-99-15-03-02-15/ПК повідомляє, що норми ПКУ (не враховуючи норму для окремих (специфічних) видів операцій):

визначають, що база оподаткування ПДВ операцій постачання самостійно виготовлених товарів / послуг не може бути нижчою за звичайні ціни, які відповідають ринковим;

встановлюють ряд обов'язкових умов відповідності ціни поставки (договірної ціни) ринковою ціною, одним з яких є володіння сторонами достатньою інформацією про ціни, які склалися на ринку ідентичних (а за їх відсутності – однорідних) товарів (робіт, послуг) у порівнянних економічних (комерційних) умовах;

передбачають можливість доведення невідповідності рівню ринкових цін договірної ціни [13].

На цій підставі в листі робиться висновок про те, що в розумінні норм ПКУ звичайною ціною для здійснення розрахунку бази оподаткування ПДВ операцій з поставки самостійно виготовлених товарів/ послуг є ціна, визначена зацікавленими сторонами в цивільно-правовому договорі, яка в свою чергу повинна відповідати ринковій ціні (що склалася на ринку товарів/послуг).

За умовами договору орендна плата становить 4320 грн., у тому числі ПДВ – 720 грн. Для орендодавця здача майна в оренду є основним видом діяльності.

#### Облік у орендаря.

Порядок бухгалтерського обліку операційної оренди в орендаря визначено п. 8 і 9 П (С)БО-14 [6]. Виходячи з норм даних пунктів об'єкт операційної оренди відображається орендарем на позабалансовому рахунку 01 «Орендовані необоротні активи» за вартістю, зазначеною в договорі оренди. Належна за користування об'єктом операційної оренди плата визнається витратами звітного періоду з урахуванням способу одержання економічних вигод, пов'язаних з використанням об'єкта операційної оренди. Тобто орендна плата відноситься в орендаря на рахунки обліку витрат у залежності від того, де

використовуються орендовані необоротні активи: основне виробництво, якщо орендується обладнання для цього виробництва; адміністративні витрати, якщо орендується офіс і т. д.

Вартість об'єкта основних засобів, отриманого в оперативну оренду, у податковому обліку орендаря не відображається. Витрати орендаря на операційну оренду включаються до складу витрат залежно від того, де використовуються орендовані необоротні активи.

При віднесенні сум ПДВ до складу податкового кредиту слід керуватися п. 198.3 ст. 198 ПКУ. Податковий кредит звітного періоду визначається виходячи з договірної (контрактної) вартості товарів/послуг [7].

Розглянемо на прикладі облік орендних операцій у орендаря. За умовами договору орендна плата становить 4320 грн., у тому числі ПДВ – 720 грн.

З припиненням договору орендар повертає об'єкт оренди орендодавцю. Якщо за час оренди у орендаря не було витрат на поліпшення орендованого майна або всі понесені витрати враховані ним у складі витрат звітного періоду та їх відшкодування договором оренди не передбачено, повернення здійснюється наступним чином:

у бухгалтерському обліку об'єкт оренди відображається по кредиту забалансового рахунка 01 «Орендовані необоротні активи»;

у податковому обліку операція з повернення не відображається ні в орендаря, ні в орендодавця.

Порядок повернення залежить від умов договору оренди якщо витрати на модернізацію капіталізовані в бухгалтерському обліку (оприбутковано об'єкт інших основних засобів на рахунку 117) та створено об'єкт основних засобів у податковому обліку.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Підсумовуючи, необхідно зауважити, що на сьогодні операційна оренда є одним із альтернативних методів оновлення техніко-технологічної бази підприємства. Однак орендні відносини та облік орендних операцій потребують удосконалення на законодавчому рівні.

Наведені основні етапи відображення операцій оренди в обліку відповідно до національного законодавства дозволяють розглянути основні методологічні принципи формування в бухгалтерському та податковому обліку інформації про операційну оренду.

Перспективою подальших досліджень є відображення в обліку витрат на поліпшення (ремонт) орендованих об'єктів.

### **Список використаних джерел**

1. Братчук Л. М. Облік орендних операцій в сільськогосподарських підприємствах: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.04 / Л. М. Братчук; Нац. наук. центр «Ін-т аграр. Економіки» УААН. К., 2005. 21 с.

2. Головченко Н. В. Організація і методика обліку орендних операцій: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09 / Н. В. Головченко; Нац. акад. статистики, обліку та аудиту. К., 2011. 18 с.

3. Ніколенко Н. В. Облік та аналіз орендних операцій на підприємствах торгівлі: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09 / Н. В. Ніколенко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ, 2015. 22 с.

4. Головка І. О. Теоретичні аспекти визначення сутності орендних операцій в роздрібній торгівлі // Наук. вісник Херсонського держ. університету. Випуск 6. Ч. 2., 2014. С. 133–136. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_06/100.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/100.pdf)

5. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/page>

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 «Оренда», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 28.07.2000 р. № 181. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00>.

7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>

8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» затверджено наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р., № 290: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/z0860-99>

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Розвиток економіки країни, окремих галузей та суб'єктів господарювання визначено ціллю реформ, що тривають в Україні. Загальне спрямування на розвиток набуває формалізованих вимірів, які і стають безпосередньою метою реформ і слугують одночасно індикаторами досягнення результату через систему показників. Такими результатами широко вважаються загальна зайнятість працездатного населення, яка вимірюється рівнями зайнятості та безробіття. Рівень життя населення, який опосередковано визначається через розмір валового внутрішнього продукту, як правило на одного мешканця чи одиницю території. До наступних вимірів економічного розвитку відносять купівельну спроможність, яка контролюється через розміри середньої заробітної плати, вартість споживчого кошика, вартості енергоносіїв та цілу систему макро- та мікроекономічних цілей та показників, що їх визначають.

Забезпечення зайнятості населення відбувається за рахунок створення нових робочих місць, пенсійних механізмів та через підготовку, відповідно потребам і перспективам розвитку країни, кваліфікованих кадрів, що вимагає розвитку системи освіти. Саме тому важливим завданням є дослідження стану

розвитку системи освіти, визначення механізмів державного впливу на її розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Розвиток системи освіти – це багатокомпонентний процес, який обумовлено історичними змінами розвитку країни в цілому, галузі освіти зокрема. В історичному минулому питання регулювання розвитку галузі освіти, механізми державного впливу, процедури ліцензування досліджувалися багатьма вченими. Зокрема актуальними факторами впливу на вектор розвитку галузі освіти за висновками Третяка Г.С. є залежність від політичної спрямованості [10, с. 6] керівників профільних галузі виконавчих органів влади.

Ліцензування в Україні визначено однією з функцій державного управління, тобто одним із найбільш загальних засобів впливу держави на учасників сфери вищої освіти [11]. Проте за слушними висновками Зубчик О. А. зміст такого впливу та його наслідків для об'єктів, у відношенні яких він здійснюється, належним чином не розкривається [6]. Белова Л. О., Потій О. В. особливу увагу приділяють онтологічним моделям предметної сфери механізмів ліцензування освітньої діяльності та акредитації освітньої програми [7].

На невідповідність процесів ліцензування принципам державного регулювання вказує Деревянко Б. В. [8]. Ліцензування виступає як засіб впливу держави на діяльність навчальних закладів аж до скорочення їх кількості. За основу дослідження обрано нормативну документацію щодо процесу ліцензування. Висновки будуються через пропозиції усунення окремих умов ліцензування і "наголошено на необхідності обов'язкового залишення інших ліцензійних умов" [8, с. 176].

Зверєва Ю. Г. актуалізує необхідність дослідження саме "проблем адміністративної процедури у сфері ліцензування" [9, с. 118], проте зміст аналізу зведено до визначення понять "ліцензування" та "адміністративні процедури" за джерелами адміністративного права без дослідження практичних аспектів реалізації норм.

Таким чином визначено, що питання державного регулювання розвитку закладів освіти досліджено головним чином на рівні теорії тлумачення окремих категорій, законодавчих норм і потребують тісного аналізу практичних аспектів застосування умов ліцензування закладів освіти, спеціальностей, освітніх програм в сучасному вимірі з урахуванням динаміки розвитку нормативного поля, формулювання нових цілей і завдань, що постають перед системою освіти.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Необхідно дослідити умови ліцензування системи освіти як на рівні теорії, так і показати практичні складові застосування постійно змінних нормативів щодо ліцензування та акредитації, що діють в галузі освіти, зокрема вищої.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для створення умов, стимулювання розвитку

всіх суб'єктів економічних відносин, дотримання балансу інтересів держава впроваджує законодавчу, виконавчу, судову діяльність, що в комплексі дій отримало назву державного регулювання економіки. Зміст державного регулювання економіки досягається системою організаційних, економічних, фінансових та управлінських засобів та інструментів. Одним з таких інструментів, що активно використовується для контролю діяльності закладів освіти є ліцензування та акредитація спеціальностей, рівнів, освітніх програм. Причому, принцип пріоритетності захисту прав, законних інтересів, життя і здоров'я людини, навколишнього природного середовища, захисту обмежених ресурсів держави та забезпечення безпеки держави, передбачає, що ліцензування виду господарської діяльності застосовується лише до такого виду, провадження якого становить загрозу порушення прав, законних інтересів громадян, життю чи здоров'ю людини, навколишньому природному середовищу та/або безпеці держави, і лише у разі недостатності інших засобів державного регулювання [1].

Аналіз законодавчого поля, щодо нормування процесів ліцензування сфери вищої освіти в Україні показав, що діє два Закони України, які визначають зміст, загальні правила ліцензування освітньої діяльності. Це Закони України "Про ліцензування видів господарської діяльності" [1] та "Про вищу освіту" [2].

Закон "Про ліцензування видів господарської діяльності" [1] регулює суспільні відносини у сфері ліцензування видів господарської діяльності, визначає виключний перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, встановлює уніфікований порядок їх ліцензування, нагляд і контроль у сфері ліцензування, відповідальність за порушення законодавства у сфері ліцензування видів господарської діяльності. Аналіз принципів державної політики у сфері ліцензування показав, що вимоги ліцензійних умов мають бути однозначними, прозорими та виключати можливість їх суб'єктивного застосування органами ліцензування чи ліцензіатами (стаття 3) [1]. Особливості ліцензування освітньої діяльності визначаються спеціальними законами у сфері освіти, проте механізм їх дії і важелі впливу та контролю з боку органу ліцензування є типовими для всіх видів діяльності, що підлягають ліцензуванню і утворюють систему впливу на суб'єкта господарювання (рис. 1).

Відповідно до статті 24 Закону України "Про вищу освіту" освітня діяльність у сфері вищої освіти провадиться закладами вищої освіти, науковими установами (для підготовки фахівців ступеня доктора філософії) на підставі ліцензій, які видаються центральним органом виконавчої влади у сфері освіти і науки – Міністерством освіти і науки України у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України [2].

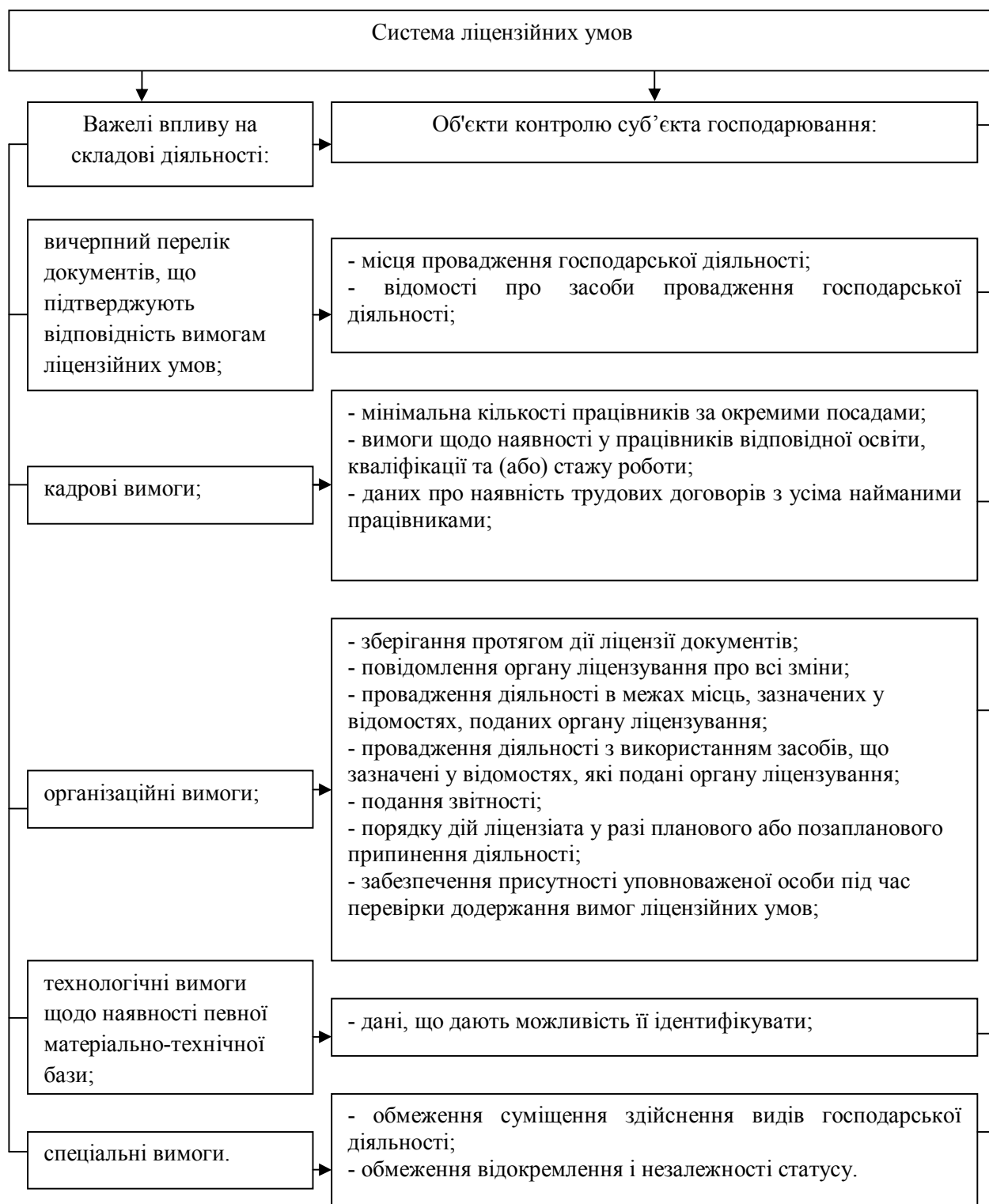


Рис. 1. Вимоги ліцензійних умов до суб'єкта господарювання (складено автором)



Визначено, що передусе отриманню ліцензії проведення ліцензійної експертизи Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти. За результатами експертизи заклад освіти отримує експертний висновок, що надається до міністерства, яке ухвалює рішення про видачу ліцензії. Рішенням може бути відмова у наданні ліцензії з відповідними аргументами (див. рис. 2). Необхідно зазначити, що ліцензії видаються за кожною спеціальністю окремо.

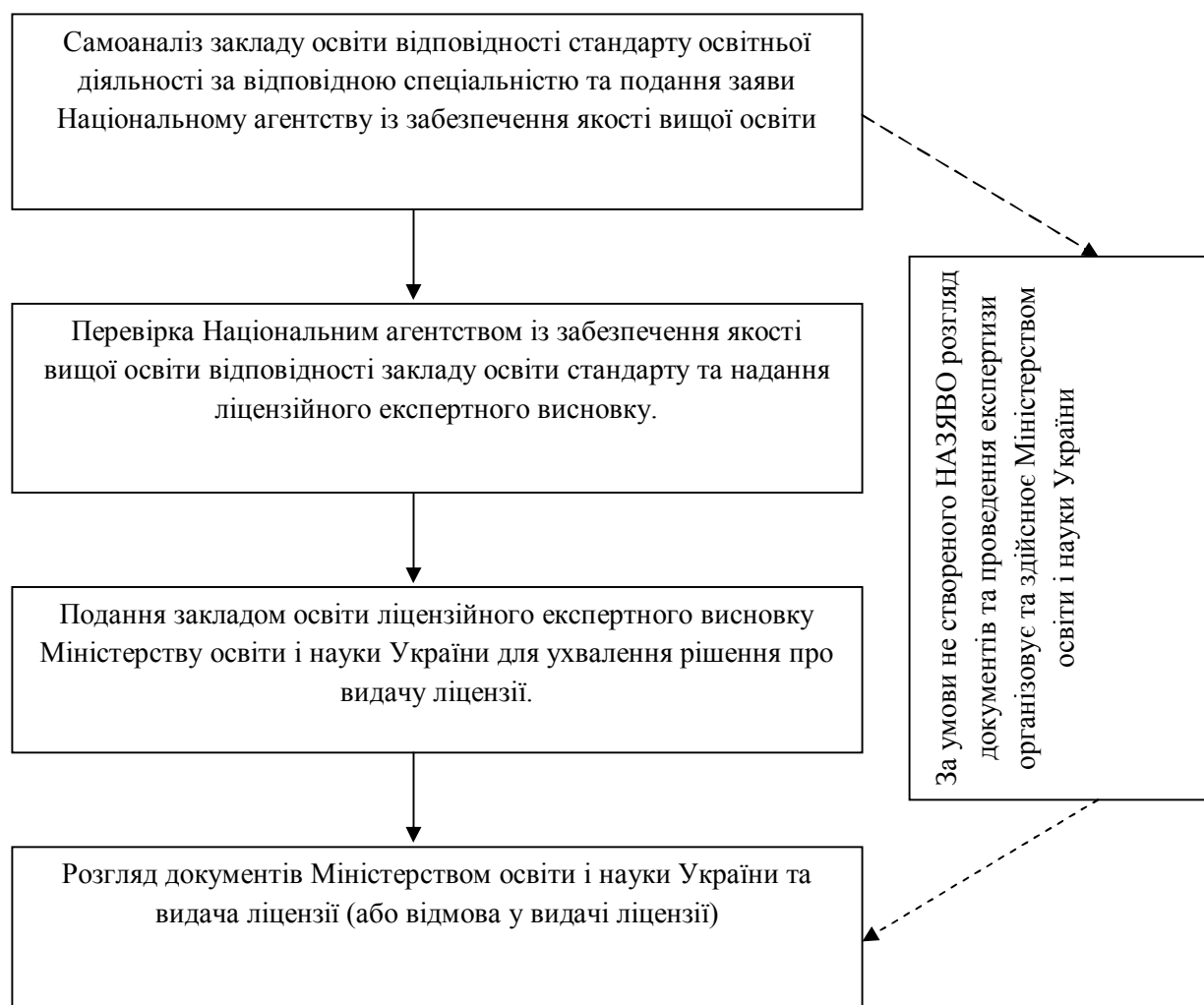


Рис. 2. Схема послідовності дії процедури видачі ліцензії на провадження освітньої діяльності (складено автором)

Державну політику у сфері вищої освіти реалізує центральний орган виконавчої влади у сфері освіти і науки [2] – Міністерство освіти і науки України (МОНУ). Освітня діяльність закладів вищої освіти, що провадиться з метою забезпечення здобуття вищої, післядипломної освіти і задоволення інших освітніх потреб здобувачів вищої освіти та інших осіб реалізується на основі ліцензії, яку видає МОНУ. Ліцензуванням називається процедура визнання спроможності юридичної особи провадити освітню діяльність за певною спеціальністю на певному рівні вищої освіти відповідно до стандартів освітньої діяльності – до встановлених вимог.

Періодичну перевірку відповідності вимог надання освіти до фактичних можливостей навчального закладу називають акредитацією. Встановлено, що акредитації може підлягати як навчальний заклад так і спеціальність або освітня програма. Акредитація вищих навчальних закладів – це офіційне визнання їх права здійснювати свою діяльність на рівні державних вимог і стандартів освіти. За результатами акредитації вищому навчальному закладу надається право присвоювати випускникам кваліфікацію певного рівня і видавати диплом установленого державою зразка.

Таким чином визначено, що необхідною умовою присвоєння кваліфікації та видачі диплома є проходження навчальним закладом, спеціальністю, програмою процедури ліцензування, як передумови набору здобувачів та наступної акредитації, яка фактично є експертизою дотримання закладом освіти ліцензійних умов протягом підготовки здобувачів. Причому, між цими заходами проходить час, що максимально дорівнює часовому відрізку виконання всіх складових підготовки здобувача освіти.

Підготовка здобувачів освіти відбувається безперервно та паралельно з реформою системи освіти. Зміст реформи періодично спонукає до зміни у вимогах до складових забезпечення освітньої діяльності, окремі з яких за своїм змістом істотно впливають на можливість отримання ліцензії або проходження акредитації.

За сукупним впливом на умови ліцензування та акредитації виділено три періоди реформування системи освіти: перший до 2017 року, другий період з 2017 по 2018 роки, третій – з 2018 року. Отримана вперше ліцензія на впровадження освітньої діяльності по певній спеціальності в першому періоді вимагатиме від закладу освіти проходження акредитації в другому періоді або в третьому. Ліцензія, отримана на провадження освітньої діяльності протягом другого періоду вимагатиме акредитації очевидно в третьому періоді. І ліцензія третього періоду потребуватиме акредитації вже після 2018 року.

Кожному з трьох визначених періодів характерні нові вимоги проходження ліцензування, а відповідно і акредитації. Причому, якщо аналізувати умови ліцензування, що почали діяти з 2017 та 2018 років [3], то вони, без прогнозу майбутніх змін, не містять процедурних труднощів. Ліцензіат подає необхідний перелік документів із самоаналізу у встановленому порядку, проходить перевірку відповідності змісту поданих документів і отримує ліцензію при виконанні вимог. І зовсім інший характер впливу отримала процедура акредитації, оскільки заклади освіти опинилися в стані, коли почали миттєво діяти нові умови, що докорінним чином змінили вимоги, в першу чергу, щодо кадрового складу науково-педагогічних працівників, що забезпечують спеціальності, освітні програми.

Аналіз показав, що практично утворилася ситуація, при якій ліцензію заклад освіти отримував за одним набором вимог, а проходити акредитацію, як передумову надання дипломів здобувачам освіти – за іншими. Такий стан можна цілком класифікувати як такий, що суперечить логіці розвитку освіти в Україні, не послідовній політиці держави у сфері вищої освіти. Адже відсутнє сприяння сталому розвитку суспільства шляхом підготовки

конкурентоспроможного людського капіталу та створення умов для освіти протягом життя; державній підтримці підготовки фахівців з вищою освітою для пріоритетних галузей економічної діяльності, напрямів фундаментальних і прикладних наукових досліджень, науково-педагогічної, мистецької та педагогічної діяльності; державній підтримці освітньої, наукової, науково-технічної, мистецької та інноваційної діяльності університетів, академій, інститутів, коледжів [2]. Подібного висновку доходить і Кашперський О., який одну з головних проблем у сфері ліцензування визначає небажанням суб'єктів ліцензування виконувати в повному обсязі передбачені законодавством положення. Органи виконавчої влади, здійснюючи ліцензійне провадження, перекручують ліцензійні умови, встановлюють власні вимоги або ж не виконують умов, визначених законом [5, с. 116].

На неможливість забезпечення рівності при отриманні ліцензії суб'єктами господарювання незалежно від організаційно-правової форми чи форми власності наголошував В. Бахрушин. Щодо університетів застосовується інструмент ліцензування для обмеження конкуренції. Дотримання норм очевидно стає неможливим, якщо орган ліцензування одночасно виконує функції засновника більшої частини суб'єктів ліцензування [4].

Аналіз вимог щодо ліцензування освітньої діяльності та акредитації 2017 р. та 2018 р. [3], показав значне посилення вимог як до груп викладачів, що були задіяні (акредитація) або планують залучатися (ліцензування) в забезпеченні навчального процесу. Зокрема розширено та набув уточнення перелік видів і результатів професійної діяльності особи за спеціальністю, який застосовується до визнання кваліфікації, відповідної спеціальності. З'явилися часові обмеження щодо прийняття окремих критеріїв, зокрема публікацій у виданнях, що індексуються у міжнародних базах даних тощо.

Набули розвитку кількісні обмеження щодо кадрового складу, який прив'язано новими ліцензійними умовами до кількості здобувачів освіти за спеціальністю, освітньою програмою. Узагальнивши ці зміни, зроблено висновок про спонукання регулюючого органу сфери освіти збалансувати кількісне співвідношення науково-педагогічного складу, що працює за спеціальністю та здобувачів освіти за цією ж спеціальністю. Причому навчальним закладам потрібно або збільшувати чисельність викладацького складу із відповідністю зазначеним критеріям або зменшувати кількість здобувачів освіти. Швидко змінити жоден компонент кількісно або якісно практично не можливо. В межах одного населеного пункту залучити до роботи в навчальних закладах на основні місця роботи одночасно співробітників немає звідки. Іти шляхом скорочення студентського контингенту через відмову від прийому до навчального закладу – поставити під загрозу існування закладу освіти в цілому як через скорочення контрактного набору, що виступає джерелом фінансування закладу освіти так і через низьку загальну кількість студентського контингенту в закладі освіти.

Окремо необхідно виділити обмеження стосовно врахування науково-педагогічного працівника до забезпечення кадрових вимог за різними спеціальностями. Такі зміни вмістилися у появі нових інституціональних

одиниць та вимог до них. Ними є "групи забезпечення" освітніх програм в межах спеціальності, "проектні групи", "керівник проектної групи" тощо.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Узагальнивши умови ліцензування та акредитації освітньої діяльності в динаміці їх змін необхідно відзначити загальне посилення вимог до складових забезпечення такої діяльності. Найбільш впливові зміни стосувалися комплексу вимог до кадрового складу навчальних закладів. Враховуючи плинність подій державного регулювання та контролю – ліцензування та акредитації реформи в окремих випадках унеможливають плановість розвитку закладу освіти і присвоєння кваліфікацій здобувачам. Такий стан суперечить Законам, що регламентують умови державного регулювання видів господарської діяльності, зокрема ліцензування закладів вищої освіти.

Аналіз практичних механізмів розвитку умов ліцензування в контексті реформування галузі освіти показав, що не тривалий час не впроваджувало діяльність Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, тому потребує подальшого дослідження розвиток умов ліцензування при сформованості і дієвості всіх регулюючих та контролюючих інституцій в Україні.

### Список використаних джерел

1. Закон України Про ліцензування видів господарської діяльності: за станом на 01.07.2019 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: [http:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19).
2. Закон України Про освіту: за станом на 20.12.2018 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Ліцензійні умови впровадження освітньої діяльності: станом на 10 травня 2018 року [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: [http:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-п](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-п).
4. Бахрушин В. Ліцензування освітньої діяльності – куди рухаємося? [Електронний ресурс] / Освітня політика. – Режим доступу: <http://education-ua.org/ua/articles/465-litsenzuvannya-osvitnoji-diyalnosti-kudi-rukhaemosya>.
5. Кашперський О. Поняття та юридичний зміст ліцензування в Україні // О. Кашперський/ Вісник Академії управління МВС . – 2009. – №3. – С. 114-123.
6. Зубчик О. А. Ліцензування як форма контролю та інструмент державного управління в сфері вищої освіти / О. А. Зубчик // Менеджер. - 2016. - № 1. - С. 71-79.
7. Белова Л. О. Онтологічні виміри якості вищої освіти в контексті механізмів ліцензування освітньої діяльності та акредитації освітніх програм / Л. О. Белова, О. В. Потій // Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України. - 2015. - № 1. - С. 30-36.
8. Деревянко Б. В. Ліцензування як засіб регулюючого впливу держави на діяльність навчальних закладів / Б. В. Деревянко // Форум права. - 2011. - № 4. - С. 167-178.

9. Зверева Ю. Г. Актуальні питання щодо вирішення проблем адміністративної процедури у сфері ліцензування суб'єктів господарювання / Ю. Г. Зверева // Журнал східноєвропейського права. - 2014. - № 2. - С. 118-122.

10. Третяк Г. С. Державне регулювання економіки та економічна політика [Текст]: навч. посіб. / Г. С. Третяк, К. М. Бліщук. – Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. – 128 с.

11. Чечель О. Принципи та механізми державного регулювання економіки [Електронний ресурс] / О. Чечель // Науковий вісник. – 2014. – Вип. 13. – Режим доступу: [http://www.lvivacademy.com/vidavniststvo\\_1/visnik13/fail/Chechel.pdf](http://www.lvivacademy.com/vidavniststvo_1/visnik13/fail/Chechel.pdf).

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ УМОВ ЗАПОЧАТКУВАННЯ ТА ПРОВАДЖЕННЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Державну політику у сфері вищої освіти реалізує центральний орган виконавчої влади у сфері освіти і науки [1] – Міністерство освіти і науки України (МОНУ). Освітня діяльність закладів вищої освіти, що провадиться з метою забезпечення здобуття вищої, післядипломної освіти і задоволення інших освітніх потреб здобувачів вищої освіти та інших осіб реалізується на основі ліцензії, яку видає МОНУ. Ліцензуванням називається процедура визнання спроможності юридичної особи провадити освітню діяльність за певною спеціальністю на певному рівні вищої освіти відповідно до стандартів освітньої діяльності – до встановлених вимог.

Періодичну перевірку відповідності вимог надання освіти до фактичних можливостей навчального закладу називають акредитацією. Встановлено, що акредитації може підлягати як навчальний заклад так і спеціальність. Акредитація вищих навчальних закладів – це офіційне визнання їх права здійснювати свою діяльність на рівні державних вимог і стандартів освіти. Акредитованими можуть бути вищий навчальний заклад у цілому або окремі спеціальності, за якими ведеться підготовка кадрів. За результатами акредитації вищому навчальному закладу надається право присвоювати випускникам кваліфікацію певного рівня і видавати диплом установленого державою зразка.

Таким чином визначено, що необхідною умовою присвоєння кваліфікації та видачі диплома є проходження навчальним закладом, спеціальністю процедури ліцензування та наступної акредитації. Причому, між цими заходами проходить час, що максимально дорівнює часовому відрізку виконання всіх складових підготовки здобувача освіти.

Підготовка здобувачів освіти відбувається безперервно та паралельно з реформою системи освіти. Зміст реформи періодично спонукає до зміни у вимогах до складових забезпечення освітньої діяльності, окремі з яких за своїм

вмістом істотно впливають на можливість отримання ліцензії або проходження акредитації.

За сукупним впливом на умови ліцензування та акредитації можна виділити три періоди реформування системи освіти: перший до 2017 року, другий період з 2017 по 2018 роки, третій – з 2018 року. Отримана вперше ліцензія на впровадження освітньої діяльності по певній спеціальності в першому періоді вимагатиме від закладу освіти проходження акредитації в другому періоді або в третьому. Ліцензія, отримана на провадження освітньої діяльності протягом другого періоду вимагатиме акредитації очевидно в третьому періоді. І ліцензія третього періоду потребуватиме акредитації вже після 2018 року.

Кожному з трьох визначених періодів характерні нові вимоги проходження ліцензування, а відповідно і акредитації. Причому, якщо аналізувати умови ліцензування, що почали діяти з 2017 та 2018 років [2], то вони, без прогнозу майбутніх змін, не містять процедурних труднощів. Ліцензіат подає необхідний перелік документів із самоаналізу у встановленому порядку, проходить перевірку відповідності вмісту поданих документів і отримує ліцензію при виконанні вимог. І зовсім інший характер впливу отримала процедура акредитації, оскільки заклади освіти опинилися в стані, коли почали миттєво діяти нові умови, що докорінним чином змінили вимоги, в першу чергу, щодо кадрового складу спеціальностей, освітніх програм.

Аналіз показав, що практично утворилася ситуація, при якій ліцензую заклад освіти отримував за одним набором вимог, а проходить акредитацію, як передумову надання дипломів здобувачам освіти – за іншими. Такий стан можна цілком класифікувати як такий, що суперечить логіці розвитку освіти в Україні, не послідовній політиці держави у сфері вищої освіти. Адже відсутнє сприяння сталому розвитку суспільства шляхом підготовки конкурентоспроможного людського капіталу та створення умов для освіти протягом життя; державній підтримці підготовки фахівців з вищою освітою для пріоритетних галузей економічної діяльності, напрямів фундаментальних і прикладних наукових досліджень, науково-педагогічної, мистецької та педагогічної діяльності; державній підтримці освітньої, наукової, науково-технічної, мистецької та інноваційної діяльності університетів, академій, інститутів, коледжів [1].

Аналіз вимог щодо ліцензування освітньої діяльності та акредитації 2017 р. та 2018 р. [2], показав значне посилення вимог як до груп викладачів, що були задіяні (акредитація) або планують залучатися (ліцензування) в забезпеченні навчального процесу. Зокрема розширено та набув уточнення перелік видів і результатів професійної діяльності особи за спеціальністю, який застосовується до визнання кваліфікації, відповідної спеціальності. З'явилися часові обмеження щодо прийняття окремих критеріїв, зокрема публікацій у виданнях, що індексуються у міжнародних базах даних тощо.

Набули розвитку кількісні обмеження щодо кадрового складу, який прив'язано новими ліцензійними умовами до кількості здобувачів освіти за спеціальністю, освітньою програмою. Узагальнивши цю зміну, можна зробити

висновок про спонукання регулюючого органу сфери освіти збалансувати кількісне співвідношення науково-педагогічного складу, що працює за спеціальністю та здобувачів освіти за цією ж спеціальністю. Причому навчальним закладам потрібно або збільшувати чисельність викладацького складу із відповідністю зазначеним критеріям або зменшувати кількість здобувачів освіти. Швидко змінити жоден компонент кількісно або якісно практично не можливо. В межах одного населеного пункту залучити до роботи в навчальних закладах на основні місця роботи одночасно співробітників немає звідки. Іти шляхом скорочення студентського контингенту через відмову від прийому до навчального закладу – поставити під загрозу існування закладу освіти в цілому.

Окремо необхідно виділити обмеження стосовно врахування науково-педагогічного працівника до забезпечення кадрових вимог за різними спеціальностями. Такі зміни вмістилися у появі нових інституціональних одиниць та вимог до них. Ними є "групи забезпечення" освітніх програм в межах спеціальності, "проектні групи", "керівник проектної групи" тощо.

Узагальнивши умови ліцензування та акредитації освітньої діяльності в динаміці їх змін необхідно відзначити загальне посилення вимог до складових забезпечення такої діяльності. Найбільш впливові зміни стосувалися комплексу вимог до кадрового складу навчальних закладів. Враховуючи плинність подій державного регулювання та контролю – ліцензування та акредитації реформи в окремих випадках унеможливають плановість розвитку закладу освіти і присвоєння кваліфікацій здобувачам.

### **Список використаних джерел**

1. Закон України Про освіту: за станом на 20.12.18 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Ліцензійні умови впровадження освітньої діяльності: станом на 10 травня 2018 року [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-п>.

## **ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ**

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах реформування галузі освіти, яка втілюється, в першу чергу, в динамічні зміни нормативного поля діяльності підприємств, що пропонують освітній продукт. В стані нестабільної кон'юнктури ринку освітніх послуг, постійного загострення конкуренції між навчальними закладами за абітурієнта, здобувача освіти існує ризик

виникнення невідповідності законодавчого поля умовам перетворень, видозміненню системи освіти.

Змінюються умови діяльності закладів освіти як під дією перетворень всередині країни – внутрішніх чинників, так і зовнішніх. Європейські, Азійські заклади вищої освіти вбачають в українських абітурієнтах своїх студентів. Набувають розвитку механізми академічної мобільності, які для здобувача освіти є благом, а для економічної стабільності українських закладів освіти в сучасному стані довіри до якості освіти з боку закордонного студента, створюють низку не розв'язаних проблем.

Загально визнано на рівні політичних декларацій, що в стані сучасної економічної системи вирішальним фактором розвитку стає інтелектуальний капітал, система знань, які є результатом, продуктом діяльності підприємств – закладів освіти. Освіта, насамперед вища, є фундаментом та гарантією прогресу суспільства. Високий рівень освіченості нації сприяє дієвості економічних і соціальних реформ, створює умови для прогресивної індивідуальної активності особистості [10, с. 169]. Вища освіта як феномен соціокультурної реальності має величезні потенційні можливості щодо збереження та нагромадження знань, духовних цінностей і надбань національної культури, вона відіграє провідну роль в ідентифікації суспільства та є рушійною силою економічного розвитку будь-якої держави [12]. В таких умовах зростає роль держави разом з якістю та дієвістю усіх механізмів державного регулювання діяльності закладів освіти, що потребує дослідження та винайдення ефективних моделей економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Питання законотворення, визначення ступеню дієвості нормативів, їх впливовість на економічний розвиток будь-яких суб'єктів економічної системи є завжди актуальним і, прогнозно, залишатиметься таким постійно. Це спонукає до чисельних досліджень механізмів державного регулювання розвитку різних об'єктів, процесів або економічних систем в цілому, чому присвячено роботи Шестаковської Т. Л. [17], Зарецької Л. М. [10], Антонова А. В. [6].

Питанням розвитку механізмів ліцензування, як інструменту державного регулювання системи освіти в різних аспектах присвячували свої роботи Клімова А. В., Бадинський Л. О. [11], Хмелевська О. М. [15], Ревак І. О. [12] та ін.

Окремо Хромець В. Л. [16] та Деревянко Б. В. [9] досліджували нормативно-правове регулювання діяльності закладів релігійної освіти. Зокрема Хромець В. Л. проведено аналізі процесу формування нормативно-правового забезпечення діяльності закладів вищої духовної освіти в хронологічній рамці 2014- 2016 рр. [16, с. 105]. В основі дослідження доведено існуючу в попередні часи певну відстороненість закладів вищої духовної освіти від решти закладів освіти. Проте "нове освітнє законодавство долає розрив між світською та духовною системами вищої освіти, ставиться своєрідна крапка у невідільницькому розумінні світськості" [16, с. 114]. Деревянко Б. В. вбачає



еталоном високого рівня розвитку країни діяльність "специфічних суб'єктів – надавачів послуг – релігійних навчальних закладів та установ", які потребують окремого адміністративно-правового регулювання [9, с. 25]. Це регулювання має інструментом ліцензування та надання державної підтримки, фінансування окремим закладам освіти з певною релігією, які виконують державні завдання [9].

Увагу дослідників привертає й досвід інших країн щодо державного впливу на розвиток суб'єктів господарювання. Зокрема Біла І. С., Салатюк Н. М., узагальнюючи досвід державного регулювання підприємництва в країнах ЄС, США і Японії, прийшли до висновку, що існуючі відмінності у ролі держави в економіці пов'язані не зі ступенем державного регулювання, а із засобами, які використовуються для його реалізації [7, с. 26].

Хаїдура Г. М., вдавшись до вивчення азійського досвіду державного регулювання дослідницької діяльності закладів вищої освіти, вбачає необхідність державного регулювання через запровадження "обов'язкових процедур оцінювання загальної ефективності кожної новації, що розроблена ВНЗ" [14, с. 142].

Необхідно зазначити, що проблематика державного регулювання досліджується і через аналіз категорійного апарату, що використовується в цій сфері. Цим питанням приділяли увагу Стельмащук Ю. І. [13], Бурик З. [8].

Таким чином, проаналізувавши результати наукових досліджень питань державного регулювання галузі освіти, діяльності закладів освіти, ліцензування освітньої діяльності в Україні, необхідно відзначити відсутність актуальних в часі комплексних досліджень механізмів державного регулювання діяльності саме закладів освіти та аналізу нормативних актів, що визначають цілі, умови, вимоги щодо ліцензування освітньої діяльності як інструменту державного регулювання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Проаналізувати стан розвитку нормативного поля державного регулювання діяльності закладів освіти, зокрема правил ліцензування одного з видів господарської діяльності – освіти у відповідності перспективам реформування галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Способом державного регулювання провадження видів господарської діяльності, спрямованим на забезпечення реалізації єдиної державної політики, захист економічних і соціальних інтересів держави, суспільства та окремих споживачів виступає ліцензування.

Найважливішими причинами, що визначають необхідність державного регулювання освіти є такі: неспроможність надавати освітні послуги в повному обсязі та відповідної якості, невідповідність механізмів державного впливу на галузь освіти інноваційній сутності освітніх процесів і нової ролі галузі освіти в сучасному суспільстві [10, с. 170].

Аналіз законодавчого поля, що регламентує механізм державного регулювання галузі освіти показав, що діяльність закладів освіти, питання ліцензування нормує Закони України "Про ліцензування видів господарської діяльності", він регулює суспільні відносини у сфері ліцензування видів

господарської діяльності, визначає виключний перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, встановлює уніфікований порядок їх ліцензування, нагляд і контроль у сфері ліцензування, відповідальність за порушення законодавства у сфері ліцензування видів господарської діяльності [1]. Стаття 7 вказує на перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню і серед них визначено освітню діяльність, яка ліцензується з урахуванням особливостей, визначених спеціальними законами у сфері освіти.

Необхідно зазначити, що окрема стаття Закону містить перелік видів діяльності суб'єктів господарювання до яких не застосовуються норми, визначені в цьому документі (стаття 2), це фінансова діяльність, регулювання якої здійснює Національний Банк України, виробництво та зберігання тютюну, спирту та палива нормується окремим законом і діяльність в сфері телебачення і радіомовлення також регламентується спеціальним законом.

Таким чином визначено, що дія Закону без жодних виключень поширюється на освітню діяльність, про що вказано в окремій статті і ця ж норма вказує на існування спеціальних законів у сфері освіти. Аналіз змісту Закону України "Про ліцензування видів господарської діяльності" показав, що отримання господарюючим суб'єктом ліцензії фактично являє собою внесення до Єдиного державного реєстру юридичних осіб – закладів освіти запису про право провадження суб'єктом господарювання визначеного ним виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню. Безпосередньо ліцензування здійснює орган ліцензування – орган виконавчої влади, визначений Кабінетом Міністрів України, або уповноважений законом державний колегіальний орган.

Аналіз правил застосування інструменту державного регулювання – ліцензування не може розкрити всі можливості держави щодо регулювання розвитку системи освіти. Державний вплив – це система, яка складається із певних елементів, єдність та взаємодія яких, за висновками Білої І. С., визначають її ефективність та функціональність [7, с. 26]. Проте це один з дієвих механізмів впорядкування суспільно важливих напрямів ведення господарської діяльності.

Заклад освіти для провадження своєї діяльності повинен відповідати набору вимог, які в сукупності мають забезпечити той рівень освіти, який визначено на державному рівні необхідним. Шестаковська Т. Л. визначає роль держави в регулюванні розвитку системи освіти саме в необхідності визначення результатів освіти, яких суспільство та держава бажали б і могли б досягти [17, с. 33]. Встановлено вимоги щодо господарюючих суб'єктів, що планують здійснювати освітню діяльність та визначено принципи формування таких вимог (рис. 1).

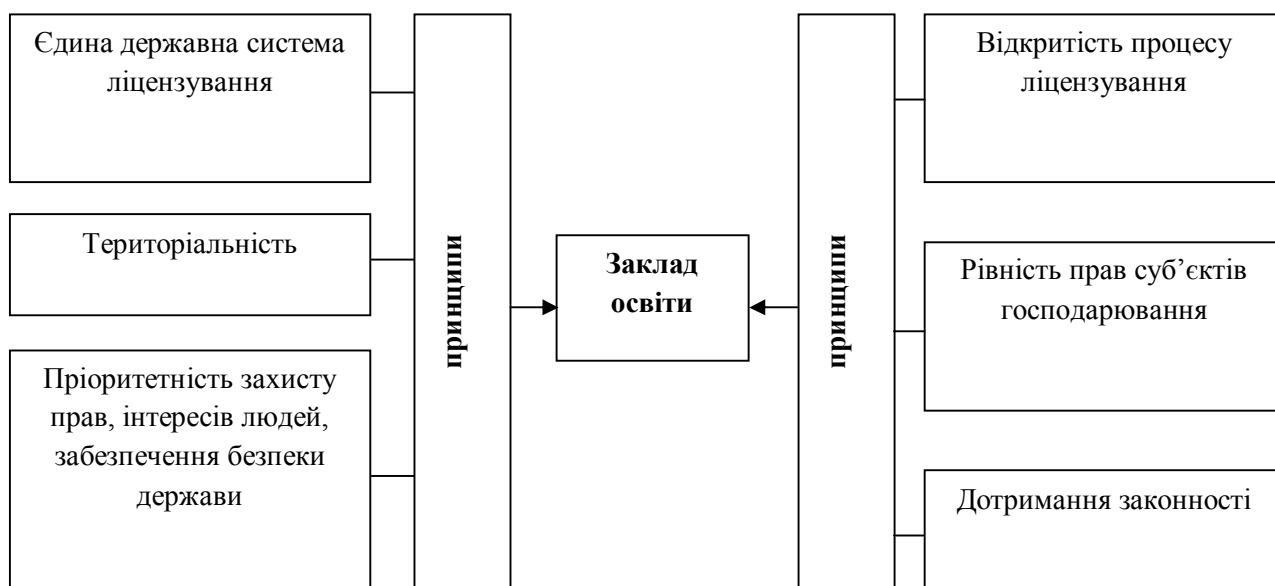


Рис. 1. Принципи ліцензування освітньої діяльності закладів освіти (укладено автором на основі [1])

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України, яким затверджено положення про Міністерство освіти і науки України спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування в галузі освіти є Міністерство освіти і науки України (МОН) [2]. Саме міністерство розробляє основні напрями розвитку сфери ліцензування та вносить на розгляд Кабінету Міністрів України пропозиції щодо її вдосконалення, узагальнює практику застосування нормативно-правових актів з питань ліцензування, погоджує проекти нормативно-правових актів у сфері ліцензування, здійснює методичне керівництво, інформаційне забезпечення, здійснює нагляд [1].

Основним вектором діяльності МОН є реалізація концепції побудови незалежної демократичної держави, яка заснована на державних пріоритетах, до основних Зарецька Л. М. відносить: доступ до освітньої та професійної підготовки всіх, хто має необхідні здібності, мотивацію та відповідну підготовку; використання освіти та професійної підготовки для захисту соціальних інтересів суспільства; зменшення монопольних прав держави в освітній сфері за рахунок створення на рівноправній основі недержавних навчальних закладів [10, с. 171].

Визначено, що МОН, керуючись державними пріоритетами для цілей ліцензування має низку повноважень, які дають можливість сформулювати функції МОН щодо ліцензування освітньої діяльності (рис. 2).

Аналіз нормативного поля діяльності закладів освіти показав, що до завдань МОН віднесено [1] утворення Експертно-апеляційної ради з питань ліцензування. Така рада є постійно діючим колегіальним органом при спеціально уповноваженому органі з питань ліцензування (в галузі освіти – МОН). Для цілей діяльності Експертно-апеляційної ради МОН може залучати на громадських засадах державних службовців, науковців та інших фахівців для одержання консультацій та проведення експертизи документів у сфері

ліцензування, а також запитувати і отримувати інформацію, документи чи матеріали від суб'єктів господарювання.

До обов'язків Експертно-апеляційної ради з питань ліцензування віднесено розгляд апеляцій та інших скарг здобувачів ліцензії, ліцензіатів на дії органу ліцензування або інших заявників щодо порушення законодавства у сфері ліцензування; розгляд звернень МОН щодо проведення позапланових перевірок додержання ліцензіатами вимог ліцензійних умов.

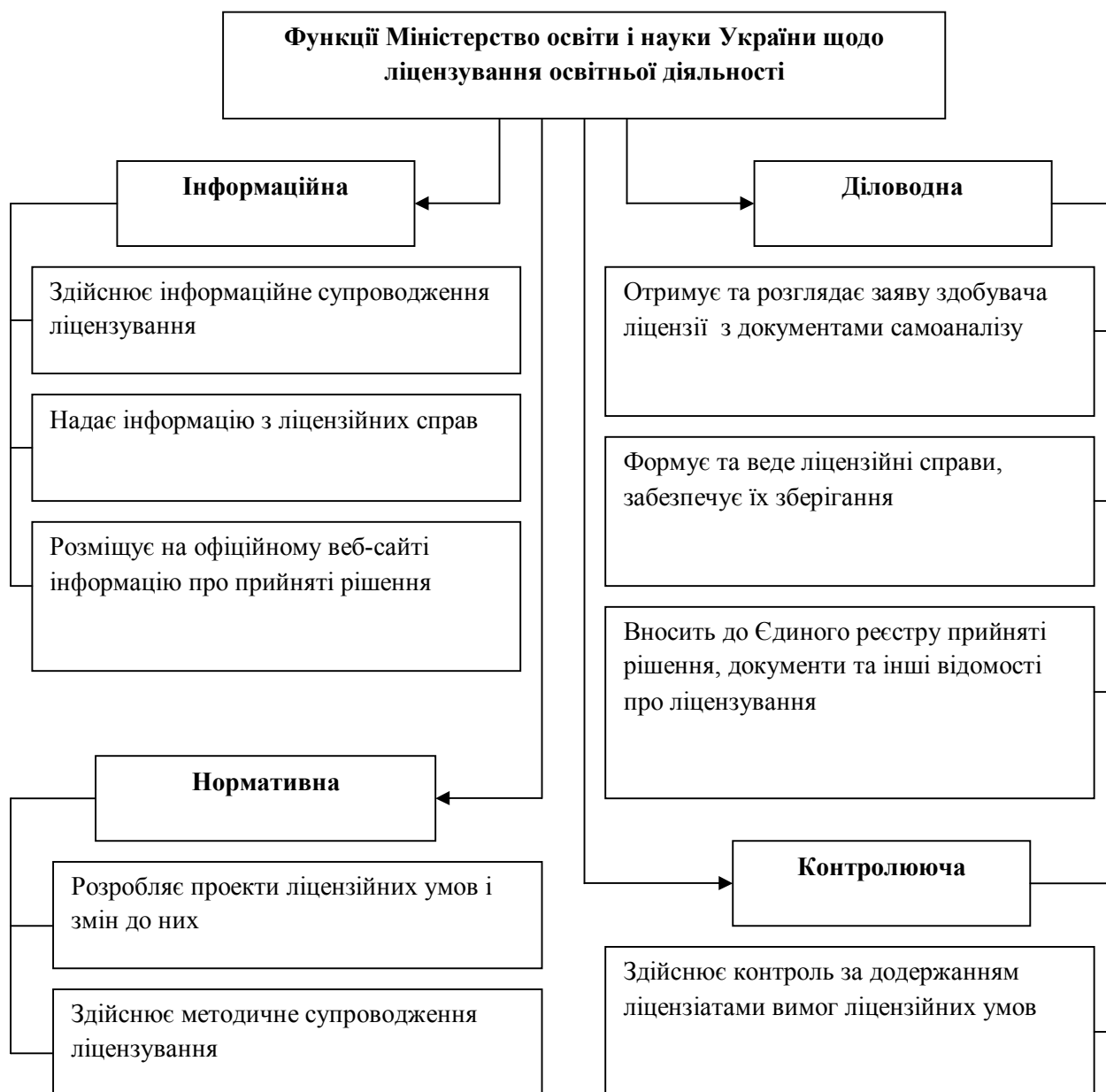


Рис. 2. Функції та повноваження МОН щодо ліцензування освітньої діяльності (визначено автором)

Експертно-апеляційну раду з питань ліцензування наділено низкою прав, які дають можливість членам ради розглядати пропозиції щодо запровадження ліцензування, запитувати у закладу освіти необхідні матеріали для розгляду питань ліцензування. Крім цього, рада може розробляти рекомендації стосовно вдосконалення державної політики у сфері ліцензування,

проводити експертизу проектів нормативно-правових актів або пропозицій у сфері ліцензування [1].

Закон [1] визначає права керівника ради і вказує на механізм формування персонального складу ради, встановлю форму роботи і мінімальну частоту проведення зборів. Деталізовано часові періоди подання апеляційних скарг на розгляд ради, проте, визначено, що Рішення Експертно-апеляційної ради з питань ліцензування щодо розгляду апеляцій або інших скарг здобувачів ліцензії є обов'язковими для розгляду спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування і є підставою для видання спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування розпорядження про задоволення апеляції або про відхилення апеляції, про розгляд скарг. Таким чином, визначено, що рішення ради не носить прямої розпорядчої дії, яка б могла розв'язати питання, порушене в апеляційній скарзі. Рішення ради лише зобов'язує спеціально уповноважений орган з питань ліцензування, яким в галузі освіти є МОН, розглянути скаргу.

Встановлено, що запровадження, скасування, зміна назви виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, ліцензійні умови провадження нового виду господарської діяльності або нової частини виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, набирають чинності у строк, необхідний для приведення суб'єктом господарювання своєї діяльності у відповідність із вимогами ліцензійних умов, але не менш як через два місяці з дня їх прийняття.

Ліцензійні умови закладам освіти та зміни до них розробляються МОН та затверджуються Кабінетом Міністрів України. До найважливіших особливостей, які стосуються процесу запровадження змін віднесено вимогу Закону (стаття 9) [1], яка дає можливість закладам освіти підготуватися до нововведень. У разі внесення змін до чинних ліцензійних умов, які потребуватимуть проведення закладами освіти підготовчої роботи, такі ліцензійні умови або їх окремі положення повинні набувати чинності через певний строк з дня їх опублікування, достатній для проведення таких підготовчих робіт, що не може бути меншим, ніж два місяці. Визначено, що під змінами законодавець розуміє і зміни у переліку документів, який повинен подавати заклад освіти до МОН стосовно процесів ліцензування і на підготовку нової документації також повинен надаватися час не менший ніж два місяці.

Перелік підтвердних документів встановлюється ліцензійними умовами і є виключним, тобто посадовим особам МОН забороняється вимагати від закладу освіти – здобувача ліцензії документи, що підтверджують або спростовують інформацію про нього, які видаються іншими органами державної влади, органами місцевого самоврядування або їх посадовими особами (виписки, витяги, довідки, листи) (стаття 11) [1].

За результатами аналізу норм Закону [1] сформовано модель державного регулювання освітньої діяльності (рис. 3). Модель показує динаміку зміни статусу закладу освіти в процесі виконання умов ліцензування та отримання ліцензії, можливі дії щодо ліцензії та умови на яких вона може бути отримана. Крім цього, модель наочно демонструє напрями регулюючого

впливу МОН на процеси та суб'єктів, пов'язаних із отриманням закладами освіти ліцензій на провадження освітньої діяльності.

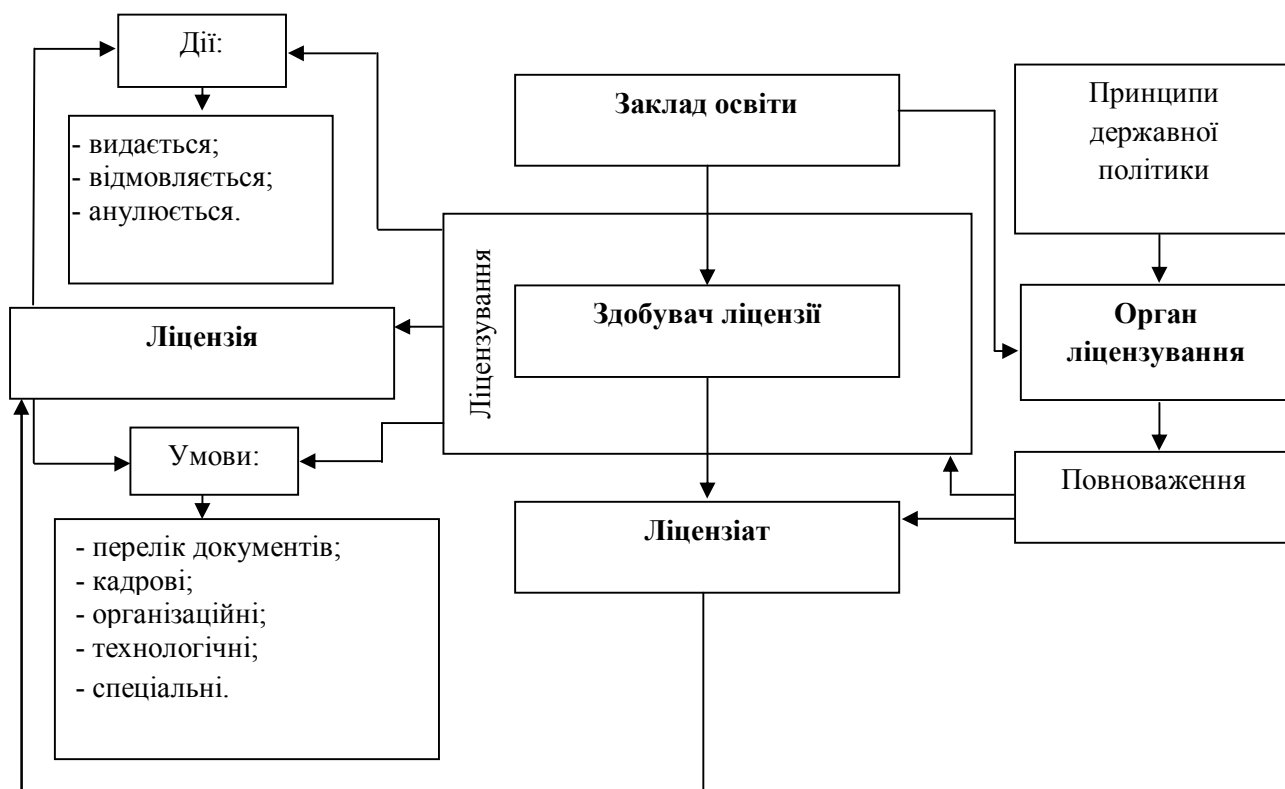


Рис. 3. Модель державного регулювання освітньої діяльності

Аналіз змісту нормативного поля розвитку галузі освіти, діяльності закладів освіти узагальнений на рис. 3 у формі моделі показав, що після ухвалення управлінського рішення керівним складом закладу освіти про впровадження освітньої діяльності та звернення до МОН із відповідною заявою про ліцензування такої діяльності заклад освіти набуває статусу здобувача ліцензії, а період провадження всіх процедур із розглядом питань, проведенням перевірок, експертиз щодо розгляду заяви і супровідних документів, перелік яких визначають ліцензійні умови, має назву ліцензування. Таким чином встановлено, що здобувач ліцензії на провадження освітньої діяльності – це заклад освіти, підприємство, установа та організація, які планують надавати послуги у сфері освіти або проводити іншу діяльність, пов'язану з наданням таких послуг, незалежно від їх підпорядкування і форми власності, які подали до органу ліцензування заяву про отримання ліцензії разом із підтвердними документами згідно з вимогами ліцензійних умов. Під ліцензійними умовами щодо освітньої діяльності розуміється нормативно-правовий акт Кабінету Міністрів України, положення якого встановлюють вичерпний перелік вимог, обов'язкових для виконання закладом освіти, та вичерпний перелік документів, що додаються до заяви про отримання ліцензії. Таким документом в галузі освіти встановлено Ліцензійні умови впровадження освітньої діяльності [4].

Отримавши ліцензію, заклад освіти в зв'язку із процедурою ліцензування отримує назву ліцензіат – це суб'єкт господарювання – заклад

освіти, який має ліцензію на провадження освітньої діяльності. Під ліцензією на провадження освітньої діяльності розуміється запис у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб про рішення МОН щодо надання закладу освіти дозволу на провадження освітньої діяльності, що підлягає ліцензуванню, як засобу державного регулювання провадження господарської діяльності, спрямованому на забезпечення реалізації єдиної державної політики у галузі освіти, захист економічних і соціальних інтересів держави, суспільства та окремих споживачів.

Орган ліцензування – МОН при розгляді справи та ухваленні рішення щодо видачі ліцензії закладу освіти керується принципами державної політики (рис. 3), які наведено в статті 3 Закону [1]. Визначено, що під державною політикою у сфері господарської діяльності розуміють напрям державної політики, спрямований на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та у спосіб, що встановлені Конституцією та законами України [3]. Таким чином визначено, що державна регуляторна політика в частині державного регулювання діяльності закладів освіти виступає інструментом досягнення принципів державної політики.

В загальному розумінні безвідносно до конкретизації галузі, виду діяльності, що підлягає державному регулюванню принципи державної регуляторної політики Законом України "Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності" зведено до наступних: доцільність, адекватність, ефективність, збалансованість, передбачуваність, прозорість та врахування громадської думки (стаття 4) [3]. Вони набувають розширеного тлумачення в сфері ліцензування і ґрунтуються на загальних принципах, до яких віднесено принципи: єдиної державної системи ліцензування; територіальності; дотримання законності; пріоритетність захисту прав, законних інтересів, життя і здоров'я людини, навколишнього природного середовища, захисту обмежених ресурсів держави та забезпечення безпеки держави; рівності прав суб'єктів господарювання; відкритість процесу ліцензування (стаття 3) [1]. Принципи державної політики у сфері ліцензування поширюються на порядок ліцензування, як інструменту економічного впливу на всі види господарської діяльності, в тому числі і освітню діяльність. Державну підтримку діяльності в галузі освіти, що не відповідає наведеним принципам заборонено.

Одним з результатів ліцензування є відмова у видачі ліцензії здобувачу. МОН після встановлення відсутності підстав для залишення заяви про отримання ліцензії без розгляду розглядає її та підтвердні документи з метою встановлення відсутності або наявності підстав для відмови у видачі ліцензії шляхом аналізу підтвердних документів та одержання інформації з державних

паперових та електронних інформаційних ресурсів. У разі встановлення наявності підстав для відмови у видачі ліцензії орган ліцензування приймає обґрунтоване рішення про відмову у видачі ліцензії (рис. 3). Серед підстав, які можуть слугувати причиною відмови у отриманні ліцензії встановлено невідповідність здобувача ліцензії ліцензійним умовам, встановленим для провадження освітньої діяльності або виявлення недостовірності даних у підтвердних документах, поданих закладом освіти.

Під недостовірними даними законодавець розуміє зафіксовану у документах інформацію, наявність якої є обов'язковою, відповідно до ліцензійних умов провадження освітньої діяльності, яка не збігається з даними встановленими на момент подання документів здобувачем ліцензії чи ліцензіатом. Практично можливість визначити розбіжності в даних утворюється під час роботи експертів в закладі освіти, персональний склад яких та строки роботи визначаються окремим наказом МОН та на етапі попередньої перевірки ліцензійної справи інспектором МОН. Необхідно зазначити, що в практиці діяльності МОН не використовується механізм роботи експертів в закладі освіти під час ліцензування, він запускається на етапі акредитації спеціальності, програми або закладу освіти.

Встановлено, що відмова у видачі ліцензії на провадження освітньої діяльності супроводжується наведенням переліку та опису підстав, обґрунтувань, що послугували такому ухваленню рішення. Крім цього, відмова містить пропозиції щодо усунення відповідних недоліків, які мають бути викладені в однозначній, зрозумілій та достатній для виконання закладом освіти формі (стаття 13) [1].

Аналіз нормативного поля ліцензування освітньої діяльності показав, що відмова у видачі ліцензії з визначених причин дозволяє закладу освіти, усунувши їх, звернутися повторно до МОН із заявою про видачу ліцензій. В залежності від причин, які слугували відмові у ліцензії при першому зверненні, повторне звернення закладу освіти можливе або зразу після усунення невідповідностей ліцензійним умовам або через тримісячний строк в разі виявлення розбіжностей у поданих закладом освіти документах до МОН і фактичним станом.

Ліцензія закладу освіти може буту анульована, що означає заборону здійснювати освітню діяльність. Стаття 16 Закону [1] визначає низку підстав позбавлення ліцензіату ліцензії. До узагальнених причин анулювання ліцензії віднесено: власне бажання закладу освіти, рішення МОН, припинення діяльності закладу освіти. Визначено, що рішення МОН щодо анулювання ліцензії на провадження освітньої діяльності передуює одна з наступних основних причин: невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов; повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов; виявлення недостовірності даних у документах, поданих суб'єктом господарювання разом із заявою про отримання ліцензії; відмова ліцензіата у проведенні перевірки органом ліцензування; документальне підтвердження встановлення факту контролю (вирішального впливу) за діяльністю ліцензіата осіб інших держав, що здійснюють збройну агресію проти України.



Ліцензіат може звернутися до Експертно-апеляційної ради у визначений час із апеляцією, що призупиняє ануляцію ліцензії до рішення ради. Рада ухвалює рішення, яке МОН може задовольнити або відхилити. Ухвалення рішення про відхилення апеляції або анулювання ліцензії з причин повторного порушення ліцензійних умов, невиконання розпоряджень щодо усунення порушень цих умов позбавляє заклад освіти ліцензії і не дає можливість її отримати повторно протягом року із часу ухвалення рішення про анулювання ліцензії.

Закон [1] визначає, що строк діяльності ліцензії необмежений (стаття 13) проте за виконанням ліцензійних умов ліцензіатом здійснюється контроль, який відбувається у формі планових та позапланових перевірок (стаття 18), проведення яких визначено у Порядку проведення спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування планових та позапланових перевірок додержання органами ліцензування вимог законодавства у сфері ліцензування [5]. Встановлено, що планова перевірка проводиться не частіше одного разу на рік, а позапланова має причинами недодержання вимог ліцензійних умов ліцензіатом.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Встановлено, що дія Закону України "Про ліцензування видів господарської діяльності" без жодних виключень поширюється на освітню діяльність. Основним інструментом державного регулювання освітньої діяльності, спрямованим на забезпечення реалізації єдиної державної політики, захист економічних і соціальних інтересів держави, суспільства та окремих споживачів визначено ліцензування.

Встановлено вимоги щодо господарюючих суб'єктів, що планують здійснювати освітню діяльність, визначено принципи формування таких вимог, визначено функції МОН щодо ліцензування освітньої діяльності.

Сформовано модель державного регулювання освітньої діяльності, яка показує динаміку зміни статусу закладу освіти в процесі виконання умов ліцензування та отримання ліцензії, можливі дії щодо ліцензії та умови на яких вона може бути отримана. Крім цього, модель наочно демонструє напрями регулюючого впливу МОН на процеси та суб'єктів, пов'язаних із отриманням закладами освіти ліцензій на провадження освітньої діяльності.

Потребують подальшого дослідження стратегічні напрями розвитку галузі освіти, зафіксовані у концепції та стратегії розвитку освіти в Україні в порівнянні з їх реалізацією в умовах ліцензування освітньої діяльності та практичною ефективністю.

### **Список використаних джерел**

1. Закон України Про ліцензування видів господарської діяльності: за станом на 01.08.2019 [Електронний ресурс]/ Верховна Рада України. – Режим доступу: [http:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19).
2. Про Міністерство освіти і науки України: Постанова Кабінету Міністрів України від 16 жовтня 2014 р. № 630 // Урядовий кур'єр. – 2014. – 31 грудня. – № 225.

3. Закон України Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: за станом на 01.08.2019 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>.

4. Ліцензійні умови впровадження освітньої діяльності: станом на 10 травня 2018 року [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-п>.

5. Про затвердження Порядку проведення спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування планових та позапланових перевірок додержання органами ліцензування вимог законодавства у сфері ліцензування: Постанова Кабінету Міністрів України від 16 березня 2016 р. № 182 // Урядовий кур'єр. – 2016. – 20 квітня. – № 75.

6. Антонов А. В. Державне регулювання процесу активізації академічної мобільності / А. В. Антонов // Вісник національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління. - 2015. - Вип. 2. - С. 50-60.

7. Біла І. С. Світовий досвід державного регулювання підприємництва / І. С. Біла, Н. М. Салатюк // Проблеми економіки. - 2014. - № 1. - С. 26-30.

8. Бурик З. Трактують сутності понять: сталий розвиток, державне управління, державне регулювання, державне регулювання сталого розвитку / З. Бурик // Теоретичні та прикладні питання державотворення. - 2017. - Вип. 21. - С. 10-19.

9. Дерев'янко Б. В. Питання правового регулювання діяльності закладів релігійної освіти у європейських державах / Б. В. Дерев'янко // Бюлетень Міністерства юстиції України. - 2012. - № 11. - С. 24-30.

10. Зарецька Л. М. Державне регулювання сфери вищої освіти / Л. М. Зарецька, О. А. Кулініч // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. - 2015. - Вип. 2. - С. 168-179.

11. Клімова А. В. Ліцензування як інструмент державного регулювання підготовки іноземців у закладах вищої освіти України / А. В. Клімова, Л. О. Бадинський // Вісник національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки. - 2017. - Вип. 3. - С. 38-46.

12. Ревак І. О. Вища освіта в структурі інтелектуального потенціалу України: стан і перспективи розвитку / І. О. Ревак // Проблеми економіки. - 2014. - № 4. - С. 133-140.

13. Стельмащук Ю. І. Державне регулювання розвитку соціально-гуманітарної сфери: термінологічний інструментарій / Ю. І. Стельмащук // Інвестиції: практика та досвід. - 2016. - № 20. - С. 93-97.

14. Хаїдура Г. М. Перспективи використання азійського досвіду державного регулювання дослідницької діяльності закладів вищої освіти в Україні / Г. М. Хаїдура // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2017. - Вип. 12(2). - С. 139-144.

15. Хмелевська О. М. Основні трансформаційні зрушення у системі вищої освіти в Україні / О. М. Хмелевська // Демографія та соціальна економіка. - 2014. - № 2. - С. 21-33.

16. Хромець В. Л. Нормативно-правове регулювання діяльності закладів вищої духовної освіти в умовах нового освітнього законодавства України / В. Л. Хромець // Освітній дискус. Гуманітарні науки. - 2018. - Вип. 6. - С. 104-116.

17. Шестаковська Т. Л. Державне регулювання системи освіти в умовах ринкової економіки / Т. Л. Шестаковська, Н. І. Холявко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. - 2016. - Вип. 16(3). - С. 32-35.

## **ОБЛИВОСТІ ІНТЕГРАЦІЇ ПЛАТФОРМИ OPEN CONFERENCE SYSTEMS У НАУКОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Постановка проблеми. Наукова і науково-технічна діяльність у закладах вищої освіти є невід'ємною складовою освітньої діяльності і здійснюється з метою інтеграції наукової, навчальної і виробничої діяльності в системі вищої освіти.

Україна має значні проблеми із проведенням ефективної наукової, науково-технічної та інноваційної політики. Стан наукової, науково-технічної сфери за ці роки різко погіршився: скорочено обсяг замовлень на наукову та науково-технічну продукцію, скоротилася кадрова та матеріальна база проведення досліджень та розробок, різко зменшилася результативність самої науки [1].

Аналіз останніх досліджень. Міжнародні дослідження якості вищої освіти засвідчують, що показники якості вищої освіти України є доволі неоднорідними. З одного боку за кількісним показником – охоплення вищою освітою – Україна перебуває в числі перших 10-15 країн світу. Доволі високі показники має математична і природнича освіта – Україна посідає тут місце не нижче 50-го. За якістю освіти з менеджменту місце України коливається біля сотого.

Питанням подібної до OCS системи займався О. М. Спірін. У своїй роботі він відзначив, що аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду дозволив виокремити основні напрями використання Open Journal Systems для інформаційної підтримки наукової діяльності, а саме:

- оприлюднення та розповсюдження результатів наукових досліджень;
- створення і підтримки репозиторіїв бібліотек вищих навчальних закладів;
- розвиток науково-освітнього простору навчального закладу;
- збереження та доступу до наукових ресурсів через хмарні сервіси.

Вищими вітчизняними та закордонними навчальними закладами ця програмна платформа, серед іншого, починає активно застосовуватися для інформаційної підтримки організації підготовки студентів та розгортання студентських наукових журналів.

Напрями подальших розвідок вбачаємо в розробленні організаційно-педагогічної моделі впровадження електронних відкритих журнальних систем у процес науково-педагогічних досліджень [3].

Формулювання цілей статті. Одним із найголовніших аспектів процесу інформатизації, є використання програмного забезпечення та інструментів. Саме тому, питання переходу на вільне програмне забезпечення в останній час усе частіше виникає як у колах користувачів, так і на рівні виконавчої та законодавчої влади.

Open Conference Systems – це система відкритих конференцій, що є одним із найпоширеніших безкоштовних інструментів веб-публікації, що дозволяє значно підвищити якість та зручність проведення наукових конференцій, а також забезпечує повну веб-присутність її учасників.

Саме тому основними завданнями є аналіз головних аспектів використання системи відкритих конференцій, переваг та доцільності її використання у науковій діяльності закладів вищої освіти.

Основна частина. Систему Open Conference Systems було створено у рамках дослідницького проекту Public Knowledge Project (рис. 1).

Public Knowledge Project (PKP) – некомерційний дослідницький проект, що займається просуванням ідеї відкритості наукових публікацій, в рамках якого були створені відкриті програмні продукти, такі як Open Journal Systems і Open Conference Systems [10].

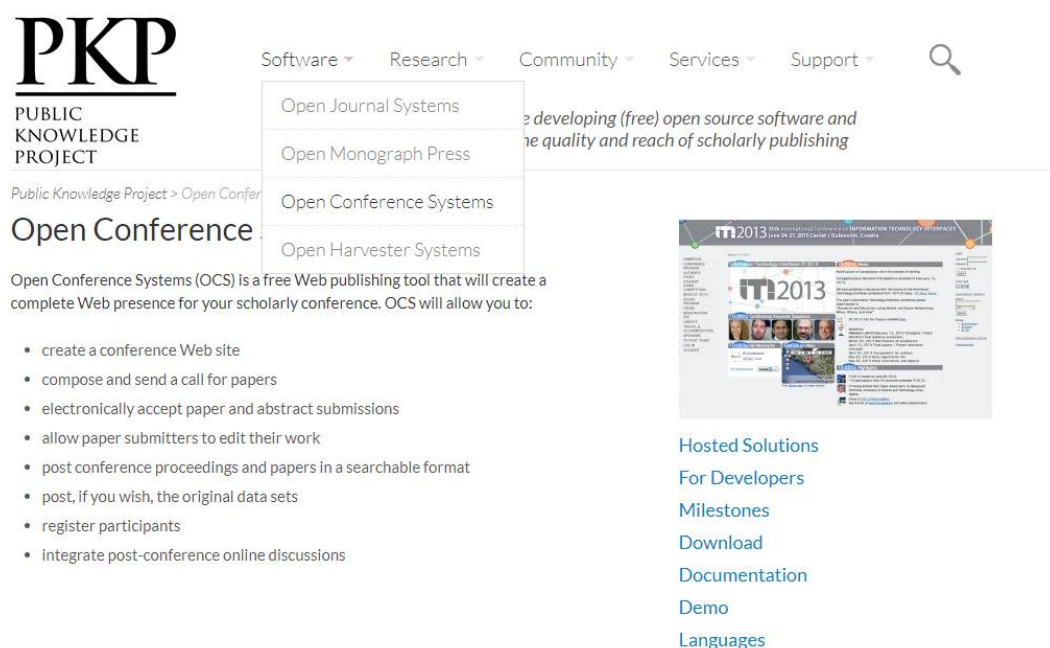


Рис. 1. «Офіційна сторінка проекту Public Knowledge Project»

Проект РКР розробив безкоштовний, відкритий програмний продукт для управління, публікації і каталогізації журналів Open Journal Systems, конференцій Open Conference Systems і монографій Open Monograph Press.

Основними програмними продуктами PKP є: Open Journal Systems, Open Conference Systems, Open Archives Harvester і Open Monograph Press. OJS використовується для публікації результатів наукових досліджень, OCS – для організації конференцій і публікації їх результатів, Harvester – для упорядкування та індексування метаданих публікацій.

Public Knowledge Project співпрацює з великою кількістю партнерів, зацікавлених в доступних наукових дослідженнях, таких як Міжнародна мережа доступних наукових публікацій (INASP) для розробки навчально-дослідних порталів в Африці, Бангладеш, Непалі, і В'єтнамі.

Наукова діяльність – інтелектуальна творча діяльність, спрямована на одержання і використання нових знань. Основними її формами є фундаментальні та прикладні наукові дослідження (Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність») [12].

Наукова методологія, яку використовують учені, включає узагальнення добре перевірених фактів, застосування абстрактних понять, генерування і перевірку гіпотез, створення теорій як фактів загальнішого рівня, розвиток наукового опису, починаючи з добре вивченого, у бік непізнаного [13].

Open Conference Systems (OCS) – це безкоштовний інструмент веб-публікації, який створить повну веб-присутність для вашої наукової конференції. OCS дозволить вам:

- створити веб-сайт конференції;
- розсилати запрошення учасникам;
- в електронному вигляді приймають паперові та абстрактні матеріали;
- надавати редакторам права редагувати свою роботу;
- отримувати доповіді про роботу конференції та документи в форматі, що піддається пошуку;
- реєструвати учасників;
- інтегрувати онлайн-дискусії після конференції.

Одна платформа здатна підтримувати роботу декількох конференцій, а кожної конференції – декілька років. Всі конференції мають унікальні URL, а також власний дизайн.

Система налаштування прав дозволяє призначити як єдиного керівника для конференції, так і команду людей з відмінними повноваженнями для різних аспектів конференції.

Використання видавничих систем при проведенні електронних конференцій є доцільним як з точки зору оптимальності технічного рішення реалізації даної задачі, так і дозволяє значною мірою автоматизувати роботу організаційного комітету конференції [14].

Використання системи відкритих конференцій Open Conference Systems у науковій діяльності університету дозволить значно підвищити якість та зручність проведення наукових конференцій та забезпечуватиме повну веб-присутність її учасників. Це відкрите рішення для управління публікаціями наукових конференцій в Інтернеті. OCS – дуже гнучка платформа управління видавничою системою, яку можна завантажити безкоштовно і встановити на локальному Веб-сервері. Вона була розроблена, щоб скоротити час на

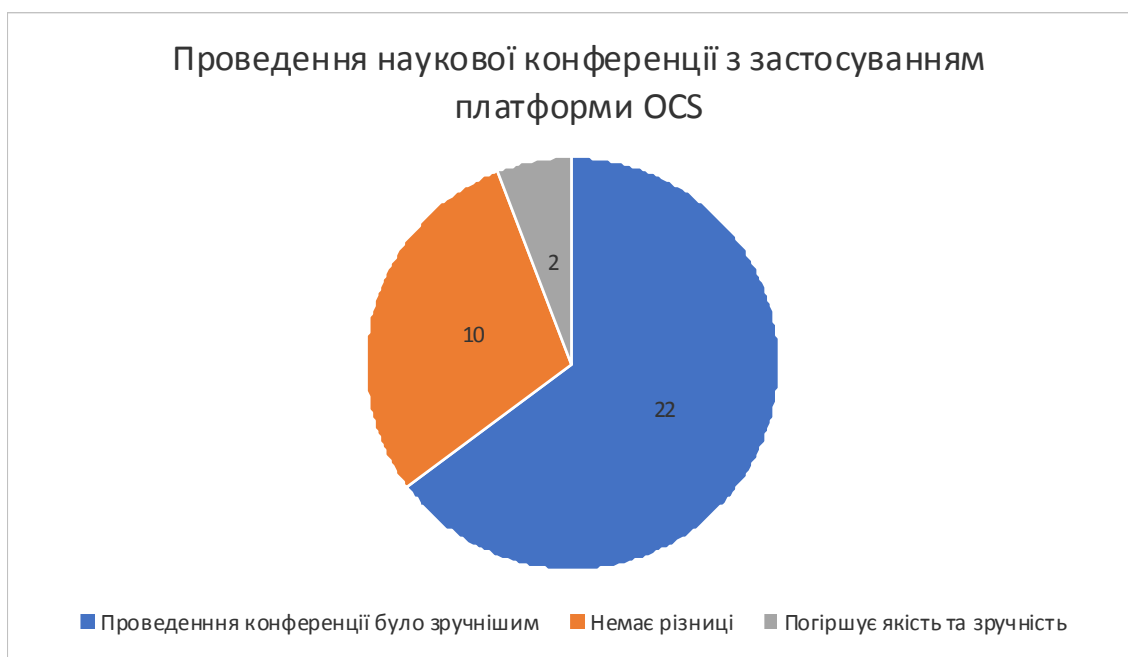
виконання управлінських завдань, пов'язаних з проведенням конференцій. До того ж, платформа має гнучкий інтерфейс, який можна підстроїти під конкретну організацію чи конференцію.

Використання системи відкритих конференцій OCS надаватиме такі можливості:

1. Створення власного веб-сайту відкритих конференцій.
2. Керування конференціями, які відбуваються більше одного разу (наприклад, щорічно).
3. Складання та відправлення відгуків до робіт.
4. Віддалене приймання робіт до конференції.
5. Редагування власної роботи авторами.
6. Проведення експертних оцінок.
7. Публікація матеріалів конференції та документів у потрібному форматі з можливістю виконання пошуку.
8. Планування проведення конференцій.
9. Розміщення оригіналів наукових робіт та інших матеріалів конференції.
10. Реєстрація учасників, включаючи прийом платежів.
11. Організація онлайн-дискусії після конференції.
12. Використання системи шаблонів електронної пошти.
13. Підтримка декількох мов з файлами локалізації.
14. Користування перевагами більш адаптованого, масштабованого та безпечного вільного програмного забезпечення [15].

Для виявлення рівня якості, зручності та доцільності використання системи відкритих конференцій OCS, застосовувався метод анкетування серед учасників конференції, яку було проведено за допомогою ресурсів системи «Open Conference Systems».

Було опитано 36 респондентів із 38 учасників наукової конференції. Згідно результатам анкетування, більшість респондентів (22 людини чи 61,11%) відмітила, що проведення подібної конференції із застосуванням системи «Open Conference Systems» дійсно є зручним. 10 респондентів, тобто 27,78%, відповіли, що не бачать різниці між проведенням конференції з застосуванням системи OCS та без застосування. 2 людини, тобто 5,56% респондентів, відмітили, що проведення конференції з застосуванням ресурсу OCS, навпаки, погіршує якість та зручність проведення подібних заходів (Діаграма 1).



Діаграма 1. Результати опитування респондентів щодо проведення наукової конференції з застосуванням платформи OCS

Висновки. Судячи за результатами проведеного анкетування, використання платформи відкритих конференцій Open Conference Systems дійсно дозволить значно підвищити якість та зручність проведення наукових конференцій та забезпечуватиме повну веб-присутність її учасників.

Як результат роботи, було доведено доцільність інтеграції системи відкритих конференцій Open Conference Systems під час проведення наукових конференцій у закладах вищої освіти. Крім того, що ця платформа надає багато можливостей в управлінні видавничою системою, вона ще й значно підвищити якість та зручність проведення наукових конференцій та забезпечуватиме повну веб-присутність її учасників.

#### Список використаних джерел

1. Верещага, В. М., Кучеренко В. В., Павленко, О. М. Спосіб розростання чарунок. Прикладна геометрія, дизайн та об'єкти інтелектуальної власності: матеріали II-ї Міжнар. наук.-практ. конф. студ-тів, аспірантів та молодих вчених (2). – 2013, с. 13-17.
2. Верещага, В. М., Адоньєв Є.О., Павленко О.М. Спосіб згортання (розгортання) чарунок // Сучасні проблеми моделювання. – 2016. – №. 7. – С. 32–38.
3. Верещага В.М., Конопацький Є.В., Павленко О.М. Визначення площі, обмеженої топографічною замкненою плоскою кривою // Науковий журнал: комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво. – 2015.
4. Павленко, О. М. Геометричне моделювання вертикального планування горизонтальної земельної ділянки засобами точкового БН-числення: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук: спец. 05.01.01 / МДПУ імені Б. Хмельницького. – Мелітополь, 2017. – 24 с.

5. Dublin descriptors. The European qualifications framework of higher education. 2014, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.tempus-russia.ru/Tem-pus-3call.pdf](http://www.tempus-russia.ru/Tem-pus-3call.pdf).

6. Досвід використання програмної платформи Open Journal Systems для інформаційно-комунікаційної підтримки науково-освітньої діяльності — Спірін О.М. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lib.iitta.gov.ua/708594/2/1910-7974-1-CE.pdf>.

7. Свободное программное обеспечение [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://esm-journal.ru/docs/SPO-svobodnoe-programmnoe-obespechenie.aspx>.

8. Вільне програмне забезпечення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [uk.wikipedia.org/wiki/Вільне\\_програмне\\_забезпечення](http://uk.wikipedia.org/wiki/Вільне_програмне_забезпечення).

9. Головна сторінка проекту GNU [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gnu.org/>.

10. Сторінка проекту OJS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pkp.sfu.ca/ojs>.

11. Вільне програмне забезпечення. Public Knowledge Project [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [ru.wikipedia.org/wiki/ПКР](http://ru.wikipedia.org/wiki/ПКР).

12. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19>.

13. Використання платформи Open Conference Systems для проведення електронних конференцій на базі вищого навчального закладу — Степура О.С. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/3807/1/I\\_Stepura\\_OD\\_6\\_NDLIO.pdf](http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/3807/1/I_Stepura_OD_6_NDLIO.pdf)

1. Верещага В.М. Спосіб розростання чарунок / В.М. Верещага, В.В. Кучеренко, О.М. Павленко // Матеріали II-ї міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Прикладна геометрія, дизайн та об'єкти інтелектуальної власності». – К.: Дія, 2013. – Випуск 2. – С. 13-17.

2. Верещага, В. М., Адоньєв Є.О., Павленко О.М. Спосіб згортання (розгортання) чарунок. Сучасні проблеми моделювання. 2016. Вип. №. 7. С. 32–38.

3. Верещага В.М., Конопацький Є.В., Павленко О.М. Визначення площі, обмеженої топографічною замкненою плоскою кривою. Науковий журнал: комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво, 2015.

4. Верещага В. М., Конопацький Є. В. Визначення площі, обмеженої топографічною замкненою плоскою кривою //Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництва. – 2015. – №. 20. – С. 119-123.

5. Павленко О. М. Застосування способу розростання чарунок для реконструкції дискретно представлених поверхонь //Прикладна геометрія та інженерна графіка. – 2013. – Т. 2. – №. 16. – С. 34-41.

6. Павленко О. М. Геометричне представлення властивостей метричного оператора трьох точок прямої //Сучасні проблеми геометричного моделювання:



зб. пр. XVII Міжнар. наук.-практ. конф. – МДПУ ім. Б. Хмельницького, Мелітополь, 2015. – С. 77-81.

7. Павленко О. М. Згладжування як основний метод аналізу часових рядів //Сучасні проблеми модернізації та структурних трансформацій економіки України і регіонів: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Запоріжжя, 2015. – С. 78-85.

8. Павленко О. М., Баркалов С. І. Що таке Microsoft Windows Insider Program та чим вона може бути корисною для ІТ-фахівця та звичайного користувача? //Інформаційні технології в моделюванні: матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених. – МНУ імені ВО Сухомлинського, Миколаїв, 2018. – С. 158-162.

9. Павленко О. М. Побудова великих проектів та основні властивості підпрограм в середовищі Object Pascal //Інституціональне перетворення в суспільстві: світовий досвід і українська реальність: матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф. – МІДМУ «КПУ», Мелітополь, 2014. – С. 53-56.

10. Павленко О. М. Умова розташування трьох точок на одній прямій у точковому БН-численні //Соціально-економічний розвиток України: сучасність та перспективи: зб. наук. пр. учасників XV Міжнар. наук. конф. молодих учених та студентів. – Мелітополь, 2015. – С. 64-71.

11. Павленко О. М. Застосування інформаційних технологій для реалізації методики аналізу еколого-економічної ефективності природоохоронної діяльності //Екологія-філософія існування людства: зб. наук. пр. II наук.-практ. конф. – Мелітополь, 2015. – С. 23-27.

12. Павленко О. М. Умови встановлення кінцевих точок на мапі рельєфу //Иновационные технологии в кооперативном образовательном процессе: материалы Междунар. заочной науч.-практ. конф., посвященной 40-летию Саранского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации. – Саранск, 2016. – С. 310-316.

13. Павленко О. М. Основні принципи та стандарти побудови локальних обчислювальних мереж //Кооперація в системі общественного воспроизводства. – 2013. – Т. 2. – С. 267-270.

14. Павленко О. М. Геометричне моделювання вертикального планування горизонтальної земельної ділянки засобами точкового БН-числення : дис. – Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, 2017.

15. Верещага В. М., Адоньєв Є. О., Павленко О. М. Спосіб згортання (розгортання) чарунок //Сучасні проблеми моделювання. – 2016. – №. 7. – С. 32-38.

16. Павленко О. М. Застосування способу розростання чарунок для реконструкції дискретно представлених поверхонь //Прикладна геометрія та інженерна графіка. – 2013. – Т. 2. – №. 16. – С. 34-41.

## РОЗДІЛ 3

### МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ, ОРГАНІЗАЦІЙ ТА РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС

*З. В. Щєбликіна, В. І. Чижова, Л. Г. Ярова*

#### СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ

Сучасні технології розвиваються швидкими темпами, світова економіка має всі ознаки глобального характеру і останнім часом зазнала значних змін. Завдяки інформатизації суспільства та досягненням науково-технічного прогресу географічні та культурні відстані між країнами значно скоротилися. Це розширює можливості та дає змогу підприємствам значно збільшити географічне охоплення ринків, обсяги виробництва та продажів.

Освоєння світових, європейських ринків продукції, товарів та послуг українськими підприємствами, які не лише намагаються продавати на міжнародних ринках якомога більше товарів, що виробляються всередині країни, але й купують за кордоном значну кількість комплектуючих та сировини, потребує нових форм та підходів до розроблення ефективних стратегій маркетингу.

Теоретичні аспекти розвитку маркетингу досліджували вітчизняні вчені, а саме С.В. Близнюк [1], М.А. Окландер [2], О.О. Піскун [3], А.В. Череп [4] та інші. Зважаючи на безсумнівну цінність наукових досліджень, на нашу думку, питання щодо уточнення окремих тенденцій розвитку маркетингу мають дискусійний характер, що і обумовило мету дослідження.

Головними тенденціями, що стосуються маркетингу в Україні, є зростаючий вплив маркетингу на всі сфери людської діяльності, зміни в суспільстві, свідомість і поведінку людини. Ці тенденції вимагають постійної фахової уваги, яка дає змогу удосконалювати наявні маркетингові стратегії та технології, адаптувати їх до нових умов, а також переосмислювати місце і роль маркетингової діяльності у сучасному світі та на перспективу.

Маркетинг як економічний процес забезпечує контакт виробника і споживача, сприяє раціональній орієнтації суспільного виробництва та відтворення, забезпечує ефективність обмінів між учасниками на ринку [3].

Сьогодні не варто вкладатися в маркетингові програми, які стануть нав'язувати товари і послуги, замовник досить обізнаний в тому, що йому потрібно.

Підприємці повинні зосередитися на побудові позитивної бізнес-культури і наданні виключно якісних послуг, а маркетологи зобов'язані трансформувати бізнес-ідеї в адекватні маркетингові стратегії для забезпечення відмінного обслуговування клієнтів, яке змусить покупців повертатися за новими замовленнями. Зростання корисного та вільно доступного контенту

дало споживачам більше можливостей, вони активні і не чекають порад від продавців, що для них краще, а замість цього вони шукають інформацію в Інтернеті, читають відгуки та оцінюють пропозицію перед покупкою. Вони перестали залежати від консультантів і можуть заздалегідь вивчити пропонований на ринку продукт, тому маркетологи повинні запропонувати щось більше, ніж інформацію.

Клієнтський досвід вже давно є найпопулярнішим виразом в маркетингових колах, адже зручність при покупці, компетентне і доброзичливе обслуговування, зручні способи оплати – ось що споживачі цінують у своєму досвіді взаємодії з компаніями.

Щоб домогтися цього, маркетологам потрібні: сучасні технології, що спираються на дані про процес покупки; персоналізація комерційної пропозиції; мобільні технології для оперативного контакту з клієнтом; сильний імідж бренду у свідомості споживачів; дизайн продукту, що відповідає запитам покупців.

Сучасний бізнес важко уявити без конкретних цілей і програми зрозумілих маркетингових комунікацій. Саме планування маркетингу стало невід'ємною частиною ведення бізнесу.

Маркетинговий план фіксує цілі та визначає тактику просування бізнесу на ринок, яка буде спиратися на контент-маркетинг, SEO, Email-розсилки, соціальні мережі, контекстну рекламу і в ньому повинно бути ясно викладено те, як кожна частина маркетингових комунікацій буде працювати на інтереси бізнесу.

Для підвищення ефективності маркетингової діяльності дуже важливо вкладати кошти в нові цифрові канали комунікації з наявними і потенційними клієнтами, створювати нові типи відносин для відкриття удосконалених можливостей, застосовувати відчутні бонуси для залучення прихильників і створювати автономні й мережеві спільноти для зміцнення бренду [5].

Отже, маркетинг на сучасному етапі його розвитку має багатоаспектну сутність, яка потребує вивчення різних сторін його успішного використання.

Внаслідок розвитку технологій та нових ринків роль маркетингу на підприємствах протягом найближчих років буде набувати все більшого значення і впровадженню прогресивних технологій будуть приділяти увагу багато компаній. Основними тенденціями в маркетингу виступатимуть нові ринки, медіа технології, методи та підходи до кращого розуміння потреб та смаків споживачів.

Не можна забувати, що маркетинг спирається на людські відносини в суспільстві, тому увага маркетологів повинна бути перерозподілена в бік споживачів, їх поведінки і на їх реакцію на маркетингові активності.

Очевидно, цифровий маркетинг буде домінувати і в перспективі розвитку маркетингу. Щоб домогтися успіху, необхідно мати якісний контент для всіх маркетингових каналів комунікацій зі споживачами.

### Список використаних джерел

1. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку. 2-е вид., випр. і доп. / С.В. Близнюк. – К. : ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2009. – 400с.
2. Окландер М.А. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки: монографія. / М.А. Окландер, І.Л. Литовченко, М.І. Ботушан. К.: Знання, 2011. С. 236.
3. Піскун О.О. Розвиток сучасного маркетингу / О.О. Піскун // Управління розвитком. – 2014. - №5. – С. 42-45
4. Череп А.В. Розвиток сучасного маркетингу та вимоги до нього / А.В. Череп, Т.С. Абліцова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 1. – С. 202–205.
5. Ярова Л.Г. Теоретичні аспекти використання цифрового маркетингу в діяльності підприємств / Л.Г. Ярова. // Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження у підготовку фахівців з економіки та управління. – 2020. – С. 127-130.

## МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Завданням сучасного маркетингу підприємств повинно стати таке розміщення інноваційного продукту, щоб отримати максимально ефективний збут та відгук на нього.

Маркетингова діяльність повинна бути націлена на формування попиту на новітні технології, аналіз можливостей підприємства, виявлення потреб споживачів, та пропонування саме того інноваційного товару, який матиме найбільший попит на ринку споживання.

Маркетингова інноваційна політика повинна передбачати стратегічні програми розвитку.

Основна мета стратегічного інноваційного маркетингу полягає в розробці стратегії введення інновацій на ринок. Тому в основу стратегічних маркетингових досліджень закладається аналіз кон'юнктури ринку з наступною розробкою сегментів ринку, організацією та формуванням попиту, моделюванням поведінки покупця. Ключовим моментом стратегії маркетингу є дослідження та прогнозування попиту на новий товар, засноване на доскональному вивченні сприйняття споживачем нововведення.

Оперативний інноваційний маркетинг – це заключний етап системи маркетингу, де розробляються конкретні форми реалізації концепцій інноваційного маркетингу.

Оперативний маркетинг націлений на максимізацію прибутку і обсягу продажів, підтримку репутації фірми, розширення частки ринку. Він тісно пов'язаний з поняттям «компонентів маркетингу», які є оперативним варіантом

рішень, прийнятих у процесі управління маркетингом на підприємстві [1, с.245-246].

Інноваційна діяльність є діяльністю, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг. Вона включає в себе:

- випуск та поширення нових видів техніки та технологій;
- прогресивні міжгалузеві структурні зрушення;
- реалізацію довгострокових науково-технічних програм з великими термінами окупності витрат;
- фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін у стані виробничих сил країни;
- розроблення і впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, спрямованих на покращення соціального стану населення, екологічної ситуації тощо [2, с.66].

Просування інноваційного товару, як і будь-якого іншого товару, включає в себе поєднання чотирьох складових комплексу маркетингу: ціну, товар, методи розподілу та маркетингові комунікації.

Головною відмінністю між просуванням звичайних товарів та інноваційних є те, що на різних етапах життєвого циклу товару змінюється його пріоритетність, зміст, наповнення та характер.

Також зростає роль посередника у сфері дистрибуції, а ринкові контрагенти та Інтернет починають суттєво впливати на сферу просування та продаж. У сучасному світі, що невпинно розвивається, відбувається багато змін до вимог, яким має відповідати сучасний маркетинг [3, с.83-84 ].

У загальному розумінні маркетинг інновацій полягає в обслуговуванні розробки та реалізації інновацій, розробки та впровадження інноваційної стратегії підприємства, виявленні факторів, від яких залежить конкурентоспроможність підприємства в цілому та його продукції.

За допомогою, маркетингу інновацій формується ряд дій, спрямованих на визначення, дослідження та аналіз факторів впливу на процеси просування товарів в умовах інноваційної діяльності підприємства. Маркетингова діяльність виявляє і контролює фактори, що відображають умови тривалого життя і розвитку підприємства на ринку [4, с.80].

Ризик при розробці та впровадженню нового продукту має два виміри: ступінь ризику та його вірогідна вартість (розмір).

Тому одним із головних завдань маркетингу під час розробки та впровадження товару є здійснення комплексу заходів щодо виключення або зниження факторів, що входять до маркетингових ризиків.

Розробка та впровадження нових товарів та послуг передбачає наявність великої кількості маркетингових ризиків їх сутність та природа походження не менш цікава ніж самі заходи щодо їх зниження [5, с.149].

Модель інноваційного процесу зображено на рис. 1.

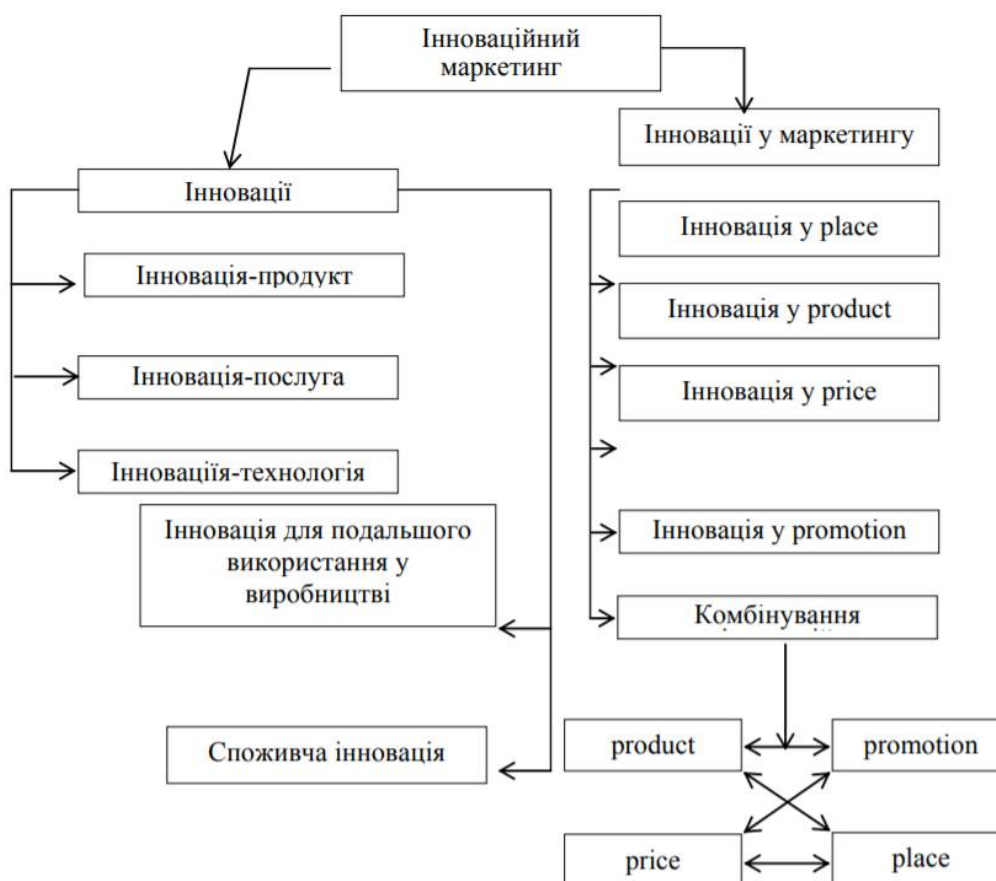


Рис.1 Модель інноваційного процесу [6, с. 302].

### Список використаних джерел

1. Старицька О.П., Старицький Т.М. Інноваційний маркетинг як інструмент підвищення ефективності функціонування підприємств, *Інноваційна економіка* – 4'2014. С.245-246
2. Щєбликіна І.О., Щєбликіна З.В., Джаним К.С. Об'єктивна необхідність використання інструментарію бізнес-планування як чинника підвищення ефективності інноваційної діяльності суб'єктів господарювання. *Вісник Запорізького національного університету*. 2016. № 3 (31), С.66
3. Щєбликіна З.В., Бондаренко А.А. Інновації та їх роль в питаннях маркетингового просування продукції. Бізнес-інкубатори як інструмент забезпечення конкурентоспроможності малого бізнесу : моногр. за ред. О.Г. Череп. Запоріжжя : Запорізький національний університет - Запоріжжя, 2017. С. 81-84
4. Мельничук Л. С., Марущак І. О. Взаємозв'язок маркетингу та інновацій на підприємстві. *Наукова праця. Економіка*, Випуск 273. Том 285. С.80
5. Карпенко Н. В. Управління маркетинговими ризиками товарної інноваційної діяльності підприємства. *Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст* : моногр. Київ : Центр учбової літератури - Київ , 2016. 149 с.
6. Гризовська Л.О., Романова А.В. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу. *Економіка і суспільство*. 2018. Випуск № 16. С.302-303

## МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні умови господарювання визначаються значними коливаннями, швидкими змінами кон'юнктури ринку, мінливістю і невизначенністю зовнішнього середовища.

Комерційний успіх підприємства залежить від відповідності його продукції споживчим перевагам.

Серед безлічі ризиків, які впливають на діяльність підприємства маркетинговий ризик є одним з ключових в умовах ринкових відносин.

Він зумовлений невизначеністю попиту на продукцію та ставить під загрозу саме існування підприємства.

Прорахунки у прогнозуванні попиту можуть виявитися фатальними, адже:

- вироблену продукцію не буде продано, а отже, активи, вкладені у її виробництво, не відшкодуються взагалі або відшкодуються лише частково (наприклад, за рахунок продажу продукції за цінами нижчими фактичної собівартості);

- буде упущено прибуток від реалізації цієї продукції, на яку існує реальний попит [1].

Підприємство повинно визначитись з питанням побудови системи ризик-менеджменту та його організаційно-функціональною структурою

Особливості розбудови та функціонування системи (підсистеми) ризик-менеджменту відображаються у її цілях та задачах, а також мають прояв у межах процесу прийняття та забезпеченні реалізації управлінського рішення

Під час планування та реалізації заходів ризик-менеджменту слід приймати до уваги стан та умови розвитку об'єктів управління (врахування зовнішніх та внутрішніх обмежень, наприклад, узгодження ресурсів організації з програмою ризик-менеджменту)

Реалізація заходів ризик-менеджменту повинна відбуватись у межах єдиної політики щодо управління ризиками (комплексний підхід до управління ризиками) [2, с. 13].

Актуальність проблеми обумовлена: необхідністю розробки впровадження нових технологій управління ризиками, орієнтованих в умовах мінливого ринкового середовища; необхідністю розробки методичних і практичних рекомендацій щодо формування системи ризик – менеджменту на підприємстві [3, с. 203].

При розгляді системи маркетингових ризиків варто мати на увазі, що вони спричиняються як об'єктивними, так і суб'єктивними чинниками.

Об'єктивні маркетингові ризики зумовлені чинниками, які впливають на підприємство ззовні і виникають унаслідок дії макросередовища (економічні, політико-правові, соціально - демографічні, екологічні та технологічні

ризиками) та мікросередовища суб'єкта господарювання (торговельно-збутові, споживацькі, комунікаційні, конкурентні та постачальницькі ризики).

Суб'єктивні ризики залежать від самого підприємства: структури, організації діяльності, співпраці підрозділів та ін. Їх дію можна мінімізувати шляхом підвищення кваліфікації кадрів служби маркетингу, залучення до її роботи досвідчених фахівців, вивчення досвіду діяльності у минулому, ретельного контролю за ходом маркетингової діяльності тощо [4].

Таким чином, маркетингові ризики необхідно розглядати як складові підсистеми управління ризиками в єдиній системі ризик-менеджменту.

Ефективність бізнесу безпосередньо залежить від того, наскільки грамотно підприємству управляє ризиками.

Головна задача керівників усіх структурних підрозділів – виконання програми ризик-менеджменту для забезпечення беззбитковості господарської діяльності.

### Список використаних джерел

1. Фінансовий менеджмент Г.Г. Кірейцев, Житомир: ЖІТІ, 2001. – 440 с.
2. Мороз В.М. Ризик-менеджмент : навч. посіб. для студ. спец. 281 «Публічне управління та адміністрування» / В.М. Мороз, С.А. Мороз. – Харків : НТУ «ХП», 2018. 140 с.
3. Щєбликіна І.О., Щєбликіна З.В. Ризик – менеджмент як невід'ємна складова інвестиційної діяльності підприємств *Історичний збірник Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького*. 2013 Випуск 1. – Мелітополь, друк редакція газети «Ваша газета», – 216 с.
4. Балабанова Л. В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: [Монографія] /Л.В. Балабанова, О.А. Бриндіна–Донецьк: ДонДУЕТ, 2007.
5. Голяш І., Данилюк І. Аналіз маркетингових ризиків підприємства. *Економічний аналіз*. 2012. Випуск 10. Частина 4. С. 60

## МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

Основним напрямом економіки України стає сфера послуг, яка стрімко розвивається. В економіці у ринково розвинених країнах сучасна сфера послуг займає велику частку як за споживчими витратами так і за обсягами прямих інвестицій.

За сучасних умов саме мале підприємництво, оперативно реагуючи на зміну кон'юнктури ринку, надає ринковій економіці необхідну гнучкість. Істотний внесок вносить малий бізнес і у формування конкурентного



середовища, що для нашої високо монополізованої економіки має першочергове значення.

Варто зазначити, що представники малого бізнесу вносять значний вклад в розвиток конкурентного середовища, що значною мірою вирішує проблему монополізації на сучасному ринку, тому стратегії їх розвитку та способи завоювання ринкових ніш часто є запорукою створення сприятливих умов для становлення ринку покупця [1, с. 484].

На рис. 1 показана кількість підприємств, зайнятість, обсяг реалізованої продукції додана вартість за розміром підприємства, економіка підприємництва без фінансового посередництва виражено у відсотках, 2017р.

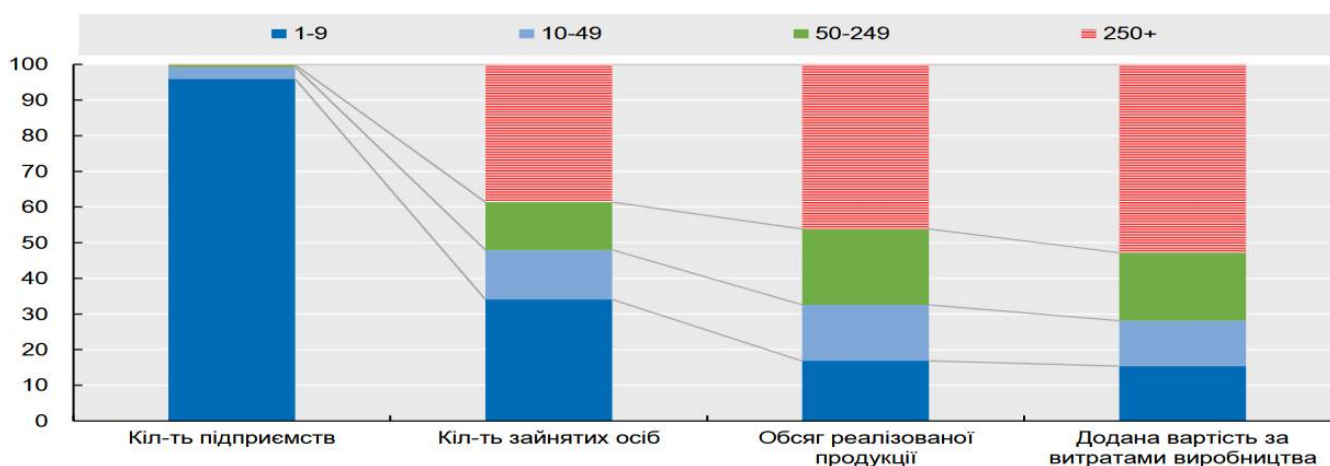


Рис. 1 Кількість підприємств, зайнятість, обсяг реалізованої продукції додана вартість за розміром підприємства, економіка підприємництва без фінансового посередництва виражено у відсотках, 2017р. [2, с.15].

Сфера підприємницької діяльності представляє собою певний механізм соціально-економічного життя суспільства, який змушує підприємство постійно йти у ногу з часом, створюючи конкуренцію, стимулювання нового технічного оснащення, що може прискорити процес розробки продукції, що покращить ефективність виробництва та економіки країни в цілому. Адже упевненістю можна сказати, що від розвитку підприємства залежить функціонування країни цілому [3, с. 30].

Переважна більшість українських компаній в секторі підприємництва – це малі та середні підприємства (МСП), подібно до більшості країн по всьому світі.

В умовах гострої конкурентної боротьби, як на внутрішніх та і зовнішніх ринках, менеджментом підприємства повинна приділятися значна увага усім аспектам управління збутовою діяльністю підприємства, оскільки від цього залежить його фінансова стійкість [4, с. 5].

В табл.1 показана кількість підприємств в економіці підприємництва, за розміром та типом діяльності, 2017р.

У 2017 році підприємства з кількістю найманих працівників менше 250 осіб становили понад 99% всіх підприємств в економіці підприємництва, на їх долю припадало 61% загальної зайнятості в підприємстві, 54% загального

обсягу реалізованої продукції та 47% створеної у підприємстві доданої вартості. 96% українських підприємств у секторі бізнесу – це мікро-підприємства, тобто підприємства, що наймають менше десяти робітників. На додаток, 83% підприємств бізнес сектору – це індивідуальні підприємства (ФОПи) [2, с. 15].

Кількість підприємств в економіці підприємництва, за розміром та типом діяльності, 2017р.

ISICверсія.4	Галузь	1-9	10-49	50-249
V+C+D+E	Промисловість, окрім будівництва	106 965	11 903	3 724
F	Будівництво	44 534	4 943	694
G	Оптова та роздрібна торгівля	818 268	17 013	2 078
H	Транспорт	90 615	4 036	933
I	Тимчасове розміщування	54 216	3 074	244
J	Інформація	144 547	2 029	276
L	Операції з нерухомим майном	87 125	3 092	317
M	Професійні послуги	118 238	2 755	481
N	Адміністративне обслуговування	42 408	3 280	753
V-N_x_K	Економіка підприємництва, окрім фінансової та страхової діяльності	1 506 916	52 125	9 500

Джерело: [2, с. 17].

Успішне застосування сучасних технологій управління всіма аспектами діяльності підприємства, постійний моніторинг бізнес-процесів, оптимізація і мінімізація витрат повинні стати основою управлінської діяльності в сучасному підприємстві [5, с.113].

Впровадження маркетингових стратегій у роботу малих підприємств повинно стати обов'язковою умовою задля можливості конкурувати своєю продукцією на усіх ринках світу. Для цього маркетингова діяльність таких підприємств повинна бути орієнтована на запити споживачів, можливості ринку з урахуванням економічних, політичних, соціальних та інших умов, що впливають на діяльність малого бізнесу

### Список використаних джерел

1. В. М. Нижник; Маркетингові стратегії малих підприємств у забезпеченні прибутковості *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. № 3, Т. 3 С. 482
1. Збірник статистики підприємництва в Україні: 2018
- 3 Щєбликіна І.О., Багдасорян Г. С. Особливості функціонування бізнес-інкубаторів в Україні; Бізнес-інкубатори як інструмент забезпечення конкурентоспроможності малого бізнесу : моногр. за ред. О.Г. Череп. Запоріжжя : Запорізький національний університет - Запоріжжя, 2017. С. 29-34.
4. Щєбликіна І. О. Донченко Л. М. Соколовська Т. А. Фінансове забезпечення збуту продукції в умовах кризового стану економіки *Ключові аспекти наукової діяльності – 2017*: матеріали XIII міжнар.наук.-практ.конф. 07-15січня 2017р. Премішль,2017. С.3 - 5.
5. Щєбликіна І.О., Щєбликіна З.В., Полякова М.А. Планування витрат як передумова ефективної підприємницької діяльності. *Збірник наукових праць «Nauka i studia» економічні науки* 2018. NR 4 (184) Sp. Zoo Naukaistudia, Przemysl С.110-115

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток інформаційних технологій змінює і самі технології ведення бізнесу. Не зважаючи на розміри компаній та їх конкурентне становище, вони отримують можливості доступу до світового ринку, нові засоби просування продукції, сучасні важелі конкуренції за якістю, ціною та номенклатурою товарів. Цифровий маркетинг, як комплекс інформаційних рішень, є одним з базових компонентів розвитку сучасного бізнесу.

Водночас не всі керівники підприємств та організацій визнають розвиток маркетингу як пріоритетний, що пояснюється специфікою діяльності підприємства, його конкурентною позицією на ринку та іншими чинниками.

Вчасний перехід підприємства до цифрового маркетингу забезпечить адаптацію до швидкоплинних змін у ринковому середовищі, незмінність або ж перспективи поліпшення конкурентного становища.

Різноманітним аспектам розвитку маркетингової діяльності підприємств, її ефективності приділяють увагу науковці та фахівці, як вітчизняні, так і закордонні, зокрема: С.М. Ілляшенко [1], І.Л. Литовченко [2], Ф. Котлер [3], С.Ф. Hofacker [4], М.Я. Матвійв [6], В.С. Голик [7], та ін. Особливості та відмінності цифрового маркетингу та Інтернет-маркетингу розглядали М.А. Окландер, О.О. Романенко [5]. Різноманітність поглядів дослідників зумовлена безліччю інструментів цифрового маркетингу та ототожненням цифрового і Інтернет-маркетингу що активізує необхідність вивчення особливостей використання цифрового маркетингу на підприємстві.

Швидкий розвиток цифрових технологій, формування так званої цифрової економіки визначають необхідність їх активного впровадження у господарську діяльність підприємств, зокрема в маркетингову, для збереження конкурентоспроможності, подальшого успішного функціонування та можливостей розвитку. Зазначене визначає проблематику актуалізації теоретичних основ маркетингу з погляду визначення тенденцій розвитку маркетингової діяльності підприємств в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та Інтернет.

На сучасному етапі розвитку вітчизняних підприємств, як контрагентів товарних та сировинних ринків, розрізняються різні ступені «присутності» інформаційних технологій в маркетингових процесах.

Фахівцями, як правило, визначаються наступні варіанти [5]:

- застосування мережі Інтернет, як засобу пошуку інформації; замовлення товарів, послуг;
- наявність Web-сайту організації з інформацією, що представляє підприємство і пропоновані ним продукти;
- використання Інтернет, як самостійного бізнесу;
- включення Інтернет у контур ведення бізнесу: структура бізнесу зберігається, але для підвищення ефективності самого бізнесу більш повно використовуються можливості цифрового маркетингу.

Потенціал цифрового маркетингу не використовується в повній мірі і особливо це стосується галузей промисловості з гнучкими системами виробництва та збуту, значною сегментацією товарного ринку, високим рівнем конкуренції, імпортозалежністю поряд зі стійкими темпами росту й необхідністю інноваційних змін.

Цифровий маркетинг містить у собі Інтернет-маркетинг, а також будь-який прийом маркетингу, що пов'язаний із цифровою комунікацією. Загалом цифровий маркетинг можна визначити як використання мереж, створених за допомогою апаратного та програмного забезпечення в процесі маркетингу [4, с. 17].

Цифровий маркетинг – це вид маркетингової діяльності, який передбачає використання різних форм цифрових каналів для взаємодії зі споживачами та іншими контрагентами на ринку. До цифрових каналів можуть бути віднесені: Інтернет, локальні мережі, цифрове телебачення, мобільний зв'язок, інтерактивні екрани, спеціальні додатки. Цифровий маркетинг може бути використаний в онлайн-режимі через користування мережею Інтернет, а також в офлайн-середовищі через використання цифрових додатків у телефонах, планшетах, SMS та MMS, рекламних дисплеїв на вулицях.

До інструментів цифрового маркетингу належать: створення власного WEBсайту, розповсюдження інформації через соціальні мережі, e-mail-розсилання, блоги, вебінари, телесемінари, банерна реклама, контекстна реклама, квести, ігри, інтерактивні листівки, опитування, додаткова реальність, інтерактивні поверхні, відеосервіси, анімації, рисунки, звуки.

Основні завдання які вирішує цифровий маркетинг є: підтримка іміджу бренда та виведення нового бренда чи продукту на ринок, підвищення

впізнаваності бренда, стимулювання брендových продажів продукції чи послуг [6].

Основними перевагами цифрового маркетингу у сучасних умовах є: інтерактивність, легкий доступ до ресурсів, відсутність територіальних обмежень, залучення цільової аудиторії через поширення Інтернет та мобільного зв'язку, можливість оперативного оцінювання заходів компанії та управління подіями в режимі реального часу [7].

Цифровий маркетинг трактується як постійний двосторонній діалог з кожним споживачем, який в оперативному режимі дозволяє оптимізувати взаємодію. Такий підхід дозволяє перейти від стратегії нав'язування активного проштовхування товару до пошуку зацікавленого споживача, який згодний і емоційно готовий користуватися наданою інформацією, а також зацікавлений у придбанні певного товару.

Таким чином, цифровий маркетинг (digital marketing) – це сучасний засіб комунікації підприємства з ринком за допомогою цифрових каналів просування товару (підприємства) для ефективної взаємодії з потенційними або реальними споживачами у віртуальному та реальному середовищі. Інтернет, телебачення, радіо, соціальні медіа – усе це інструменти цифрового маркетингу. Інтернет-маркетинг є частиною цифрового маркетингу, оскільки для комунікації використовує лише мережу Інтернет, а цифровий маркетинг передбачає використання більшої кількості комунікаційних мереж, у тому числі gsm, gps, gprs, bluetooth, Wi-Fi та Internet. Окрім того, цифровий маркетинг починає проникати і в традиційні види комунікацій, основне завдання яких – захопити увагу аудиторії та залучити її у віртуальний світ і найбільш наочним прикладом є QR-коди в рекламних плакатах і журналах. Використання цифрового маркетингу в діяльності підприємств дає змогу використати низку переваг, які забезпечуватимуть умови для проведення ефективної комунікаційної політики.

Тенденції у сфері цифрового маркетингу в найближчі роки будуть спрямовані на створення нових видів взаємодії з аудиторією. У цьому може допомогти методика крауд-маркетингу (в складі інтегрованих маркетингових комунікацій), яка допоможе розв'язати проблему комплексно: продукт має бути у зручному місці, бути оригінальним та якісним і виділятися з-поміж інших, мати прийнятну ціну і, найважливіше, чудові відгуки, щоб створити такий кінцевий продукт, який хоче отримати споживач.

Для підвищення ефективності маркетингової діяльності дуже важливо вкладати кошти в нові цифрові канали комунікації з наявними і потенційними клієнтами, створювати нові типи відносин для відкриття удосконалених можливостей, застосовувати відчутні бонуси для залучення прихильників і створювати автономні й мережеві спільноти для зміцнення бренду. Активний розвиток цифрових технологій та Інтернету, зокрема, цифрового маркетингу, а також підвищення рівня важливості якісної та оперативної інформації для успішного ведення бізнесу дають змогу істотно розширити спектр інформаційних сервісів і зробити їх ще більш оперативними.

### Список використаних джерел

1. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетингу. / С.М. Ілляшенко// Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. Т. II. – С. 64–74.
2. Литовченко І.Л. Методологічні аспекти Інтернет-маркетингу : монографія. / І.Л. Литовченко.: Київ : Наукова думка, 2009. – 196 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер; пер. с англ. / Ф. Котлер.- Москва: Альпина Паблишерз. – 2010. – 211 с.
4. Hofacker C.F. Digital Marketing: communicating, selling and connecting. Massachusetts : Edward Elgar Publishing, Inc, – 2018. – 224 с.
5. Окландер М.А. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу. / М.А.Окландер, О.О. Романенко // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2017. – С. 362–371.
6. Матвіїв М.Я. Нова парадигма маркетингу підприємств в умовах глобалізації : [монографія] / М.Я. Матвіїв. – Т. : Економічна думка, 2013. – 415 с.
7. Голик В. С. Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе / В.С. Голик. [Б. г.]. – Дикта, 2008. – 196 с.

## ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

В ринкових умовах розвитку економіки відбувається посилення конкуренції, кардинальна зміна технологій, збільшення обсягів вироблених товарів та послуг, які продаються та інформації, яка передається. Для підприємств гостро постає питання виживання і ця ситуація змушує їх шукати нові ефективні форми просування на ринок та позиціонування своїх товарів або послуг. Сучасні інформаційні та телекомунікаційні технології відкривають перед споживачами та підприємствами нові можливості та перспективи, підвищують їх мобільність і комп'ютеризацію. Саме ці фактори найбільш значущі для розвитку Інтернет-маркетингу.

Аналіз досліджень показав, що проблема реалізації переваг і можливостей Інтернет-маркетингу, як ефективного інструменту розвитку сучасних компаній, досить актуальна. Різним її аспектам присвячені наукові праці таких авторів, як М.А. Окландер [1], С.М. Ілляшенко [2], В.Л. Плєскач [3] та ін. Проте ця тема вимагає подальшого розроблення у зв'язку з високими темпами розвитку Інтернет-технологій.

Інтернет-маркетинг, як управлінський та соціальний процес, спрямований на задоволення потреб споживачів у мережі Інтернет під час створення пропозиції продажу та обміну товарів і послуг за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій [3].

Інтернет-маркетинг є частиною цифрового маркетингу, оскільки для комунікації використовує лише мережу Інтернет, а його активний розвиток дають змогу істотно розширити спектр інформаційних сервісів і зробити їх ще більш оперативними з метою підвищення рівня важливості якісної та оперативної інформації для успішного ведення бізнесу [4].

Особливості Інтернет-маркетингу можна сформулювати наступним чином: актуалізація ключової ролі споживачів на ринках, з урахуванням попиту і пропозиції; очевидність відсутності обов'язкової просторової локалізації, тобто географічна віддаленість в деяких сферах більше не є значущим фактором; підвищення ролі партнерських взаємин і збільшення кількості партнерів; зростання швидкості прийняття ключових рішень; персоніфікація взаємодії, що забезпечує підприємства отримання докладної інформації про клієнтів і їх запити, а також широкий спектр можливостей взаємодії. Переваги Інтернет-маркетингу оцінюються споживачами, виходячи з трьох основних факторів - ціни, часу і прямого контакту, причому їх потрібно розглядати спільно. Тільки одночасна наявність цих факторів підштовхне споживача щонайменше придбати за допомогою Інтернету або скористатися відповідною програмою, Інтернет-проектom і саме такий вибір характеризує ефективність і затребуваність пропонованого товару або Інтернет-продукту.

Раціонально вибудована система організації продажів, інформування, просування та інше дозволяє споживачам вибирати і замовляти товари або послуги не виходячи з дому або офісу. Вони можуть отримати максимальний обсяг інформації про товари і послуги, в першу чергу, порівняльного характеру. Завдяки прямому контакту виключається також необхідність спілкування з посередниками, тобто покупець позбавлений від впливу емоційних факторів і переконання.

Для підприємств, які прагнуть реалізувати свої товари через Інтернет, є ряд переваг: можливість оперативно змінювати асортимент, ціни та описи товарів і послуг; здійснювати аналіз реакції покупців на ті чи інші пропозиції, що дозволяє отримувати додаткову інформацію про їх потреби і негайно вносити необхідні корективи в рекламу; мати можливість заощадити на доставці та поширенні інформації та ін. Просування товарів і послуг за допомогою порталу або сайту може забезпечуватися за допомогою включення величезного арсеналу інструментів Інтернет-маркетингу.

Узагальнюючи вищевикладене, можна зробити висновок про те, що в порівнянні з іншими видами медіа-маркетингу (друкованими, радіо, телебаченням), Інтернет-маркетинг зростає дуже швидко і завойовує все більшу популярність в різних сферах діяльності, стимулюючи реалізацію таких принципів, як комплексний підхід, сфокусованість на продажах, поширення результатів зростання продажів на винагороду персоналу.

Отже, сучасні інформаційні та телекомунікаційні технології відкривають перед споживачами та організаціями нові можливості та перспективи, підвищують їх мобільність і комп'ютеризацію. Саме ці фактори найбільш значущі для розвитку Інтернет-маркетингу. Інтернет-маркетинг правомірно характеризувати як сукупність інструментів, технологій і прийомів,

що реалізуються в Інтернеті, спрямованих на привернення уваги до товару або послуги, популяризацію цього товару в Інтернеті, його ефективне просування цільовим аудиторіям для продажу та отримання максимально можливого прибутку.

У сучасних умовах кількість інструментів, які застосовуються в практиці Інтернет-маркетингу, постійно зростає. Відбувається це завдяки розвитку рекламного бізнесу та посилення тенденції переходу реклами в Мережу. Основними і ефективними інструментами Інтернет-маркетингу є контекстна і банерна реклама, пошукове просування, просування в соціальних мережах і email-маркетинг. Кожен з представлених інструментів мають свої переваги і недоліки, але вони наділені своїми особливостями і специфікою, що безсумнівно слід брати до уваги при виборі максимально ефективних інструментів для кожного окремого проекту.

### **Список використаних джерел**

1. Окландер М.А. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки: монографія./ М.А. Окландер, І.Л. Литовченко, М.І. Ботушан. К.: Знання, 2011. 236 с.
2. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Інтернет-технологій у маркетингу. / С.М. Ілляшенко// Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2011. № 4. Т. II. - С. 64–74.
3. Плєскач В.Л. Технології електронного бізнесу: монографія. / В.Л. Плєскач, К.: КНЕУ, 2004. 223 с
4. Ярова Л.Г. Теоретичні аспекти використання цифрового маркетингу в діяльності підприємств / Л.Г. Ярова. // Інноваційні освітні технології: європейський досвід та його впровадження у підготовку фахівців з економіки та управління. – 2020. – С. 127-130.



**О. А. Данилова, С. Ю. Дядечко, О. В. Ніколаєвич, О. М. Павленко,  
В. А. Петренко, В. І. Чижова, З. В. Щебликіна, Л. Г. Ярова**

**АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНОЮ  
ЕКОНОМІКОЮ УКРАЇНИ ТА ЇЇ РЕГІОНІВ В  
УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ  
ПЕРЕТВОРЕНЬ**

**наукове видання**

