

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВСП «ВІННИЦЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ»**



**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

**III ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ ІНТЕРНЕТ - КОНФЕРЕНЦІЇ  
«ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО  
ПІДПРИЄМСТВА»**

**23 лютого 2021 року**

**м. Вінниця**

УДК 338.242.2  
УДК 378.147.001

**Організаційний комітет:**

**Голова:**

**Керницький В.А.**, директор ВСП «Вінницький фаховий коледжу НУХТ», викладач-методист.

**Члени організаційного комітету:**

**Данильченко Н.М.**, заступник директора ВСП «Вінницький фаховий коледжу НУХТ» з навчально-методичної роботи, викладач-методист.

**Кукурудзяк Л.В.**, голова циклової комісії менеджменту та економіки ВСП «Вінницький фаховий коледжу НУХТ», викладач-методист.

**Струс Л.А.**, викладач циклової комісії менеджменту та економіки ВСП «Вінницький фаховий коледжу НУХТ».

**Рецензент: Ставська Ю.В.** - доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму Вінницького національного аграрного університету, кандидат економічних наук.

**Ефективність діяльності сучасного підприємства:** Збірник матеріалів III Всеукраїнської Інтернет - конференції. Вінниця. 23 лютого 2021 р.: тези доповідей. ВСП «ВіФК НУХТ». 2021. 114 с.

У збірнику розглянуто актуальні питання економіки та проблематика діяльності підприємств в сучасних умовах, ознайомлено читачів з характером змін складових управлінської діяльності в умовах інтенсифікації розвитку технологій управління, зростання інноваційної активності, розвитку маркетингового забезпечення підприємства, висвітлено проблеми та передовий педагогічний досвід підготовки фахівців у закладах фахової передвищої освіти.

Матеріали конференції подано в авторській редакції.

**Адреса:**

ВСП «Вінницький фаховий коледж Національного університету харчових технологій», вул. Привокзальна 38, м.Вінниця, 21100.

Тел./факс: (0432) 27-37-76

## ЗМІСТ

### Секція 1. Економіка підприємства

1. Авраменко О.А., Кукурудзяк Л.В. Необхідність та напрямки оцінки конкурентоздатності підприємства	5
2. Гора О.О, Кириченко І.В., Меліховець Г.А. Оцінка та перспективи розвитку транспортної інфраструктури України	9
3. Дудник А.Ю., Меліховець Г.А. Прибуток як показник ефективності діяльності підприємства	12
4. Кобзар О.В., Струс Л.А. Криптовалюта: правовий режим та проблеми застосування	15
5. Лещук О.Р., Бартельова А.А. Енергозбереження як інструмент підвищення ефективності використання ресурсів	18
6. Софина А.С., Рудь О.В. Перспективи роботи в інтернеті	22
7. Фальт В.Ю., Струс Л.А. Сучасний стан розвитку малого підприємництва в Україні	24
8. Шугайло Є., Рудь О.В. Проблеми діяльності підприємств в умовах пандемії	28

### Секція 2. Маркетинг

9. Гаврилюк А.М., Бартельова А. А. Дослідження маркетингової товарної політики на прикладі підприємства ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ»	32
10. Міщук Д.І., Струс Л.А. Месенджер-маркетинг як інструмент просування товару	36
11. Паровая М.Д., Бартельова А. А. Контент-маркетинг – мистецтво переконання	41

### Секція 3. Управління підприємством

12. Макогонюк Ю.П., Лимар О.Ф. Управління ефективністю діяльності підприємства	45
13. Меліховець Г.А. Управління власним капіталом підприємства	48
14. Подуфалов П.П. Інформаційно-правове забезпечення суб'єктів господарювання	51
15. Рожко З.П. Реінжиніринг бізнес-процесів як спосіб підвищення ефективності управління	54

16. Рудюк А. С., Рожко З.П. Компоненти професійної культури майбутніх менеджерів в організації	57
17. Рудь О.В. Дистанційний менеджмент на сучасних підприємствах	60
18. Собчук О.С., Бартельова А.А. Енергетичний менеджмент	63
19. Софіна А.С., Рожко З.П. Управління сучасним підприємством	66

#### **Секція 4. Проблеми підготовки фахівців у закладах фахової передвищої освіти**

20. Бартельова А.А. Впровадження технологій дистанційного навчання	69
21. Бережна Г.М., Сітнікова Н.О. Міждисциплінарна інтеграція – основа професійної підготовки техніків -технологів	73
22. Бею І.Ю. Сучасні вимоги до формування професійних навичок студентів в умовах інтеграції навчання.	76
23. Гаїна Т.І. Моделювання процесу підготовки фахівця для сучасного підприємства	79
24. Деркач О.І., Жовта Л.О. Професійна підготовка майбутнього спеціаліста на основі інтеграції навчання і виробництва	82
25. Казьмір В.А., Чоренька Л.Г. Сучасні аспекти економічного виховання студентів	85
26. Кондрук А.М. , Соляр Л. В. Інтеграція навчального процесу як чинник розвитку пізнавальної активності студентів	88
27. Лимар О.Ф. Забезпечення підготовки фахівців з фінансів у закладах вищої освіти з використанням інноваційних технологій	91
28. Оленич В.П. Згуртованість студентської групи як показник динаміки соціалізуючого впливу студентської групи	94
29. Омелько М.А. Застосування сучасних серверів та онлайн-платформ в умовах дистанційного та очного навчання	97
30. Останіна Ю.В., Кордонська І.В. Використання технології «перевернуте навчання» при вивченні дисциплін природничо – математичного спрямування.	101
31. Папуша К.Ф., Носкова Т.А. Особистісно орієнтований підхід до навчання, як інструмент формування компетентностей майбутнього фахівця	104
32. Струс Л.А. Компоненти та моделі BLENDED LEARNING	108
33. Чорна С.А., Бартко Ж.В. BLENDED LEARNING технології: особливості та переваги	110

## **Секція 1. Економіка підприємства**

**Авраменко Олександр Андрійович**

*студент ВСП «Вінницький фаховий коледж НУХТ»*

*науковий керівник: Кукурудзяк Л. В.*

*викладач економічних дисциплін*

### **НЕОБХІДНІСТЬ ТА НАПРЯМКИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Вступ. Основними чинниками, що впливають на конкурентоздатність підприємств є високий динамізм, зростанням розмірів інформації та джерел її отримання, значна кількість невизначеностей. Це вимагає від сучасних бізнес структур дослідження конкурентоздатності. Одним із важливих елементів системи забезпечення відповідного рівня конкурентоздатності підприємства та якісного ведення господарювання як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках виступає її оцінка.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значну увагу дослідженню рівня конкурентоздатності приділяють науковці серед яких Баришполь Н. С., Бондаренко С. М., Колмакова О.М., Білоусько Т.Ю., закордонні Дайян А., Оливье А., Портер М. та ін., але єдиної системи оцінки рівня конкурентоздатності підприємства не існує.

Мета дослідження: вивчення впливу факторів середовища на формування конкурентоздатності та формування алгоритму управління.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день головним чинником є час, що визначає швидкість опрацювання інформації про ринки збуту, реагування споживачів на нові види продукції, вдосконалення існуючих та розробку нових видів продукції. Аналізуючи визначення конкуренції, запропоновані різними вченими-економістами, можна зробити висновок, що всі вони враховують такі її якості, як динамічність, примусовість, єдність конкурентних і монополістичних засад, зв'язок з інноваційними процесами і в кожному випадку її зміст визначається залежно від цілей, у зв'язку з якими вона сформована. Виходячи з цього, можна визначити конкуренцію, як

сукупність об'єктивних відносин, перш за все, економічних, між суб'єктами господарювання в умовах ринку, що мають динамічний характер постійного суперництва товаровиробників за прихильність споживачів на основі певних переваг своєї продукції[3].

Оцінка конкурентоздатності підприємства – це визначення її рівня. Вона формує відносну характеристику здатності підприємства та його продукції вести конкурентну боротьбу на певному ринку. Це свідчить про те, що конкурентоздатність підприємства виступає агрегованим показником його конкурентних можливостей та здатності оперативно реагувати та пристосовуватися до факторів непередбачуваного макросередовища. На сьогоднішній день при оцінці конкурентоздатності підприємства науковці використовують цілий ряд аналітичних та діагностичних методів [3].

Узагальнюючи існуючі наукові дослідження з цього питання можемо представити класифікацію всієї сукупності методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 Класифікація методів оцінки конкурентоздатності підприємства

Напрямок дослідження	Методи оцінки конкурентоздатності
За способом оцінки	-якісні -кількісні
За формою представлення результату	- матричні - графічні - індексні
За ступенем врахування напрямків функціонування підприємства	- спеціальні -комплексні
За можливістю прийняття рішень	- поточні -стратегічні
За напрямом формування інформаційної бази	- критеріальні -експертні
Об'єкти оцінки	-методи оцінки конкурентоздатності кадрового потенціалу -методи оцінки конкурентоздатності продукції -методи оцінки конкурентоздатності підприємства
Мета оцінки	-позиціонування у групі -визначення динаміки позицій у групі -визначення конкурентних переваг

Джерело: складено автором на основі [2]

В умовах конкуренції завжди проявляється конкурентоздатність, причому на різних рівнях, які необхідно враховувати при управлінні нею. На рисунку 1 наведено алгоритм управління конкурентоздатністю підприємства. Наведений алгоритм виступає платформою формування інформаційного середовища для управління конкурентоздатністю підприємства. Усвідомлення необхідності управління конкурентоздатністю підприємства. Даний етап процесу управління вимагає зміни мислення управлінського персоналу, в першу чергу, а певні вектори руху та дії, стосовно розробки нової бізнес-пропозиції, що здатна вплинути на ринок не лише технічної, технологічної, організаційної, ринкової першості з використанням нематеріальних активів, а й забезпечення цінності для споживачів. Через системний підхід до бачення щодо необхідності управління конкурентоздатністю та формування таким чином цінності для обох сторін буде прослідковуватись взаємозв'язок між індикаторами конкурентоздатності та кінцевими показниками діяльності суб'єктів господарювання.

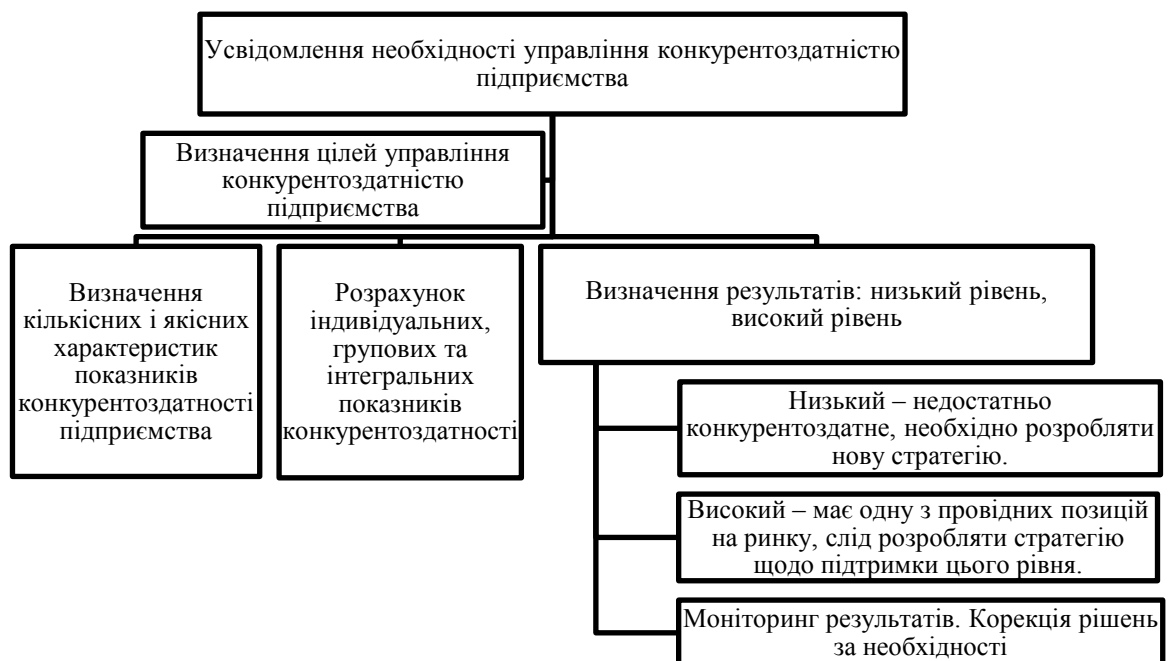


Рис. 1 Алгоритм управління конкурентоздатністю підприємства

Джерело: розроблено автором

Інформаційним середовищем для зміни мислення на цьому етапі виступає зовнішнє середовище функціонування підприємства, особливо та інформація, що знаходиться за межами галузі, або на перетині двох і більше, тобто середовища, що знаходиться за межами звичної зони функціонування підприємства.

Висновки. В результаті дослідження було сформовано складові та алгоритм побудови механізму управління конкурентоздатністю підприємства, а також виділено класифікацію факторів, що мають вплив на її рівень. Також було проаналізовано структуру основних організаційно-економічних інструментів управління конкурентоздатністю підприємства.

### **Список використаних джерел**

2. Іваненко А.С. Фінансові аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств». Міжнародна науково-практична конференція. Економіка, облік, фінанси та право в умовах глобалізації: тенденції та перспективи». - м. Полтава, 12 вересня 2019 р.- с.12-14

2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія] / за заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.

3. Леонов Я.В. Система управління витратами як фактор підвищення конкурентоспроможності / Я. Леонов, Ю. Герасименко // бюлетень міжнародного нобелівського економічного форуму. – 2010. – № 1. Том 2.– С.175-183.



**Гора Олександр Олегович,**  
*студент ВСП «ВіФК НУХТ»*  
**Кириченко Іван Васильович,**  
*студент ВСП «ВіФК НУХТ»*  
*науковий керівник: Меліховець Г.А.,*  
*викладач економічних дисциплін*

## **ОЦІНКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ**

Україна займає досить вигідне географічне положення, а отже, має високий транспортний потенціал. Транспортна інфраструктура держави формує своєрідний «каркас» території, суттєво впливає на територіальний поділ праці, обумовлює динамічність і ефективність соціально-економічного розвитку окремих регіонів і країни в цілому, її участь у міжнародних зв'язках.

В Україні перевезення здійснюються такими видами транспорту, як: залізничний; автомобільний; водний; авіаційний.

За оцінкою Європейської Бізнес Асоціації Інфраструктурний індекс, що характеризує стан розвитку транспортної інфраструктури в Україні, склав 2,58 балів з 5-ти можливих [1]. Індекс складається з чотирьох рівнозначних компонентів:

- оцінка загального стану інфраструктури України;
- середня оцінка загального стану розвитку п'яти транспортних галузей
- оцінка рівня інвестиційної привабливості України для реалізації інфраструктурних проектів;
- оцінка рівня виконання державою стратегій розвитку транспортної галузі.

Аналіз господарської діяльності транспортних підприємств України, показав, що обсяги перевезень пасажирів та вантажів (таблиця 1) за останні 4 років мали нестабільну динаміку. Зокрема, у 2017-2019рр. вони зростали, а у 2020р. зменшилися. (таблиця 1)

Таблиця 1

## Обсяг перевезень пасажирів та вантажів

роки Транспорт	2017р.	2018р.	2019р.	2020р.
1.Пасажирообіг млрд.пас.км				
Транспорт, в тому числі:	99,4	104,4	107,2	49,4
- залізничний	28,1	28,7	28,4	10,5
- автомобільний	35,5	34,6	33,9	19,0
- інші види (авіаційний)	20,3	25,9	30,2	10,8
2.Вантажообіг,млрд.ткм				
Транспорт, в тому числі:	343,4	331,9	339,0	290,3
- залізничний	191,9	186,3	181,8	175,6
- автомобільний	41,5	42,6	48,9	42,3
- інші види (водний, авіаційний)	4,6	3,7	3,7	3,2

Джерело: згруповано авторами на підставі [2]

У 2020р. пасажирообіг підприємств транспорту становив 49,4 млрд.пас.км, або 46,1% від обсягу 2019р. Послугами пасажирського транспорту скористалося 2568,7млн пасажирів, або 60,3% від обсягу 2019р. У 2020р. вантажообіг підприємств транспорту становив 290,3 млрд.ткм, або 85,7% від обсягу 2019 р. Підприємствами транспорту перевезено 600,0 млн.т вантажів, що становить 88,8% від обсягів 2019 р. [3].

Зменшення обсягів перевезень відбулось за всіма видами транспортних підприємств, що обумовлено багатьма факторами. Проте, ключовим фактором, що обумовив скорочення обсягів вантажообігу та пасажирообігу у 2020році стала пандемія COVID-19. Карантинні заходи призвели до зупинки пасажирських перевезень на деякий час, а призупинення діяльності інших галузей (ресторанне господарство, торгівля непродовольчими товарами) обумовило скорочення транспортних перевезень. Зменшення

обсягів надання транспортних послуг відповідно вплинуло фінансові результати діяльності підприємств.

Відзначимо, що техніко-технологічне відставання розвитку транспортної інфраструктури України зумовлює високу частку транспортних витрат у собівартості продукції і призводить до переорієнтації транспортних потоків. Кожна окрема галузь транспортної інфраструктури має свої характерні для неї проблеми та потребує реформування. Наприклад, на автомобільному транспорті є проблеми щодо регулювання габаритно-вагового контролю та відповідальності. В галузі залізничного транспорту є питання, щодо зміни тарифної політики, відкриття ринку приватної тяги тощо.

Отже, можна зробити висновок, про необхідність реформування транспортної інфраструктури України. Для реформування транспортної інфраструктури, реалізації інфраструктурних проектів необхідно підвищити рівень інвестиційної привабливості України. Найбільш ефективною формою партнерства та моделлю інвестування в інфраструктурні проекти можна вважати державно-приватне партнерство(концесію).

#### Список використаних джерел:

1.Бізнес оцінив стан розвитку транспортної інфраструктури в Україні.URL:<https://eba.com.ua/biznes-otsinyv-stan-rozvytku-transportnoyi-infrastruktury-v-ukrayini/>(дата звернення 10.02.2021).

2. Основні соціально-економічні показники України за 2020рік.  
URL:[http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2020/o\\_soc\\_ek\\_pok\\_Ukr/o\\_soc\\_ek\\_pok\\_Ukr\\_2020.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/infografika/2020/o_soc_ek_pok_Ukr/o_soc_ek_pok_Ukr_2020.pdf) (дата звернення 11.02.2021).

3.Експрес-випуск. Підсумки роботи транспорту у 2020 році.  
URL:<http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2021/01/07.pdf> (дата звернення 11.02.2021).

**Дудник Анастасія Юріївна,**  
*студентка ВСП «ВіФК НУХТ»*  
**науковий керівник: Меліховець Г.А.,**  
*викладач економічних дисциплін*

## **ПРИБУТОК ЯК ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасне економічне життя в світі зіткнулося з багатьма викликами, в основі яких лежать погодні умови, економічні кризи та світова пандемія COVID-19. Тому багато підприємців та власників бізнесу почали ретельніше аналізувати та визначати ефективність діяльності.

Прибуток – головний показник, який відображає фінансові результати діяльності підприємства, мету його діяльності.

Питання ефективності діяльності підприємства через призму прибутковості розглядали такі науковці як: Д. Рікардо, С. Сісмонді, А. Сміт, Ж.-Б. Сей, І. Фішер та ін. Також даній проблемі присвячена значна кількість наукових праць сучасних вчених, а саме: Білої О, Бланка І., Буряковського В., Філімоненка О. та ін. Проте сучасні дослідники також не дають єдиного тлумачення прибутку як показника ефективності діяльності підприємства.

Метою дослідження є розкриття різних аспектів трактування сутності прибутку - як показника ефективності діяльності підприємства.

Прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства. І одним з головних питань економіки та фінансів є визначення фінансового результату діяльності підприємства. Прибуток виступає головною рушійною силою економічних процесів та основною метою діяльності підприємства. Він є джерелом забезпечення не лише внутрішньогосподарських потреб підприємства, а і джерелом формування бюджетних ресурсів держави [1] .

Прибуток – це фінансова категорія, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства; різниця між ціною товару та витратами на його виробництво; мірило фінансового

здоров'я підприємства, яке характеризує рентабельність вкладення коштів в активи конкретного підприємства; фінансове джерело, яке забезпечує розвиток підприємства на засадах самофінансування [2] .

Оскільки прибуток вважається однією з найбільш неоднозначних економічних категорій, складність його визначення обумовлена різноманітністю інтересів, які він відображає. Підходи до визначення категорії прибуток згруповані та представлені у табл. 1.

Існуючі підходи до визначення категорії прибуток

№	Автор,джерело	Визначення
1	2	3
1	Аніловська Г.Я. Висоцька І.Б. [3, с.87]	Прибуток – це позитивний кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, що визначається як різниця між загальною сумою доходів і витрат на виробництво й реалізацією продукції.
2	Бедринець М. Д., Довгань Л. П. [4, с.39]	Прибуток є фінансовим результатом проведення операційної, інвестиційної чи фінансової діяльності на підприємстві і являє собою суму перевищення доходів над витратами.
3	Біла О.Г. [5, с.65]	Прибуток – позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і зрештою свідчить про рівень і якість виробленої продукції, рівень собівартості.
4	Бойчик І.М. [6, с.298],	Прибуток – це частина доходу, яка залишається підприємству після відшкодування усіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності.
5	НП(С) БО1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [8]	Прибуток – це сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати.

Наведені в таблиці 1 визначення прибутку не дають можливості чіткого визначення кінцевого фінансового результату як кількісного параметру. Тому, зважаючи на те, що прибуток є індикатором ефективності діяльності підприємства, важливим показником при прийнятті управлінських рішень, його трактування повинно максимально відповідати умовам фіксації, реєстрації та узагальнення інформації про діяльність підприємства – системі бухгалтерського обліку [2].

Прибуток - абсолютна величина, що характеризує ефективність діяльності підприємства, проте сама сума прибутку не вказує на скільки ефективно працювало підприємство. Для визначення ефективності доцільним є застосування похідної категорії від прибутку - рентабельності. Рентабельність - це відносний показник прибутковості. Тому, на нашу думку, при оцінці ефективності діяльності підприємства необхідно застосовувати ці два показника: прибуток та рентабельність.

Проаналізувавши різні підходи до визначення категорії «прибуток - як показник ефективності діяльності підприємства», можна констатувати, що існуючі підходи є взаємодоповнюючими. Для ґрунтовної оцінки ефективності діяльності підприємства необхідно використовувати абсолютний показник ефективності - прибуток і відносний показник ефективності - рентабельність. Величина прибутку, визначена на основі інформації системи бухгалтерського обліку має найбільшу практичну спрямованість.

#### Список використаних джерел:

1. Богацька Н.М. Прибуток підприємства: його роль, формування та резерви збільшення в умовах ринкової економіки URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9\\_2019/32.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/32.pdf) (дата звернення 13.02.2021).
2. Орехова А.І., Костюченко А.І. Економічна сутність категорії прибуток URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua> (дата звернення 13.02.2021).
3. Аніловська Г.Я., Висоцька І.Б. Фінанси підприємств: навч. Посібник Львів: ЛьвДУВС, 2018.440 с.

4. Бедринець М. Д., Довгань Л. П. Фінанси підприємств [текст] навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.
5. Біла О.Г. Фінанси підприємств : навч. посібник. Львів: Магнолія, 2009. 383 с.
6. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. К.: Кондор – Виробництво, 2016. 378 с.
7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення 14.02.2021).

**Кобзар Олексій Володимирович**  
*студент ВСП «Вінницький фаховий коледж НУХТ»*  
*науковий керівник: Струс Л.А.,*  
*викладач економічних дисциплін*

## **КРИПТОВАЛЮТА: ПРАВОВИЙ РЕЖИМ ТА ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ**

Роль електронних грошей у розрахунках в мережі Інтернет у світовому масштабі зростає швидкими темпами. Еволюція форм грошей відбувається і в Україні – електронні гроші використовуються вітчизняними економічними агентами для розрахунків в українському сегменті мережі Інтернет.

Структура грошової маси відображає структуру і рівень розвитку економіки країни: чим менша частка готівки у загальній грошовій масі, тим ефективнішою та розвинутішою вважається ця національна грошова система [1, с. 164].

Основою грошового обігу в сучасній економіці стали символічні гроші. Символічні гроші – це платіжний засіб і засіб обігу, чия вартість чи купівельна спроможність значно перевищує витрати на їх випуск.

Окрім банкнот і розмінної монети, або готівки, в обігу знаходяться і безготівкові гроші.

Безготівкові гроші (банківські гроші) – це розрахунки приватної особи, фірми чи державної установи за товари та послуги із застосуванням спеціальних електронних пристроїв та платіжних систем без використання

готівки (банківські перекази, оплата товарів кредитними картками чи чеками) [2, с. 39].

Криптовалюта – це цифрові, повністю віртуальні гроші, емісія та операції з якими відбуваються криптографічними методами на основі асиметричного шифрування. За випуск та обіг криптовалюти не відповідає жоден банк, функціонування системи відбувається в цифровій мережі повністю незалежно від будь-яких урядів – децентралізовано.

Цифровий або Digital token - це особлива одиниця обліку, призначена для подання електронного балансу в тому чи іншому активі.

Отже, токен - це різновид особливої валюти, що має цінність лише в межах тієї чи іншої системи. Він може виступати в ролі замітника цінних паперів (про що ми говорили вище), грошей або своєрідного договору на деякий зобов'язання. Такі жетони враховуються в базі даних, створеної на основі технології блокчейн. Доступ до активів забезпечують спеціалізовані додатки, в яких застосовуються схеми електронного підпису [3].

Види криптовалют:

### 1. Bitcoin або біткоіни (BTC)

Це перша криптовалюта, створена в січні 2009 року, невідомим чоловіком або групою людей, які назвали себе Сатоси Накамото. Bitcoin є першозасновник і лідером серед всіх криптовалют, його називають «електронним золотом». Курс Bitcoin дуже коливається і станом на 20.02.2021 року становить 58203,30 долара за біткоін. Існує обмеження емісії монет в 21 млн.

### 2. Litecoin або Лайткоін (LTC)

Система з'явилася в жовтні 2011 року. Лайткоіни називають «електронним сріблом». Обмеження емісії монет - 84 млн.

### 3. Primcoin або Праймкоін (XPM)

Праймкоін є зміненою копією біткоіну. Валюта розроблена Санні Кінгом, який створив також інші відомі криптовалюти. Головною її відмінністю є корисність обчислень. Система обчислює прості числа, серед



яких послідовності Куннінгама. Поточний курс Primecoin - 0,02973513 долара.

#### 4. Peercoin або Піркоїн (PPC)

Система Піркоїн, створена в серпні 2012 року - займає третє місце за популярністю серед криптовалют. Її відмінна риса від систем Litecoin і Bitcoin - це відсутність будь-яких обмежень на обсяг емісії монет, але наявність інфляції в розмірі 1% в рік. Поточний курс Peercoin - 0,278911 долара [4].

На сьогодні існує більш ніж 50 різновидів. У зв'язку з обігом та створенням криптовалют виникає питання про її правове врегулювання на національному рівні.

Біткоїн став платіжним засобом діяльності Даркнету, анонімна мережа, яка на сьогодні активно функціонує в мережі Інтернет по всьому світу, яка схожа на чорний ринок, де можна придбати зброю, наркотики, людей, фальшиві гроші та документи, а за потреби вам запропонують навіть послуги кіллера.

На жаль держава не встановлює режиму щодо криптовалюти через специфічну природу. Органи влади намагаються пояснити сутність біткоїнів та його аналогів, але все-таки питання про правову природу є не врегульованою. Серед таких є Україна, Чилі, Бразилія, Данія, Малайзія та інші.

В Україні, яка входить в топ-5 по кількості створених біткоїн-гаманців, де здійснює свою діяльність агенство Kupa і дуже розвинута спільнота щодо цифрових валют, на законодавчому рівні правовий режим не визначений. Хоча існує роз'яснення НБУ щодо правомірності використання віртуальної валюти (криптовалюти), де вона визначена як грошовий сурогат

Банки в Україні не займаються створенням криптовалюти. Національний банк України як регулятор не відповідає за можливі ризики і втрати, пов'язані з використанням "віртуальної валюти/криптовалюти"[5].

Тому, з метою врегулювання обігу криптовалюти необхідно:

- визнати криптовалюту або платіжним засобом, або товаром;
- запропонувати ефективну модель оподаткування криптовалюти;
- визначити порядок видобутку (майнінгу) криптовалюти;
- врегулювати порядок створення і функціонування криптобірж [6].

Отже, необхідно законодавче роз'яснення, закріплення та врегулювання обігу цифрової валюти в Україні для мінімізації відмивання коштів та підвищення ефективності економіки.

#### Список використаних джерел:

1. Базилевич В.Д. Економічна теорія. Політична економія. К.: Знання, 2006. 631 с.
2. Рябініна Л. Сутнісні особливості сучасних грошей та їх функції // *Економіка України*. №6. 2011.
3. <https://tehnoobzor-com.turbopages.org/tehnoobzor.com/s/cryptolife/o-kriptoaljutah/2716-chto-takoe-cifrovoy-token.html> (дата звернення: 15.02.2021р.)
4. [https://bankchart.com.ua/e\\_banking/statti/oglyad\\_tsifrovih\\_kriptoalyut](https://bankchart.com.ua/e_banking/statti/oglyad_tsifrovih_kriptoalyut)
5. [https://ukrainepravo.com/legal\\_publications/essay-on-it-law/it\\_law\\_plyta\\_%D1%81ryptocurrency/](https://ukrainepravo.com/legal_publications/essay-on-it-law/it_law_plyta_%D1%81ryptocurrency/) (дата звернення: 16.02.2021р.)
6. Як регулюється криптовалюта в Україні? URL: <https://opendatabot.ua/blog/235-bitcoins-20-000-000> (дата звернення: 15.02.2021р.)

**Лещук Олег Романович,**  
студент ВСП «Вінницький фаховий коледж НУХТ»  
науковий керівник: **Бартельова А. А.,**  
викладач економічних дисциплін

## **ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ**

Збільшення використання енергії з відновлюваних джерел та альтернативних видів палива вважається важливою частиною стратегії України щодо збереження традиційних паливно-енергетичних ресурсів та

скорочення пов'язаного з ними негативного впливу на навколишнє середовище.

Енергозбереження – новий виток в технологічному розвитку, а також абсолютна необхідність при сучасних цінах на енергоносії і екологічних вимогах, що постійно посилюються.

Основним напрямком розвитку світової енергетики є використання альтернативних відновлюваних джерел, таких як енергія сонця, вітру, води, біопаливо. Для України також актуальними є використання відходів агропромислового комплексу, пелет, а також переоснащення газових котлів.

На сьогоднішній день частка відновлюваних джерел в структурі виробництва енергії складає 14%. При цьому найбільша частка продовжує залишатися за біопаливом, але найбільший приріст показує сонячна енергетика, в середньому зростання на 37,3% щорічно, вітрова енергетика – 23,6%, біогаз – 12,3%.

Вчені постійно шукають нові можливості для підвищення ККД і використання нових більш дешевих матеріалів для відновлювальних джерел енергії. Наприклад, не так давно вчені з Китаю змогли збільшити ефективність органічних сонячних батарей, порівнявши їх до звичайних. Модулі, створені з вуглецю і пластмаси набагато дешевше звичайних кремнієвих, а завдяки структурі їх можна наносити на тонкі і гнучкі поверхні, на вікна, фасади, колони, дерева і т.д.

До переваг зеленої енергетики відносяться:

1. Економія органічного палива, що спалюється при виробництві енергії на традиційних станціях. Для забезпечення надійного енергопостачання та диверсифікації отримання енергетичних джерел Європейського союзу (ЄС) важливим став той факт, що в 2013 році заміна використання природного газу на електричну енергію забезпечила 30% скорочення всього обсягу використання викопного палива.

Майже половина держав-членів ЄС скоротили валове внутрішнє споживання природного газу щонайменше на 7%. А в 2010 році, за даними

Європейської комісії, відновлювані джерела енергії дали можливість зекономити близько € 30 млрд на витратах на імпортоване паливо. У тому ж році, за оцінками МЕА, вартість підтримки відновлюваної енергетики в ЄС склала € 26 млрд., що означає, що вартість підтримки використання поновлюваних джерел енергії повністю компенсується за рахунок витрат, яких вдалося уникнути від імпорту викопного палива.

Україна, при освоєнні свого потенціалу у використанні відновлюваних джерел енергії може зекономити близько 70 млн. т.н.е. в рік, що складає близько 50% загального енергоспоживання в Україні.

2. Зниження викидів парникових газів за рахунок використання безвуглецевої відновлюваної енергії. Згідно з попереднім аналізом Міжнародного енергетичного агентства за 2015 рік вже другий рік поспіль кількість вуглецю, що генерується в енергетичному секторі, залишається практично незмінною – на рівні 32,1 млрд т.

Дві найбільші «країни-забруднювачі», Китай і Сполучені Штати, також показали позитивні результати в 2015 році: завдяки скороченню використання викопного палива (з 2011 року на 10% скоротилась вугільна енергетика) та збільшенню ВДЕ в енергобалансі країни з 19% до 28%, Китаю вдалося скоротити викиди CO<sub>2</sub> на 1,5%. В США викиди знизилися на 2%.

В рамках зобов'язань, що взяла на себе Україна, згідно з Паризькою кліматичною угодою, яка передбачає скорочення викидів CO<sub>2</sub> та сценарій утримання температури в межах 2°C, Україна повинна досягнути 30% частки ВДЕ у період до 2050 року.

3. Зниження цін на електроенергію на оптовому ринку за рахунок заміщення високомаржинальних електростанцій традиційної генерації станціями, які використовують ВДЕ. Для прикладу, скорочення витрат на імпортне паливо в країнах ЄС завдяки збільшенню частки ВДЕ дає змогу зекономити не менше ніж 30 млрд євро на рік.

За даними Біоенергетичної асоціації України, одна лише біомаса в Україні в 2030-му році дозволить замінити 7,5 млрд кубометрів газу, тобто

зеконотити близько \$1,3 млрд в рік. Така сума може бути значно вищою, враховуючи нестабільність та непрогнозованість цін на енергоресурси.

4. Покращення добробуту населення в цілому. Переваги відновлюваних джерел енергії виходять далеко за рамки традиційного виміру економічних показників. Подвоєння частки відновлюваних джерел енергії до 2030 здійснює позитивний вплив на добробут в глобальних масштабах, збільшуючи його на 2,7% та ВВП на 0,6%. А за рахунок більш високої електрифікації тепла і транспорту, подальше зростання може досягнути 3,7%.

Отже, Україна має значний потенціал відновлюваної енергетики, який може бути використаний, щоб покращити торговий баланс, створити робочі місця та стимулювати економічну діяльність за часів, коли країна має подолати важливі економічні виклики, такі як збільшення залежності від імпорту енергоносіїв та необхідність терміново оновити застарілі основні виробничі засоби в енергетиці. Розвиток відновлюваної енергетики також буде важливим внеском у досягнення встановлених політичних цілей – скорочення залежності від імпорту природного газу та диверсифікації джерел енергопостачання. І таке енергопостачання також краще забезпечуватиме енергетичну безпеку.

#### Список використаних джерел:

1. Енергозберігаючі технології. Розбираємося, аналізуємо. 2019. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://shen.ua/obzor-i-analitika-otrasli/energoberegajushie-tehnologii-razbiraemsja-analiziruem/>.
2. REMAP – 2030\_Перспективи розвитку відновлюваної енергетики в Україні до 2030 року. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://uwea.com.ua/uploads/docs/IRENA\\_REmap\\_2015\\_ukr.pdf](http://uwea.com.ua/uploads/docs/IRENA_REmap_2015_ukr.pdf)
3. Джеджула В.В. Енергозбереження промислових підприємств: методологія формування, механізм управління: [монографія] – Вінниця: ВНТУ, 2014. 346 с.
4. Нижник В.М. Ефективне ресурсо- та енергозбереження в системі економії витрат виробництва промислових підприємств / В.М. Нижник, Т.В. Шумовецька // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2019. – № 3. – Т. 3. – С. 100–102.

**Софіна Анастасія,**  
*студентка ВСП «Вінницький фаховий коледж НУХТ»*  
**науковий керівник: Рудь О. В.,**  
*викладач економічних дисциплін*

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОБОТИ В ІНТЕРНЕТІ**

З кожним роком все більше людей цікавляться роботою в Інтернеті. Перспектива працювати вдома за комп'ютером є ідеальним варіантом для студентів, матерів в декреті, а також для тих, хто в процесі пошуку основної роботи, а особливо актуальним така робота в період карантину.

Всесвітня мережа дала життя безлічі нових перспективних професій. І особливістю сьогоdnішнього етапу розвитку є вузька спеціалізація. Розглянемо деякі із найбільш актуальних он-лайн професій.

**Віртуальний керівник.** Роботодавці часто потребують керівників для інтернет-магазину, хороший менеджер в сфері інтернет-продажів. Головні навички: вміння проводити оцінку ризиків ціноутворення, знання в галузі фінансів і логістики. Вітаються базові навички програмування і знання особливостей просування в мережі.

**Менеджери інтернет-проектів.** Їх можна класифікувати за двома напрямками: технічна робота і просування сайту. Фахівці першої групи підбирають команду розробників і контент-менеджерів, займаються технічною стороною інтернет-ресурсу. Діяльність других – це залучення рекламодавців, підвищення впізнаваності бренду, розкрутку сайту і його виведення в топ пошукової видачі [1].

**Спеціаліст з веб-дизайну.** Він виконує безліч різних функцій: розробляє зовнішнє оформлення ресурсу, визначає вигляд призначеного для користувача інтерфейсу, створює макети сторінок і логотипи. Не зайвими будуть навички програмування і верстки. Веб-дизайнеру не обов'язково вміти створювати сайти з нуля, але необхідно знати, як вони створюються.

Банермейкер – це вузька область дизайну, фахівці якої створюють ілюстрації для банерів. Але оскільки банермейкер безпосередньо пов'язаний з рекламою сайту, часто цей самий фахівець займається і його просуванням. У той же час і директор з розвитку, і веб-девелопер можуть виконувати ці завдання паралельно з іншими службовими обов'язками. У великих компаніях баннермейкер – окрема посада [2].

Технічний редактор – це спеціаліст, який робить опис продукції компанії (технічний письменник). Найчастіше він необхідний фірмам, які займаються інформаційними технологіями. Такий фахівець отримує інформацію з різних відділів компанії, систематизує її.

Контент-менеджер або контент-редактор – фахівець з наповнення інтернет-ресурсу текстами і медіа. Він стежить за актуальністю інформації на сайті і регулярно оновлює її. Іноді йому доводиться займатися просуванням сайту, виконуючи функцію інтернет-маркетолога. Є думка, що хороший контент-редактор виходить з людини з філологічною або журналістською освітою. Проте не кожен журналіст може стати веб-редактором – для цього йому потрібно добре розбиратися в сучасних технологіях, знати портрет цільової аудиторії, в більшості випадків необхідне вільне володіння англійською мовою для ведення декількох версій сайту.

Лідер думок в соцмережах Як би дивно це не звучало, але зараз лідер думок – теж робота, яка може приносити непогані гроші. Просування продуктів, сервісів, сайтів та певних політичних чи суспільних ідей через соціальні мережі до аудиторії у десятки й сотні тисяч читачів – чим вам не бізнес? Бренди та компанії радо співпрацюють із лідерами думок у соціальних мережах, котрі пропонують цікаві формати для спільних рекламних проектів [3, с. 115].

На Заході не так давно з'явилася професія з суперечливим назвою «етичний хакер». Співробітник, у минулому хакер, прийнятий на роботу в компанію, аналізує слабкі сторони інформаційної системи, на підставі чого

захищає мережу від злону. Цілком імовірно, що щось подібне отримає поширення й у нас.

Фахівці схиляються до думки, що найближчими роками структура ринку і затребувані на ньому сьогодні професії не зазнають великих змін. Що ж до професій недалекого майбутнього, то багато хто вважає, що поява нових фахівців буде пов'язана з приходом нових технологій, а не нових напрямків бізнесу. Очевидний також факт, що всесвітня павутина сприятиме розвитку наряду віддаленої роботи, для успішного виконання якої з'являтися в офісі зовсім необов'язково.

Список використаних джерел:

1. Навчальний центр ІТС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://itstolytsa.ua/uk/kursy-ua>.
2. Пабліш Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://publish.com.ua/>.
3. Ривкінд Й.Я. Інформатика (рівень стандарту) : підруч. / Й.Я. Ривкінд [та ін.]. – Київ : Генеза, 2018. – 144 с. : іл.

**Фальт Вікторія Юріївна,**  
*студентка ВСП «Вінницький фаховий коледж НУХТ»*  
*науковий керівник: Струс Л.А.,*  
*викладач економічних дисциплін*

## **СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

В останні роки в Україні спостерігається значний інтерес до діяльності малих підприємств, які є найважливішим чинником прискорення соціально-економічного розвитку держави. В Україні малі підприємства набули



значного поширення та займають домінуючі позиції в національній економіці.

Малий бізнес є невід’ємною складовою ринкового господарства, що надає йому гнучкості, мобілізує фінансові й виробничі ресурси, прискорює темпи науково-технічного прогресу, вирішує проблему зайнятості населення, а також формує економічно самостійний і стабільний середній клас [1, с. 259-260].

Різні аспекти та сфери розвитку малого підприємництва в Україні досліджувалися та представлені у працях вітчизняних науковців: З. Варналія, Д. Васильєвої, Т. Васильціва, В. Жука, В. Соколенка та ін

Основною причиною значної уваги науковців до тенденції розвитку малого бізнесу є те, що він відіграє важливу роль у формування рівня зайнятості населення, забезпечення належного конкурентного середовища для середнього бізнесу та підвищення соціально-економічного розвитку суспільства в цілому.

Важливість малого бізнесу полягає в значній його частці в загальній структурі бізнесу. В країнах-членах Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) більше ніж 95% частки всього підприємництва займають фірми мікро та малого бізнесу. 60 – 70% всього зайнятого населення працюють у мікро та малому бізнесі. Розглянемо частку суб’єктів малого підприємництва в Україні за 2015-2019рр. (табл.1)

Таблица 1

Кількість суб’єктів малого та мікропідприємництва за видами економічної діяльності у 2015-2019 роках				
Роки	Суб’єкти малого підприємництва, одиниці	у % до загального показника суб’єктів господарювання відповідного виду діяльності	з них суб’єкти мікропідприємництва, одиниці	у % до загального показника суб’єктів господарювання відповідного виду діяльності
2015	1958385	99,2	1910830	96,8
2016	1850034	99,2	1800736	96,5
2017	189406	99,1	1737082	96,2
2018	1822671	99,1	1764737	95,9
2019	1922978	99	1737082	96

Джерело: [2].

Про важливість малих підприємств в економіці України свідчить їхня переважна частка серед усіх суб'єктів підприємництва. Так у 2015-2019рр. частка малих підприємств у загальній кількості суб'єктів підприємства становила 99,12%. А частка мікропідприємств протягом 2015-2019рр. у загальній кількості суб'єктів підприємства становила 96,28%.

Проте, частка виробленої продукції суб'єктами малого підприємництва до загального показника суб'єктів господарювання становить у 2019р 28,2%, що на 6,6% більше ніж у 2015р.(табл.2)

Таблиця 2.

Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого та мікропідприємництва за видами економічної діяльності у 2015-2019 роках				
Роки	Суб'єкти малого підприємництва, тис.грн	у % до загального показника суб'єктів господарювання відповідного виду діяльності	з них суб'єкти мікропідприємництва, тис.грн	у % до загального показника суб'єктів господарювання відповідного виду діяльності
2015	745058778,6	21,6	373995532,2	10,8
2016	1014203795	24	528897009,1	12,5
2017	1319332391	24,7	706357065,4	13,3
2018	1605385410	25,9	875906688,1	14,1
2019	1971187073	28,2	1113631364	16

Джерело: [2 ].

Показником, який характеризує обсяги діяльності підприємства, є обсяг реалізованої продукції.

Таблиця 3

Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів малого та мікропідприємництва за видами економічної діяльності у 2015-2019 роках				
Роки	Суб'єкти малого підприємництва, тис.грн	у % до загального показника суб'єктів господарювання відповідного виду діяльності	з них суб'єкти мікропідприємництва, тис.грн	у % до загального показника суб'єктів господарювання відповідного виду діяльності
2015	1318974152	23,7	665725784	12
2016	1651982037	24,5	877546992,8	12,1
2017	2067799292	24,9	105219468,1	12,7
2018	2496947692	25	1292430517	13
2019	2698213388	25,6	1430559698	13,6

Джерело: [2 ].

Проведений аналіз свідчить, що за досліджуваний період частка виробленої та реалізованої продукції суб'єктами малого підприємництва та мікропідприємництва зросла відповідно до загального показника всіх суб'єктів господарювання. Але, спостерігається зменшення кількості самих суб'єктів господарювання майже на 2%.

Проаналізуємо основні причини, чому більшість малих підприємств закриваються в період до двох років від початку їхньої діяльності. Для багатьох економічних систем виділяють такі основні причини, які негативно впливають на стан малого бізнесу:

1. Нестача досвіду;
2. Неналежний фінансовий контроль;
3. Неефективне управління;
4. Відсутність стратегій;
5. Низький попит – висока конкуренція;
6. Соціально – економічні та правові аналізи;
7. Недосконала податкова система.

Понад дві третини власників малих підприємств називають економічні фактори причиною припинення діяльності, а одна третя вказують основною причиною закриття бізнесу відсутність прибутку.

Висновок: Отже, проведені дослідження розвитку малого підприємства в Україні показало, що значна частина підприємців щорічно припиняє господарську діяльність через нестабільне бізнес-середовище та несприятливі економічні чинники.

#### Список використаної літератури:

1. Круш П. В., Тульчинська С. О., Шашина М. В. Національна економіка: підручник .2-ге вид. К. : Каравела, 2008. 428 с.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2021)

3. Поліщук, Г.О. Державна підтримка розвитку малого підприємництва: вітчизняний та зарубіжний досвід. URL :[://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2017-1/doc/6/03.pdf](http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2017-1/doc/6/03.pdf) (дата звернення: 15.02.2021)
4. Холоменюк, І.М. Джерела та проблеми фінансування розвитку малого та середнього бізнесу: вітчизняний та закордонний досвід// *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Економіка і менеджмент*. 2016. Вип. 18. С. 113 – 116.
5. Черничко, Т.В. Місце та значення малого бізнесу в розвитку національної економіки // *Збірник науково-технічних праць. Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.4. С. 151 – 156.

**Шугайло Єлизавета,**  
*студентка ВСП «Вінницький фаховий коледж НУХТ»*  
*науковий керівник: Рудь О. В.,*  
*викладач економічних дисциплін*

## **ПРОБЛЕМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ**

Зненацька вибухнувши в усьому світі, пандемія коронавірусу переформатувала все існування людства. Наслідки карантину мають затяжний характер, тому відновлення роботи відбувається поетапно і підприємствам самотужки іноді важко впоратися з викликами, принесеними пандемією.

Багато вітчизняних підприємств малого бізнесу, через збитки завдані карантинними заходами, не зможуть повернутися до своєї роботи. Складно точно оцінити наслідки Covid-19, адже немає сектору економіки, який би був поза межами руйнівного впливу епідемії.

Зараз найважче «тримати удар» малому бізнесу. Головною серед проблем малого бізнесу є втрата доходів повної або часткової зупинки

роботи частини підприємств. Втрати внаслідок зменшення замовлень зазнають підприємства, що працюють у сфері транспортних перевезень, громадського харчування. Майже повністю паралізовані заклади обслуговування, розваг, туризму, готельного бізнесу, спортивні клуби, освітні центри з офлайн навчанням.

Не дивлячись на це, є види діяльності, які навіть лишилися у виграші від цього! Дохід деяким продуктовим магазинам, сервісам доставки, продавцям платного контенту, продавцям та постачальникам засобів гігієни.

Ще одна гостра проблема – сплата оренди. Багато закладів після оплати приміщення, у зв'язку з карантинном, змушені були закритись. Звичайно, гроші їм ніхто не повернув. Таким чином, дуже багато бізнесів та підприємств залишилися майже ні з чим! Щоб запобігти цьому, необхідно переглянути в договорі оренди розділ, в якому прописані положення про форс-мажор і порядок виконання зобов'язань за договором на період його дії.

Наступна проблема пов'язана з персоналом. Попри суттєве скорочення або відсутність доходів необхідно все ж таки платити заробітну плату найманим працівникам. Багато роботодавців просто поскорочували кількість працівників, суму заробітної платні та деякі навіть примушували до відпустки за власний рахунок. На вітчизняному ринку праці «із середини березня (початку карантину) кількість нових вакансій упала вдвічі, а кількість зареєстрованих безробітних зростає [3].

Пандемія COVID-19 призводить до значних суспільних та організаційних змін. Для скорішого відновлення діяльності компаній керівникам підприємств доцільно втілювати концепцію майбутнього роботи (Future of work), сформовану на основі методів і підходів, які застосовують під час кризи.

Future of work – це створення робочих сфер майбутнього. Основними елементами програми є: цифровізація – інтеграція “розумних технологій”; впровадження інновацій – поширення індивідуальної та колективної творчості; операційна ефективність – оптимізація ресурсів підприємств;

фінансові результати – оптимізація затрат для підвищення рентабельності інвестицій; користувацький досвід – створення людсько-орієнтованих підходів до організації офісу [1].

Також дієвими засобами полегшення роботи підприємств є контент-маркетинг та діджитал-маркетинг. В хороші часи контент використовується для підвищення впізнаваності бренду, формування лояльної аудиторії. Це правильні задачі для періоду зростання, коли потрібно використовувати наявний попит.

Спеціалісти виділили два важливі чинники, які допомогли успіху їх контент-маркетингу в цьому складному році: цінність виробленого контенту (83%) і поліпшення на сайті, в тому числі новий контент (60%).

Карантин привчив бізнес працювати віддалено та онлайн. Продавці навчились виконувати плани продажів без персональних зустрічей, а клієнти — домовлятися з постачальниками по Zoom. Діджитал-маркетинг став єдиним каналом взаємодії з клієнтами на довгі місяці, і надалі залишиться головним.

Тому бізнес, щоб зберегти зв'язок з клієнтами мусить залишатися поруч з ними: через корисні статті, підказки, кейси — все це допоможе їм розібратися в поточній ситуації та побачити перспективу [2].

Отже, пандемія сколихнула і вплинула чи не на всі підприємства в Україні. Крім того, показала якими незахищеними насправді можуть бути як власники бізнесів, так і наймані працівники. За таких несприятливих економічних умов існує великий ризик, що частина малого бізнесу піде у тінь.

Говорячи за допомогу держави у теперішній ситуації, можна сказати, що хоча українська влада й переймається проблемами малого підприємництва, масштаби державної допомоги все ж є досить скромними. При наявній підтримці та оптимістичному настрої, у малого бізнесу в Україні є шанси подолати кризову ситуацію, хоч і зі значними втратами.

### Список використаних джерел:

1. Future of work. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://iotworldsummit.ru/trend/future-of-work-sozdanie-rabochih-prostranstv-budushhego/>.
2. Контент-маркетинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://toplead.com.ua/ru/blog/id/chomu-kontent-marketing-takij-vazhlij-pid-chas-pandemiji-koronavirusu-256/>.
3. Як врятувати малий бізнес. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/opinions/jak-vrjativati-malij-biznes-v-umovah-karantinu-367890/>.

## **Секція 2. Маркетинг**

**Гаврилюк Анна Михайлівна,**  
*студентка ВСП «Вінницького фахового коледжу НУХТ»*  
**науковий керівник: Бартельова А.А.,**  
*викладач економічних дисциплін*

### **ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СОЛОДКА МРІЯ»**

За сучасного стану розвитку економіки України виникає невідкладна потреба всебічної перебудови і удосконалення господарської діяльності підприємств, конкурентоспроможність яких у значній мірі залежить від маркетингу. Серед базових маркетингових напрямів, які визначають комерційний успіх підприємства на ринку, головна роль належить маркетинговій товарній політиці.

Підприємницька діяльність є ефективною, коли товар, який підприємство виготовляє знаходить попит на ринку, а задоволення певних потреб покупців завдяки придбання даного товару приносить прибуток.

Товарна політика і є ядром маркетингових рішень, навколо якого формуються інші рішення, пов'язані з умовами придбання товару і методами його просування від виробника до кінцевого покупця.

Зовнішнє оточення господарських суб'єктів завжди змінюється. Для того, щоб вижити в таких умовах, підприємству, яке хоче мати ефективний, довгостроковий, поступовий розвиток, необхідно забезпечити стійкі конкурентні переваги, завоювати міцні ринкові позиції, збільшити обсяги реалізацій та чистого прибутку, сформувавши оптимальну товарну політику.

Товарна політика не може бути відокремлена від реальних умов функціонування і розвитку зовнішнього середовища підприємства, від специфіки його виробничо-комерційної й маркетингової діяльності. Формування стратегії і тактики проведення товарної політики потрібно



здійснювати відповідно до вимог ринку і поведінки конкурентів. Якщо ж на підприємстві немає сформованої товарної політики, то це може призвести до нестійкості асортименту, втрати контролю над конкурентоспроможністю і комерційною ефективністю товарів.

Маркетингова товарна політика передбачає виконання таких заходів як: розробка товару (створення нових чи модифікація існуючих); обслуговування товару (забезпечення сталості відповідних характеристик товару, що користується попитом); елімінування (зняття товару з виробництва).

Основними цілями маркетингової товарної політики підприємства при розробці нового товару або вдосконалення існуючого є збільшення доходів і прибутку, досягнення конкурентних переваг, вихід на нові ринки збуту, збільшення існуючої частки ринку, посилення уваги. При обслуговуванні товару цілями є забезпечення стабільності отримання доходів і прибутку, забезпечення стабільності характеристик товару, які користуються постійним попитом. При знятті товару з виробництва, підприємство має на меті зберегти існуючий рівень доходів, оптимізувати товарний асортимент, скоротити витрати виробництва і обігу товарів, попит на який знижується.

Основне завдання виробничого підприємства на конкурентному ринку – створення стійких відмінних переваг, що допомагають завоювати споживачів: постійне підвищення якості та розширення асортименту продукції, підвищення рівня задоволеності споживача. Перевага досягається завдяки наявності асортименту, який за своїми якісними характеристиками перевершує пропозиції конкурентів.

Досліджуючи товарний асортимент підприємства ТОВ «Солодка мрія», зроблено відповідні висновки.

Кондитерські вироби є популярними продуктами харчування, які мають досить стійкий попит серед споживачів. Працюючи на ринку харчової промисловості тривалий час, ТОВ «Солодка Мрія» налагодило виробництво і випуск кондитерських виробів в широкому асортименті.

Завдяки наявності сучасних технологічних ліній, унікальної рецептури і контролю якості продукції на кожному етапі виготовлення, кондитерські вироби під торговою маркою ТОВ «Солодка Мрія» завжди відрізняються високим попитом і популярністю.

Сьогодні кондитерське виробництво ТОВ «Солодка Мрія» займається випуском різних тортів, тістечок, пиріжків, а також солодких пирогів з начинкою. Особливістю кондитерської продукції ТОВ «Солодка Мрія» є те, що окрім безпосередньої випічки різних виробів в якості інгредієнтів також використовується продукція власного виготовлення. Починаючи від простої води, що видобувається з власної артезіанської свердловини на глибині 150 метрів, закінчуючи різними плодово-ягідними начинками. Такий підхід дозволяє забезпечувати необхідний рівень відповідності кондитерських виробів нормам і стандартам харчової промисловості, а також гарантувати високі смакові якості випічки.

Крім пропонованих сьогодні видів кондитерських виробів, асортимент продукції постійно розширюється. ТОВ «Солодка Мрія» постійно в пошуку нових рецептур, працює над впровадженням нових технологій, і орієнтується на тенденції ринку в плані регулювання асортименту. Тобто в пропозиції від торгової марки ТОВ «Солодка Мрія» завжди можна знайти саме ті кондитерські вироби, що користуються попитом, при цьому є просто дуже смачними і можуть стати прикрасою будь-якого святкового столу.

Зефір, мармелад, цукерки – це одні із улюблених ласощів не тільки для дітей, але й для багатьох дорослих. Тому ТОВ «Солодка Мрія» налагодила випуск широкого асортименту зефірів і мармеладів, цукерок з різноманітними смаками. Вся продукція широко представлена в торгових мережах і роздрібних магазинах по всій Україні.

Для отримання високоякісної продукції необхідно не тільки наявність спеціалізованого обладнання та впровадження відповідних технологій, але й значний рівень знань. Підприємство ТОВ «Солодка Мрія» володіє і тим, і іншим. Але не тільки в обладнанні і знаннях технологів секрет популярності

продукції ТОВ «Солодка Мрія». Що стосується рецептури, то від її правильного вибору залежить те, наскільки виріб вийде вдалим, та припаде до смаку споживачу. Якість сировини особливо впливає на смакові та поживні властивості продукту. ТОВ «Солодка Мрія» закуповує сировину тільки у сертифікованих постачальників, що виробляють продукцію в екологічно чистих регіонах і здійснюють контроль якості, що відповідає вимогам та стандартам.

Отже, для успішного функціонування підприємства ТОВ «Солодка Мрія» і для забезпечення комерційного успіху, її товари повинні містити важливі елементи цінності, бути високоякісними, задовольняти потреби споживачів. Саме ці особливості товарів сприяють їх визнанню на ринку, породжують прихильність споживачів, забезпечують конкурентоспроможність серед товарів-аналогів.

#### Список використаних джерел:

1. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика підприємства: управління стратегіями диверсифікації : монографія / С. М. Ілляшенко, Г. О. Пересадько. – Суми : Університетська книга, 2018.– 328 с.
2. Каїра З.С. Маркетингова товарна політика підприємства та шляхи її удосконалення // Бізнесінформ. – 2019 – № 8 – С. 192–194.
3. Крикавський Є. Маркетингова товарна політика. Навчальний посібник. – Львів: Львівська політехніка, 2018. – 276 с.
4. Офіційний сайт ТОВ «Солодка Мрія» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://vzfk.com.ua/>
5. Савчук О. Використання продуктово-маркетингової програми у формуванні асортименту харчових підприємств //Актуальні проблеми економіки. – 2019. – №1 – С. 87–94.

**Мішук Діана Ігорівна,**  
*студентка ВСП «Вінницький фаховий коледж НУХТ»*  
**науковий керівник: Струс Л.А.,**  
*викладач економічних дисциплін*

## **МЕСЕНДЖЕР-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ**

В реаліях сьогодення важливим стає продаж через мережу Інтернет. Робота через Інтернет, навчання через Інтернет, спілкування, онлайн-ігри та інше. Інтернет переносить деякі підприємства на глобальний рівень, спрощує та покращує укладання різних договорів між підприємствами, пришвидшує комунікацію і сприяє пошуку цільової аудиторії, а також поширенню своєї продукції чи/та послуг через Інтернет.

У зв'язку з цим виникло таке поняття як «інтернет маркетинг» або «месенджер маркетинг». Зараз такий маркетинг дає хороші результати, так як кількість користувачів мережі зростає, і це люди майже всіх вікових категорій та професійних груп. Він є лише частиною загального маркетингу і має свої особливості та переваги:

1. Цінова доступність,
2. Варіативність контенту,
3. Лояльність,
4. Висока ефективність.

Сфера Інтернет-маркетингу активно розвивається. На сьогоднішій день існує безліч, видів та методів інтернет-маркетингу. Серед них найбільш популярними й ефективними є: пошукова оптимізація сайту, маркетинг соціальних мереж, E-mail маркетинг, месенджер-маркетинг, директ маркетинг, вірусний маркетинг, маркетинг на форумах і дошках оголошень, контекстна реклама, партнерська програма, блог, відеомаркетинг, банерна реклама, медійна реклама, тематичні статті. (Рис. 1)

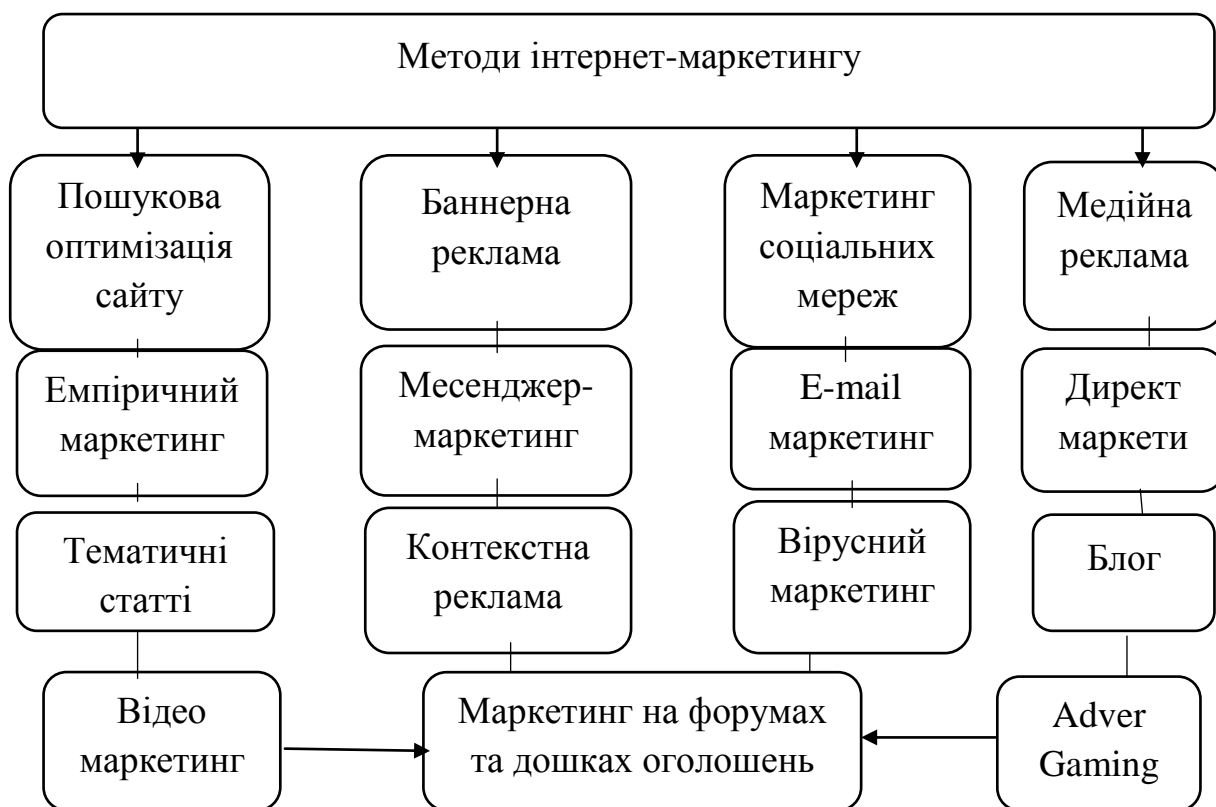


Рис. 1- Методи інтернет-маркетингу.

*Джерело:* складено авторами на основі [2]

Месенджер-маркетинг (месенджінг) – це інструмент просування, який передбачає налагодження контактів через месенджери.

Месенджери – це спеціальні програми для миттєвого обміну повідомленнями у реальному часі через мережу Інтернет. За їх допомогою можна передавати текст, фотографії, відео, голосові замітки, здійснювати дзвінки, організовувати групові відеоконференції та чати. [1]

Серед месенджерів за даними Similarweb у світі лідирує WhatsApp, а на другому місці Facebook Messenger, але не в Україні. Беззастережне лідерство належить Viber, яким як мінімум раз на місяць користується 94% власників смартфонів (це майже 40% всього населення України). Facebook Messenger займає друге місце з величезне відривом, а WhatsApp – один з найменш поширених месенджерів в Україні. (Рис. 2)



Рис. 2- Рейтинг мобільних додатків в Україні станом  
на березень 2020 рік

*Джерело:* складено авторами на основі [3]

Продаж товарів через месенджери є надзвичайно перспективним, оскільки за останні роки стрімко зростає кількість користувачів мобільними месенджерами в світі. (Рис. 3)



Рис. 3- Кількість користувачів мобільними месенджерами у світі за  
2016-2021 роки (млрд)

*Джерело:* складено авторами на основі [6]

Отже, з рисунка 3, ми бачимо стрімке зростання користувачів мобільних месенджерів у світі. Це пояснюється певними перевагами месенджерів перед традиційними засобами комунікацій. Основні з них можна розділити на дві великі групи:

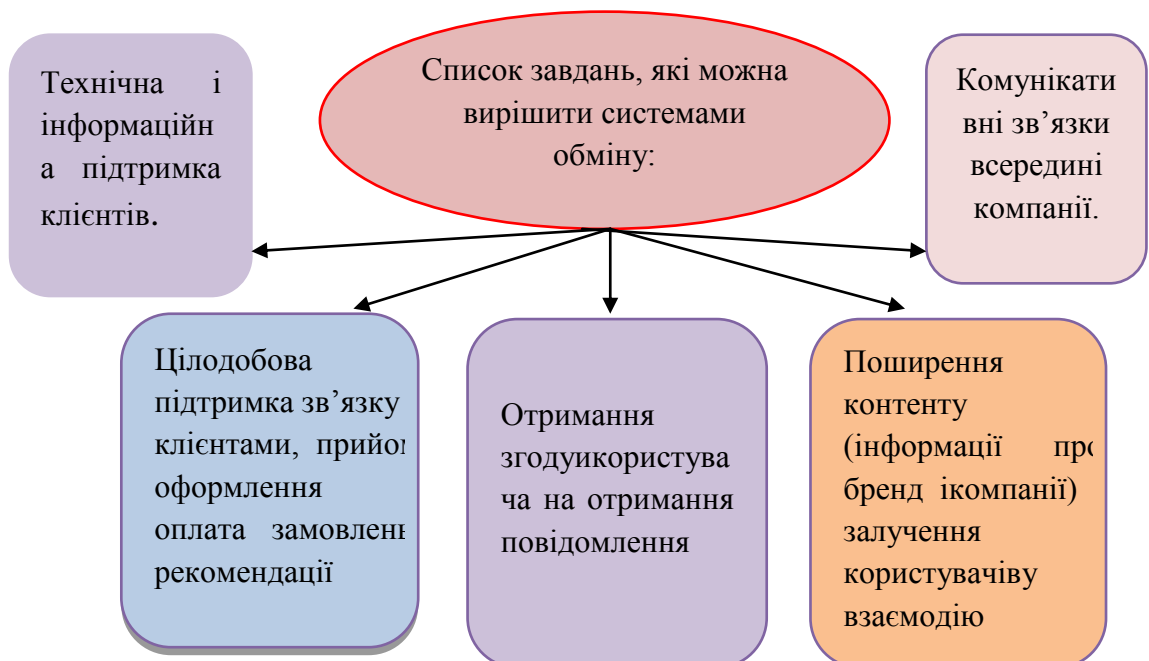
- 1) Для бізнесу:
  - Зручність;
  - Популярність;

- Конфіденційність та персональність;
- Різноманітний контент;
- Цілодобова підтримка;
- Почати користуватися месенджерами легко, так само як налаштувати їх під себе;
- Витрати на розсилку інформації в месенджерах менше, ніж по СМС та електронною поштою

2) Для клієнта:

- Клієнту не потрібно робити зайвих дій (переходити на сайт і т.д.)
- Месенджери є доступними на всіх платформах та адаптовані під мобільні пристрої, на відміну від сайтів з онлайн-консультантами.
- Описуючи проблему, клієнт у месенджері може не тільки відправляти текст, але й фотографії (скріншот платіжки або фото отриманого товару), що прискорює процес вирішення питання.

Сьогодні, месенджери перетворилися на повноцінні канали поширення інформації, майданчики для здійснення бізнес-операцій, нові соціальні медіа і простір для залучення нових користувачів. [4]



**Висновок:** Отже, на основі вищезгаданого, можна говорити про те, що месенджери, є із одного інструментів соціальних медіа, перетворились на нові, самостійні медіа. Список завдань, які можна вирішити за допомогою системи месенджер-маркетингу є доволі широким, гнучким та дієвим. Сьогодні, бізнес розглядає месенджери, як найефективніші майданчики для здійснення бізнес-операцій та простір для залучення нових користувачів.

Список використаної літератури:

1. Виноградова О.В, Дрокіна Н.І, Драчук В.Г – Можливості месенджер-маркетингу для просування товарів та послуг в інтернеті. «Економіка. Менеджмент. Бізнес» №1(31), 2020 рік ст. 11-14.
2. Вирин Ф., Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов. Москва, 2012. 128 с.
3. Как использовать месенджеры для рекламы [Электронный ресурс] URL: <https://texterra.ru/blog/kakispolzovat-messendzhery-v-marketinge.html>
4. Корзая Н.Р. – Основні особливості месенджер-маркетингу. Науково економічний журнал «ІНТЕЛЕКТ XXI» №2 2018 рік ст. 172-175.
5. Полезный функционал мессенджеров глазами email-маркетолога URL: <https://www.likeni.ru/analytics/poleznyy-funktsional-messendzherov-glazami-email-marketologa/> (дата звернення 14.02.21)
6. Почему мессенджеры — хороший канал для брендов. URL: [https://www.dalee.ru/blog/messenger\\_marketing.html](https://www.dalee.ru/blog/messenger_marketing.html) (дата звернення: 10.02.21)



**Паровая Марія Дмитрівна,**  
*студентка ВСП «Вінницького фахового коледжу НУХТ»*  
**науковий керівник: Бартельова А.А.,**  
*викладач економічних дисциплін*

## **КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ – МИСТЕЦТВО ПЕРЕКОНАННЯ**

Контент-маркетинг – це стратегічний підхід, який ґрунтується на створенні і розповсюдженні цінного, релевантного, послідовного і взаємопов'язаного контенту, щоб залучити й утримати чітко визначену аудиторію – і у підсумку отримати прибуток в результаті дій клієнтів.

На сьогодні контент-маркетинг – рушійна сила ведення бізнесу, яка з кожним роком висуває все нові правила та вимоги. Значна кількість іноземних компаній активно застосовують контент-маркетинг, як стратегію функціонування діяльності фірм та зазначають його як пріоритетний напрям розвитку. Зарубіжні маркетологи вважають, що рівень контент-маркетингу є запорукою конкурентоздатності фірм на ринку.

Стрімкий розвиток Інтернет-технологій сприяє поширенню нових та цікавих, а головне необхідних інформаційних джерел, які власне накопичують у собі достовірний, чесний контент, що допомагає знайти відповіді на запитання та вирішити проблеми користувачів Інтернету. На противагу зарубіжному досвіду, відсоток застосування контент-маркетингу в Україні доволі низький. Передусім це пов'язано із браком інформації та практики застосування контент-маркетингу. Вітчизняні підприємства не повністю ознайомлені, або ж не приділяють достатньої уваги на поширення нового вже діючого інструмента ведення бізнесу, а саме — контент-маркетингу. Відтак вбачається потреба в інформуванні та розповсюдженні інформації щодо напрямів застосування контент-маркетингу, його складових та інструментів. [5]

Серед тактик та стратегій контент-маркетингу, складених по рейтингу Content Marketing Institute, українські компанії використовують в середньому

до 5-7 основних, з помітним відставанням по домінуючим у західному середовищі – білі книги та історії успіху. Навпаки, статті, новинні дайджести, блоги та відео стали вже досить поширеними засобами контент-маркетингу. У чому єдність українських маркетологів зі своїми колегами із Заходу – і ті, й інші визнають, що викликом номер один в контент-маркетингу є створення якісного контенту. [6]

Основною причиною виникнення контент-маркетингу є зміна алгоритмів, за якими працюють пошукові системи – тепер позиція сайту в пошуку залежить не від кількості ключових фраз, які зустрічаються на сторінці, а від глибини її перегляду, часу, кількості відмов і наявності коментарів. Іншими словами, пошукові сайти тепер відбирають найбільш корисні і інформативні ресурси, на яких користувачі знаходять відповіді на свої запитання, а не ті, які рясніють високочастотними запитами, але не мають у собі великої цінності для клієнта [3].

Якість контент-маркетингу у свою чергу визначається за трьома основними критеріями: контент має бути унікальним, корисним, цікавим. Професіонали стверджують, що контент повинен не лише надавати освіту, розвивати і розважати, але одночасно створювати лідируючі позиції для компаній та їх продукції і позиціонувати їх на ринку як провідних експертів [2; 4].

На сьогодні у світі інтенсивно лідирує Інтернет-маркетинг, який уже декілька років послаблює так званий «паперовий маркетинг». Стрімкий розвиток технологій, ноу-хау, захоплення людства різноманітними гаджетами, спричиняє створення та поширення різноманітних технологій Інтернет-маркетингу. Контентна інформація може мати різну форму. Провідний маркетолог М. Стелзнер зазначав: «Наповнення контенту можна порівняти з пальним – звичайним і ракетним, а бізнес – із космічною ракетою, яка використовує це пальне».

Контент-маркетинг виникає на перетині бренд-маркетингу, просування продукту чи сервісу і формування попиту. Типи контент-маркетингу

залежатимуть від специфічних потреб вашого бізнесу. Наприклад, якщо метою є формування попиту, то основну увагу треба приділити SEO-просуванню.

Content Marketing Institute наводить останні дані про популярність контент-маркетингу на західному ринку. 90% компаній використовують контент-маркетинг для спілкування зі своєю аудиторією, при цьому 34% відзначають реальну користь і приплив лідів (дій клієнта, котрі передбачають зазначення контактних даних), які стимулюють якісний контент. З них більше 79% використовують цю техніку для підвищення впізнаваності бренду, 71% - для залучення клієнтів і 65% - для посилення лояльності і залучення в бренд [3]. За останні декілька років у світі з'явилася тенденція до відмови від традиційної реклами і активне використання контент-маркетингу. Щодо українського ринку, показники використання контент-маркетингу менші, оскільки він не настільки прогресивний у застосуванні нових прийомів і методів, навіть у певній мірі консервативний, однак українські спеціалісти вже ведуть дослідження і впроваджують контент-маркетинг у своїй комунікаційній діяльності. [2]

Етапи реалізації контент-маркетингу:

1. Створення контенту чи координація його створення. Для початку просування ви потребуєте власне контенту, у будь-якому вигляді – цифровому або фізичному, залежно від потреб вашого бізнесу.

2. Редагування контенту. Ви можете втратити потенційних клієнтів через звичайні помилки, тож не варто економити на цьому етапі.

3. Розповсюдження контенту. В Інтернет-маркетингу це соцмережі, блоги, email-розсилки, в офлайновому маркетингу інші, більш традиційні методи: публікації в мережевих журналах, інтерв'ю, презентації та інші публічні виступи.

4. Аналітика. На цьому етапі важливо оцінити, наскільки успішно було проведено кампанію з просування, чи вдалося залучити цільову аудиторію, що зробити в майбутньому для виправлення помилок і поліпшення

результату. Будь-яке контентне просування – охоплює тривалий час, найуспішніші бренди нараховують не один десяток років. Спочатку ви працюєте на ім'я, потім ім'я працює на вас, але на кожному етапі необхідно «звіряти годинники»: дані веб-аналітики, дистрибуції, кількість продажів, впізнаваність бренду. Параметри визначення успішності кампанії залежать від конкретних цілей вашого бізнесу. [1]

Висновок: Отже, що контент-маркетинг з кожним роком стає більш важливою складовою інтернет-просування, ніж слогани та промо. За допомогою контент-маркетингу компанія може створити власний неповторний стиль, який користувачі будуть впізнавати навіть без зазначення бренду, збільшити потік органічного трафіку на свої ресурси та стати більш авторитетним брендом в очах споживача та пошукових систем. Корисний контент, який компанія розміщує на своїх ресурсах, та включає цікаву інформацію, є майбутнім взаємних відносин між споживачем та бізнесом. Люди готові бути лояльними до компаній, що надають їм інформацію, яку вони потребують, повною мірою.

#### Список використаних джерел:

1. Режим доступу: [https://www.eduget.com/news/kontent-marketing - mistectvo\\_perekonannya-2529](https://www.eduget.com/news/kontent-marketing-mistectvo_perekonannya-2529)
2. Черевко В. Контент-маркетинг и его роль для бизнеса/ В. Черевко // Forbes. -2014. - №6. – с.48-49.
3. Контент -маркетинг как современная альтернатива «умирающему» SEO [Електронний ресурс] 2008-2014. – Режим доступу: <http://blog.digitalgeeks.ru/kontent-marketing-kak-sovremennaya-alternativa-seo/>
4. Контент-маркетинг: [Електронний ресурс] / Fll.ru &mdash. В.: 2005-2014. – Режим доступу: <http://fll.ru/kontent-marketing>
5. Дзуліт З., Онищенко О. Прогнозування тенденцій розвитку соціального медіа маркетингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nv.nltu.edu.ua/index.php/journal/article/view/1575>
6. Контент-маркетинг для B2B. Режим доступу: <https://xn----7sbbibdntwehi3abbz0b.xn--p1ai/otraslevoy-marketing/b2b/kontent-marketing-dlya-b2b/>

### Секція 3. Управління підприємством

**Макогонюк Юлія Петрівна,**  
*студентка КЗВО «Вінницький*  
*гуманітарно-педагогічний коледж»*  
*науковий керівник: Лимар О.Ф.,*  
*викладач фінансово-економічних дисциплін*

#### УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Поняття «ефективність діяльності підприємства», в сучасних ринкових умовах, займає одну з важливих характеристик прибутковості бізнесу та результативності управління компанією, що сприяє її подальшому функціонуванню та розвитку. В умовах високого рівня невизначеності, конкуренції, присутності різного роду кризових явищ, наявності різних політичних та економічних проблем в країні, підвищення ефективності функціонування підприємства є першочерговим напрямом вирішення зазначених питань.

Необхідність підвищення рівня ефективності діяльності та удосконалення управління на підприємстві полягає не тільки у формуванні нових цілей, завдань та принципів менеджменту, у задоволенні потреб споживачів та розширенні ринкових можливостей підприємства, але й в оперативному, своєчасному реагуванні керівництва підприємства на негативний вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на діяльність суб'єкта господарювання. Тому основною метою підвищення ефективності діяльності підприємств є перш за все, раціональне використання всіх ресурсів підприємства та їх потенціалу в цілому, а по-друге, формування нових концепцій сучасного управління у взаємозв'язку із розвитком цифрового маркетингу, інформаційної економіки, розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та економічних трансформацій [1].

Оцінка ресурсної, інституціональної, цільової ефективності дає можливість розробити оптимальні рішення щодо покращення управління

підприємством та ефективністю його діяльності.

Ресурсна (технологічна) ефективність – ступінь інтенсивності використання ресурсів економічного суб'єкта з точки зору співвідношення між обсягами випуску різних видів продукції за певною технологією та розмірами витрачених ресурсів.

Інституціональна ефективність – актуальна для трансформаційної неврівноваженої економіки, у якій великого значення набувають інституціональні аспекти діяльності. Роль кожної економічної організації розглядається з точки зору відповідності її діяльності стійким очікуванням, пропонованим з боку економічних суб'єктів і фізичних осіб. Ці підприємства суттєво впливають на різні групи зацікавлених осіб (акціонерів, працівників, держави, кредиторів тощо). Тому при оцінці ефективності їх діяльності потрібно обов'язково враховувати інтереси усіх зацікавлених осіб.

Цільова ефективність - ступінь відповідності функціонування досліджуваної системи її цільовому призначенню, ступінь досягнення еталонного значення. В сучасній економічній теорії даний вид ефективності отримав назву «результативність» та розвивається як окремий напрямок [2].

Ефективність суспільного виробництва виражає загальний державний інтерес. Її показники оцінюють рівень і динаміку ефективності суспільного виробництва з точки зору економічних інтересів суспільства в цілому.

У той же час поряд з названими видами ефективності доцільно визначати наступні: ринкову (ліквідність бізнесу, майнового комплексу), виробничу (технічну, технологічну, організаційну), інвестиційну (інвестиційний потенціал), фінансову (платоспроможність, фінансова стійкість), комерційну (швидкість оборотності активів), соціальну (соціальна стабільність колективу), екологічну (рівень охорони навколишнього середовища). Фінансова та інвестиційна ефективність, як і операційна, повинні визначатись на підставі відповідних видів діяльності підприємства [3].

Ефективність управління визначається фактично як цільова

ефективність, тобто як ступінь відповідності фактичного результату очікуваному, ступінь досягнення цілі. Але управління за цілями є лише одним з видів управління. Не менш важливими є управління ризиками, управління бізнес-процесами. Ризики виникають випадково, незалежно від цілей підприємства, тому потребують спеціальних засобів управління, зокрема управління в режимі реального часу. Крім того, досягнення цілей може відбуватись і по незалежних від керівництва підприємства причинах, зокрема зі сприятливою кон'юнктурою ринку [4].

При оцінці ефективності управління потрібно враховувати виключно ті результати, які отримані безпосередньо внаслідок прийняття управлінських рішень, тобто потрібно оцінювати економічний ефект для кожного рішення. Звісно, це дуже ускладнює проведення оцінки. Тому метод прямого рахунку доцільно застосовувати лише відносно найбільш важливих рішень, що суттєво вплинули на ефективність діяльності підприємства. В інших випадках, можуть використовуватись експрес-методи з непрямым розрахунком економічного ефекту як величини зміни ефективності діяльності під впливом факторів, на які було спрямовано керуючі впливи [5].

Отже, ефективність управління представляє собою підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок своєчасних та обґрунтованих управлінських рішень, що дозволяють використати внутрішньогосподарські резерви, а також знизити втрати від операційних, інвестиційних та фінансових ризиків.

#### Список використаних джерел:

1. Осовська Г. В. Основи менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://library.if.ua/book/3/458.html>
2. Євдокимова Т.В. Аналіз генезису теоретичних підходів до поняття і оцінки ефективності // Вісник Томського держ. ун-ту. Економіка.- 2013.-№3 (23). - С. 22-27.
3. Гончарук А. Г. Управління ефективністю діяльності підприємства / Гончарук А. Г. - О .: Астропринт, 2012. - 258 с.

4. Мухін В.І. Основи теорії управління / Мухін В.І. - М .: Іспит, 2002. - 256 с.

5. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. - Вид. 2-ге, перер. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. - 528 с.

**Меліховець Ганна Алімівна,**  
*викладач економічних дисциплін ВСП «ВіФК НУХТ»*

## **УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективність функціонування будь-якого підприємства залежить від правильної стратегії, в першу чергу, управління власним капіталом підприємства. Управління власним капіталом починається з моменту створення підприємства та здійснюється на всіх стадіях життєвого циклу підприємства.

Дослідженню питань управління, формування та використання власного капіталу підприємства присвятили свої праці: І. А. Бланк, М.М. Бердар, І.В. Зятковський, Р.І. Заворотній, М. Колісник, С.Я. Касян, О.Г.Біла, Г.О.Крамаренко, А.М.Поддєрьогін, а також ряд інших авторів. Проте, питання підвищення ефективності використання власного капіталу є актуальним та потребує додаткових досліджень.

Поняття капіталу походить від латинського «capitalis», що означає – головний, основний [1,ст.98]. З позиції фінансового менеджменту капітал – накопичений шляхом заощаджень запас економічних благ у формі грошових коштів і реальних капітальних товарів, що залучаються його власниками в економічний процес як інвестиційний ресурс і фактор виробництва з метою отримання доходу, функціонування яких у економічній системі базується на ринкових принципах і пов'язане з чинниками часу, ризику та ліквідності [2,ст.87].



Оснoву капіталу складає власний капітал. Власний капітал – це власні фінансові ресурси підприємств [ 3, с.39]. Бердар М.М. зазначає, що власний капітал - це власні джерела фінансування підприємства, які без визначення терміну повернення внесені його засновниками або залишені ними на підприємстві з чистого прибутку [ 4, с.18] .

Управління капіталом – це управління структурою і вартістю джерел фінансування (пасивів) з метою підвищення рентабельності власного капіталу та здатності підприємства платити дохід кредиторам і співвласникам підприємства. Мета управління власним капіталом – забезпечення стійкого і ефективного розвитку бізнесу [5,ст. 155].

Для оцінювання зростання бізнесу найчастіше застосовують факторну модель «Du Pont» та модель А. Дамодарана. Обидві моделі містять найбільш поширений мультиплікатор зростання – рентабельність власного капіталу.

Зокрема, модель А. Дамодарана, визначає темпи приросту прибутку підприємства, на основі показників: коефіцієнта нерозподіленого прибутку, фінансового важеля , дохідності капіталу і ставки податку на прибуток [6].

Модель «Du Pont», яка також передбачає визначення зміни рентабельності власного капіталу, застосовуватися для оцінювання зростання бізнесу, але на основі інших фінансових мультиплікаторів. Модель (рівняння) Дюпон - система аналітичних показників для оцінки інвестиційної привабливості та результатів діяльності компанії, що використовується в світі вже понад 100років. Різні варіанти моделі «Du Pont» можуть відображати від двох до п'яти фінансових мультиплікаторів. Ці мультиплікатори разом із моделлю дають можливість постійно моніторити зростання бізнесу.

Заслуговує на увагу модель «Du Pont» в імплементації українського вченого М. Колісника. Зокрема, М. Колісник адаптував модель «Du Pont» для оцінки компанії в цілому, окремих сегментів бізнесу, окремих продуктів та навіть ефективності окремих людей [7]. Так, для оцінки діяльності окремих сегментів бізнесу та окремих продавців він пропонує

більш раціонально використовувати аналог класичного двокаскадного рівняння Дюпон.

Одним з найцікавіших версій рівняння Дюпон є його використання для визначення привабливості торгівлі окремими видами продуктів та платіжних умов, які пов'язані з цими продуктами. Привабливість товарної позиції залежить не лише від маржинальної прибутковості, а й від того наскільки швидко обертається продукт та наскільки швидко клієнти за нього розраховуються [7].

Маючи звіт про фінансові результати та використавши модель «Du Pont» можемо визначити показники операційного, фінансового, адміністративного та податкового важелів компанії.

Отже, з метою підвищення ефективності використання власного капіталу, можна здійснювати оцінку його використання із застосуванням факторної моделі «Du Pont».

#### Список використаних джерел:

1. Дема І.Д., Дорохова Л.М., Віленчук О.М. Фінансовий менеджмент : підручник . Житомир : ЖНАЕУ, 2018. 320 с.
2. Фінансовий менеджмент: елект. навч. посібник / І.А.Бігдан, Л.І. Лачкова, В.М. Лачкова, О.В. Жилякова – Х.:ХДУХТ, 2017.  
URL:<http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1864/1/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%A4%D0%9C.pdf>.
3. Аніловська Г.Я., Висоцька І.Б. Фінанси підприємств: навч. посібник. Львів: ЛьвДУВС, 2018. 440 с.
4. Бердар М.М. Фінанси підприємств: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
5. Бланк И. А. Управление формированием капитала / Бланк И. А.. – К.: Ника –Центр, 2000. – 512 с.
6. Заворотній Р.І. Запровадження факторних моделей в оцінювання

зростання вітчизняного бізнесу. Актуальні проблеми економіки. 2012. №3(129). С.312-320. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/1485?show=full> (дата звернення 05.02.2021).

7. Колісник М. Рівняння Дюпон: нові імплементації старого аналітичного інструменту. URL: <http://www.kolisnyk.in.ua/publications/mk-articles/> (дата звернення 05.02.2021).

**Подуфалов П.П.** викладач I категорії  
ВСП «Могилів-Подільський технологіко-економічний  
фаховий коледж Вінницького НАУ»

## **ІНФОРМАЦІЙНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

**Постановка проблеми.** Становлення та розвиток ринкової системи господарювання в Україні вимагає економічного та соціального розвитку країни та суспільства, що є можливим лише за рахунок формування та розвитку підприємницької діяльності. Держава визначає загальні умови відтворення та економічне середовище діяльності підприємства, та підприємництво формує ринок задоволення потреб суспільства та розвиток економіки країни в цілому. Саме тому ефективне правове регулювання підприємницької діяльності з боку держави є благополуччям країни в цілому.

**Аналіз досліджень і публікації.** Проблеми правового забезпечення суб'єктів господарювання знайшли своє відображення у працях Ю.В. Гаруста, О.А. Кириченка, О.Л. Коробчинського, М.М. Кочева, Т.В. Лічмана, О.М. Шелухіна.

**Метою** дослідження є вивчення ефективності та чітка конкретизація інформаційно-правового забезпечення підприємницької діяльності в Україні.

**Основні результати дослідження.**

Під правовим забезпеченням підприємницької діяльності розуміється комплекс юридичних норм, закріплених у Конституції України, законодавчих, нормативно-правових актах і актах індивідуального характеру, які встановлюють правила поведінки суб'єктів підприємництва при здійсненні ними господарської діяльності, а також визначають міру відповідальності за порушення цих правил [1]. Правове забезпечення в свою чергу захищає, з одного боку, суб'єктів підприємницької діяльності у зобов'язанні забезпеченні їх законних прав та інтересів, з іншого боку, мають право застосовування стосовно них заходів адміністративного примусу у разі порушення прав споживачів, антимонопольного, податкового, екологічного законодавства. Зміст правового забезпечення підприємницької діяльності виявляється в чіткому, послідовному й однозначному здійсненні органами державної влади і місцевого самоврядування повноважень щодо упорядкування правовідносин, які виникають у сфері реалізації конституційного права на підприємництво та утворення дійової системи державних гарантій щодо підтримки і сприяння підприємницької діяльності. Правове забезпечення створює те середовище, в якому діє підприємець, гарантуючи йому державний захист прав власності, рівність прав і свобод у підприємницької діяльності, вільну і законну конкуренцію, державну підтримку. Правове забезпечення діяльності підприємців має стати правовою стратегією держави, органів публічної адміністрації суб'єктів підприємництва, яка включає правила, способи і методи регулювання господарських відносин; закріплення господарського правопорядку в економіці; виконання вказівок держави, умов договорів, національних і регіональних програм соціально-економічного розвитку. Закони та інші нормативно-правові акти забезпечують реалізацію механізму правового регулювання і спрямовані на створення умов для правового господарювання й ефективного управління економікою на основі конструктивних правових засобів. Результативність правового забезпечення залежить від ступеню досконалості та ефективності господарського законодавства.

Підприємницьке законодавство України складають регулюючі підприємство закони України та постанови Кабінету Міністрів, нормативні акти міністерстві відомств, органів місцевого самоврядування, у тому числі тих державних органів, що здійснюють державне регулювання підприємництва, контроль і нагляд за ним.

Досліджуючи стан розвитку економічних відносин, можна констатувати, що законодавство перестало бути фундаментом правового регулювання і не забезпечує виконання державних, галузевих і регіональних програм соціально-економічного розвитку [3]. Сучасні умови господарювання потребують упорядкування і вдосконалення національної правової системи, зокрема, прийняття ефективних підприємницьких законів. Під ефективністю правового забезпечення підприємницької діяльності слід розуміти наявність очікуваного результату від упровадження законодавства у зазначеній сфері економіки для досягнення поставленої мети за рахунок реалізації тих правових засобів, які визначені законом.

**Висновок.** Отже, для успішного розвитку підприємництва України необхідно розробити ефективну законодавчу базу регулювання діяльності суб'єктів господарювання. Держава повинна розробити гнучку систему оподаткування підприємців з метою створення сприятливих умов для отримання ними стабільного прибутку. Державна підтримка підприємців повинна включати їх правовий захист, створення відповідної інформативної й консультаційної бази, сприяння залученню інвестицій у розвиток вітчизняного підприємництва.

Список використаний джерел:

1. Гаруст Ю.В. Фінансово-економічна безпека підприємства АПК: теоретико-правові аспекти / Ю.В. Гаруст, А.І. Перелазний // Форум права. – 2015. – № 5. – С. 39–44.
2. Кириченко О.А. Нормативно-правове регулювання системи економічної безпеки підприємства / О.А. Кириченко, О.Л. Коробчинський // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 12. – С. 31–34.

3. Кочевой М.М. Нормативно-правові засади забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання / М.М. Кочевой // Вісник Одеського національного університету. Серія: Правознавство. – 2014. – Т. 19. – Вип. 1 (22). – С. 163–169.

**Рожко Зоя Павлівна**

*викладач економічних дисциплін*

### **РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ**

Створення систем ефективного управління організаціями досить різноманітного характеру та сфери діяльності – одна із проблем, що постає перед сучасним менеджментом. Універсального алгоритму для створення таких систем управління не існує, однак можлива розробка загальних принципів побудови систем управління бізнесом. Серед найбільш передових методів побудови систем ефективного управління найпопулярніший так званий процесний підхід до управління, який полягає у виділенні в межах організації цілої мережі процесів та управлінні ними для досягнення ефективності діяльності організації.

Концепція покращення бізнес-процесів ґрунтується на чотирьох підходах:

1. Методика швидкого аналізу рішення (FAST).
2. Бенчмаркінг процесу.
3. Перепроєктування процесу.
4. Реінжиніринг процесу.

Методика швидкого аналізу рішення ґрунтується на способі покращення, вперше використаним компанією IBM в середині 80-х. В 90-х роках цей підхід був удосконалений компанією Дженерал Електрик. Методика швидкого аналізу рішення – проривний підхід, який концентрує увагу групи на певному процесі в ході одно- дводенної наради для визначення способів, якими група може покращити цей процес впродовж наступних 90 днів.

Типовими покращеннями при застосуванні FAST-підходу є зниження витрат, тривалості циклу та рівня помилок на 5-15% за тримісячний період.

Бенчмаркінг процесу – систематичний метод визначення, усвідомлення та творчого розвитку товарів, проектів, послуг, обладнання, процесів та процедур (встановлених принципів) більш високої якості для покращення поточної діяльності організації через вивчення того, як різні організації виконують однакові чи схожі операції. Зазвичай, бенчмаркінг знижує витрати, тривалість циклу та кількість помилок на 20-50%.

Підхід до перепроєктування процесу концентрує зусилля на вдосконаленні існуючого процесу. Перепроєктування як правило використовується для тих процесів, які досить успішні в даний момент. Такий підхід використовується в тому випадку, якщо покращення показників діяльності на 30-60% (як правило до таких результатів призводить перепроєктування) дозволить компанії отримати конкурентні переваги.

Реінжиніринг бізнес-процесів – найбільш радикальний із всіх чотирьох підходів до покращення бізнес-процесів. Його також часто називають інновацією процесу, оскільки його успіх в основному ґрунтується на інноваціях та творчих здібностях команди по покращенню процесу. Такий підхід забезпечує новий погляд на цілі процесу і повністю ігнорує існуючий процес і структуру організації. Все починається з чистого листка паперу так само, якби ви тільки почали розробляти цей процес. Реінжиніринг БП, якщо його проводити правильно, знижує витрати та тривалість циклу на 60-90% і рівень помилок на 40-70%. Даний підхід використовується в тих випадках, коли процес на теперішній момент настільки застарілий, що не варто навіть намагатись його зберегти або поліпшувати.

Самий головний аспект побудови бізнес-процесів – це використовувати бізнес-процеси для ключових проблем, над якими будуть працювати як функціональні, так і між функціональні групи, робити бізнес-процеси з різним ступенем формалізації, щоб урізноманітнити сферу їх використання.

Задля цього на підприємствах слід впроваджувати реінжиніринг бізнес-процесів.

Реінжиніринг – це радикальна перебудова (перепроєктування) бізнес-процесів підприємства для отримання суттєвих ефектів в зниженні вартості, підвищення якості і зростання обсягів продажів продукції та послуг.

Бізнес-процес – це сукупність етапів робіт, які починаються з одного або декількох початкових кроків (входів) і завершуються створенням продукції або послуги (виходів), потрібної клієнтам, як внутрішнім, так і зовнішнім.

До основних умов проведення реінжинірингу окрім процесної орієнтації належать амбіційні цілі (не лише вийти з кризового стану, але й стати в майбутньому лідером галузі), відмова від усталених правил ведення бізнесу (що досить складно дається вітчизняним компаніям), і нарешті удосконалення бізнес-процесів за рахунок використання сучасних інформаційних технологій.

Для того, щоб реінжиніринг досяг цих цілей, необхідно також забезпечити гідну мотивацію системи заохочень вищої ланки управління, оскільки без впевненості керівництва у необхідності перебудови підприємства неможливо досягти кінцевого результату реінжинірингу – прориву в його роботі

До факторів, що сприяють успішній реалізації реінжинірингу, слід віднести, пер за все, готовність керівництва до змін, розуміння та віру в кінцевий результат, розумну оцінку ризиків, з якими пов'язана реалізація програми. При наявності готовності з боку керівництва доцільно наділити відповідними повноваженнями персонал, що займається реалізацією програми, та чітко визначити роль і обов'язки кожного.

Результати проведених досліджень та світова практика доводять, що вітчизняні компанії будуть все активніше залучені в процеси реінжинірингу. Серед основних переваг такого підходу можна виділити простоту проведення оптимізації як самих процесів з точки зору їх організації, синхронізації та взаємоузгодженості, так і ресурсів, що споживаються процесами, особливо



людських. Виділення бізнес-процесів, їх аналіз та подальше покращення і вдосконалення – колосальний резерв для підвищення конкурентоспроможності компанії та ефективності діяльності.

Список використаних джерел:

1. Козаченко А.В. Практичні підходи до поліпшення бізнеспроцесів Європейський вектор економічного розвитку. 2013. № 2 (8) URL: <https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2014/1/8.pdf>
2. Корнева М.Л. Аналіз методик вдосконалення бізнес-процесів / М.Л. Корнева / "Економіка України" – 2008 №3 /ст. 33-41.

**Рудюк Альона Сергіївна**

*студентка ВСП Вінницького фахового коледжу НУХТ*

*Науковий керівник: Рожко З.П.*

*Викладач економічних дисциплін*

## **КОМПОНЕНТИ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Менеджмент – це вміння керівника ефективно налагоджувати процес діяльності компанії. Це по суті управлінець, який організовує роботу та відповідає за ефективність її виконання. Головне завдання менеджера – це управління та контроль. Менеджер повинен вміти працювати з неорганізованою групою людей, та перетворювати їх у команду для досягнення позитивного результату та виконання поставлених цілей. Менеджер – це не тільки управлінець, а й новатор, стратег, вихователь, людина з прекрасними комунікаційними здібностями.

Професійна культура майбутнього менеджера враховує такі особливості його професійної діяльності та кваліфікаційні вимоги, зафіксовані в нормативних документах. У структурі професійної культури майбутнього менеджера ми виділяємо такі компоненти, як особистісний, когнітивний і діяльнісний.

Особистісний компонент професійної культури включає в себе ціннісне відношення особистості до обраної професії, наявність загальнолюдських цінностей й цінностей професійної самореалізації крізь призму високих моральних якостей, культурних цінностей та норм.

Когнітивний компонент професійної культури майбутніх менеджерів передбачає засвоєння ґрунтовних загальнокультурних та специфічних професійних знань, технології їх використання у професійній діяльності, знання норм моральної та етичної поведінки, етики ділового спілкування, знання методів самоаналізу.

Діяльнісний компонент професійної культури майбутніх менеджерів передбачає вміння практично використовувати набуті теоретичні знання, знаходження шляхів до самовдосконалення та реалізації потреб самоактуалізації у професії. Всі елементи професійної культури в структурі діяльності майбутнього менеджера організацій взаємопов'язані й взаємозалежні, і ефективність розвитку професійної культури менеджера організацій багато в чому визначається ефективністю володіння всіма, або переважною більшістю компонентів цієї структури.



На сьогоднішній день менеджер є затребуваним практично у всіх сферах діяльності, а саме: менеджер з продажу, менеджер з персоналу, менеджер з реклами, SMM-менеджер, офіс менеджер.

Менеджери з персоналу займаються підбором кадрів. Для цього вони розміщують оголошення, переглядають резюме, проводять співбесіди, на

основі яких приймають висновки про прийняття на роботу тих чи інших кандидатів. Далі до їх функцій відноситься адаптація та проведення навчальних тренінгів для нових співробітників. Менеджер по персоналу слідкує за робочою атмосферою у колективі, влаштовує корпоративні заходи та слідкує за дотриманням норм трудового законодавства. Менеджер з продажів, реклами та закупівлі товарів відповідає за реалізацію продукції підприємства, на якому працює. Такий спеціаліст веде клієнтські бази, проводить переговори, розробляє вигідні пропозиції і т.д. Менеджер з реклами займається розповсюдженням інформації про підприємство, на якому працює, або шукає рекламодавців, якщо це інформаційне видання. Такий менеджер може розробляти рекламні проєкти, співпрацювати з рекламними агентствами та виданнями. Менеджер з туризму займається організацією відпочинку бажаючих відправитись у туристичну подорож. Такий спеціаліст домовляється за перевезення, співпрацює зі страховими компаніями, надає консультації та завжди знає про зміни та популярні тенденції на ринку туристичних послуг. Контент-менеджер працює із сайтами. Його основне завдання – це наповнення сайту цікавою інформацією: статтями, картинками, графікою, керування контентом та редагування сайтів. SMM-менеджер займається просуванням web-сайтів, різних послуг та товарів через інтернет-площадки, соціальні мережі та блоги. Такий менеджер проводить моніторинг ринку, налагоджує комунікації. Офіс-менеджер має основні функції, такі як продуктивна управлінська діяльність та ведення документації. Офіс-менеджер також організовує зустрічі з діловими партнерами, приймає участь у веденні переговорів, контролює персонал організації.

Головна якість сучасного менеджера – це все-таки лідерство. На його плечах лежить відповідальність за цілу команду. Причому справжній керівник обслуговує інтереси відразу трьох груп людей – акціонерів компанії, співробітників і клієнтів. Сучасний керівник повинен уміти спілкуватися з персоналом і клієнтами, ставити задачі, що мають

здійснюватись і створювати додаткові імпульси для їх вирішення. Отже, підіб'ємо підсумки. Менеджер обслуговує інтереси відразу три сторони – акціонерів, колег і клієнтів. Від нього очікують швидкого реагування. Одна з найцінніших якостей для сучасного управлінця – стратегічне бачення.

Список використаних джерел:

1. *Компоненти професійної культури майбутнього менеджера* організацій / Т. М. Глушман // ScienceRise. Pedagogical Education. - 2016. - № 5. - С. 8-13.  
URL:<http://virtus.conference-ukraine.com.ua/Journal9.pdf>(дата звернення: 10.02.2021 )
2. [Професія](#) менеджера :бути чи не бути?  
URL:<http://osvita.ua/proforientation/career/37106/>(дата звернення: 9.02.2021 )

**Рудь Олена Володимирівна,**  
*викладач економічних дисциплін*  
*ВСП «Вінницький фаховий коледж НУХТ»*

## **ДИСТАНЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Пандемія коронавірусу стала справжнім випробуванням на міцність для усіх сфер бізнесу. Вимушені карантинні заходи призвели до економічної нестабільності та економічного спаду у всіх країнах світу. Бізнес в Україні не став винятком. Від зниження обсягів доходів потерпають практично усі підприємства, а деякі взагалі змушені були припинити свою діяльність. Основною проблемою в період карантину є те, що працівник не має можливості фізично бути на своєму робочому місці. Саме тому дистанційна діяльність стає нагальною потребою для сучасних підприємств.

Дистанційне управління на підприємствах України явище зовсім нове. Виключенням можна вважати ІТ-компанії, де віддалена робота є нормою.

Також досить великі можливості для дистанційної діяльності мають фірми, які надають ріелторські, дизайнерські, бухгалтерські, юридичні послуги.

Дистанційний менеджмент є частиною інноваційного менеджменту і останні 10-15 років все частіше застосовується у практиці зарубіжних фірм та корпорацій. Бізнес в Україні має досить обмежений досвід такого управління.

Основна мета дистанційного менеджменту – це створення команди на відстані. Таких співробітників, які працюють на відстані називають фрілансери. При цьому головним завданням керівника є створення умов, при яких кожен член команди буде працювати на єдину мету і доповнювати один одного. Розвиток інформаційних технологій і он-лайн сервісів відкриває широкі можливості для ефективної взаємодії один з одним на відстані. Необхідною умовою успіху є якісний менеджмент, що створює оптимальні умови для продуктивної роботи над певним проектом.

Дистанційний менеджмент – це віддалена форма управління матеріальними та людськими ресурсами на підприємстві, за допомогою інформаційних технологій, представлена сукупністю методів, засобів та інструментів для ефективної координації людей, з метою досягнення поставлених довгострокових чи короткострокових завдань або намічених цілей (поліпшення результативності виробництва та інших бізнес-процесів на підприємстві, збільшення прибутку тощо) [2, с.22].

Загалом принципи дистанційного менеджменту мало чим відрізняються від класичних принципів управління, але мають свої специфічні особливості. До таких принципів можна віднести наступні:

1. Індивідуальний підхід. Оскільки керівник і співробітник не спілкуються наживо особливу увагу приділяють методам мотивації і контролю.
2. Командне обговорення. При спільному обговоренні вирішення проблем стає більш ефективним, оскільки враховуються думки кожного зі співробітників.
3. Довіра. Фрілансерам важливо усвідомлювати, що їм довіряють. При цьому необхідно встановлювати чіткі завдання і терміни їх виконання,

але давати можливість для творчості і самостійного планування графіку роботи.

Основими методами дистанційного менеджменту можна вважати: 1) постановка цілей для всієї команди; 2) створення сприятливих умов для самостійної роботи; 3) спільний пошук оптимальних рішень; 4) створення бази знань; 5) делегування обов'язків по максимуму; 6) детальне планування [1]; 7) програмне забезпечення; 8) налаштування каналів комунікації; 9) контроль.

Враховуючи вищенаведені принципи можна виділити основні етапи організації на підприємстві дистанційного менеджменту: 1) розробка стратегічного, тактичного та оперативних планів організації; 2) підготовка штату, навчання та консультування працівників; 3) вибір каналів комунікації; 4) налаштування програмного забезпечення; 5) вибір локацій для дистанційної роботи та тестування умов праці на віддаленому робочому місці [3, с.225].

Дистанційний менеджмент відкриває нові можливості для успішної роботи підприємств не лише в умовах карантинних заходів, оскільки враховує швидкі темпи змін технологій та можливості комунікації. Однак не обійшлося і без труднощів, які при цьому виникають. Тому при впровадженні дистанційного управління потрібно зважати не лише на його позитивні моменти, але й співставити їх з можливими недоліками.

Переваги: самостійне формування графіку роботи, робота з будь-якої точки світу, економія офісних витрат, економія часу і коштів на проїзд, можливість залучення потрібних фахівців з будь-якої країни, більш повне використання творчого потенціалу співробітників.

Недоліки: ризик конфіденційності, соціальна ізоляваність, технічні проблеми та проблеми комунікації, неефективна робота співробітників за відсутності безпосереднього контролю.

Дистанційний менеджмент широко та ефективно використовується у практиці роботи зарубіжних фірм і корпорацій. Базисом для його розвитку є

різноманітні інформаційні технології, засоби комунікації та он-лайн сервіси. Однак він вимагає від керівників і співробітників додаткових знань і передбачає високу ступінь відповідальності. Саме тому, дистанційне управління базується на делегуванні обов'язків керівника і відповідальності співробітників за вчасне і якісне виконання завдань.

Список використаних джерел:

1. Дистанційний менеджмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://biz30.timedoctor.com/ru/дистанционный\\_менеджмент/](https://biz30.timedoctor.com/ru/дистанционный_менеджмент/).
2. Ковшова І.О. Організація дистанційного менеджменту на підприємстві / І.О. Ковшова, Л.М. Ілько // «Економіка. Менеджмент. бізнес». – 2017. №2(20). – с. 21-27.
3. Новаківський І.І. Розвиток дистанційного менеджменту як ключова умова успіху для сучасних підприємств / І.І. Новаківський, Ю.О. Злидник // Інфраструктура ринку. – 2020. Випуск 43. – с. 223-228.

**Собчук Олег Сергійович,**  
*студент ВСП «Вінницький фаховий коледж НУХТ»*  
*науковий керівник: Бартельова А. А.,*  
*викладач економічних дисциплін*

## **ЕНЕГРГЕТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Створення високоефективного бізнесу в сучасних умовах жорсткої конкуренції неможливо без впровадження сучасних інформаційних технологій та інноваційних рішень у всіх сферах діяльності виробничо-господарських об'єктів. Найважливішою умовою ефективного виробничого циклу є створення системи енергетичного менеджменту.

Енергетика сьогодні не тільки технічна проблема, а й питання управління, що може впливати на економічні показники підприємства. Впровадження енергетичного менеджменту як інноваційне рішення пов'язане з модернізацією існуючого виробництва і керування, а також самою

психологією управління енергоспоживанням і енерговитратами. Крім того, необхідно відмітити, що у світовій практиці є досвід створення ефективних систем енергетичного менеджменту, які оперативно реагують на постійні структурні та виробничі зміни у ринковій економіці.

В Україні достатньо розповсюджено проведення енергетичних аудитів і обстежень підприємств, які проводяться періодично.

Проведення енергетичних аудитів – це тільки перший крок до підвищення енергоефективності, який дозволить енергетичному менеджеру сформулювати енергетичну політику підприємства, визначити цілі і заходи по енергозбереженню.

Для досягнення бажаних результатів у сфері енергозбереження не достатньо лише впроваджувати відповідні заходи, а потрібно також систематично здійснювати управління енергоспоживанням, основна задача якого зниження витрат на енергоресурси за необхідної їх кількості та якості.

З цією метою в зарубіжній практиці на будь-якому виробничому чи комерційному об'єкті створюється система енергетичного менеджменту, основною метою функціонування якої є систематичне, цілеспрямоване підвищення енергетичної ефективності господарювання при одночасному раціональному використанні всіх інших ресурсів.

Останні дослідження і публікації, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми, дають різні тлумачення понять «енергетичний менеджмент», «система енергетичного менеджменту», «енергетичний менеджер» тощо. Наведемо деякі з них. Енергетичний менеджмент – діяльність, що спрямована на забезпечення раціонального використання ПЕР і базується на отриманні енергетичної інформації за допомогою обліку, проведення енергетичного аудиту, контролю та аналізу ефективності енерговикористання та впровадження енергозберігаючих заходів.

Однак необхідно відмітити, що наведені визначення не відображають економічного аспекту енергоменеджменту. В умовах ринкової економіки основною метою енергетичного менеджменту має бути отримання прибутку



за рахунок раціонального та ефективного використання ПЕР на вироблення одиниці продукції, надання послуг або виконання робіт.

Зміст поняття енергетичний менеджмент полягає в наступному: включає в себе системний підхід щодо досягнення цілей для покращення енергетичної діяльності на основі енергетичної політики, процесів і процедур; має постійно діючу систему організації, управління та керівництва енергоспоживанням підприємства; поєднує в собі як управлінські, так і технічні аспекти.

Система енергетичного менеджменту – комплексна система управління енергією підприємства, основні функції якої розробка та реалізація політики підприємства в галузі управління енергією; навчання персоналу питань безперервного зниження споживання енергії та запуск механізмів мотивації; облік достатньою мірою деталізації всіх видів енергії; нормування і погодинне планування споживання всіх видів енергії; управління споживанням енергії; аналіз споживаних видів енергії та вироблення пропозицій щодо їх зниження; інвестування в заходи щодо зниження споживання енергії; щорічне коригування політик, процедур і т.п. Стандарт ISO 50001 як один із інструментів енергоменеджменту допомагає створити основу для інтеграції енергоефективності у практику управління підприємством, більш ефективно використовувати існуючі енергоактиви.

Отже, підвищення енергоефективності – ключове завдання модернізації та інноваційного розвитку національної економіки України. Впровадження системи енергоменеджменту вимагає системного підходу до підвищення енергоефективності. У довгостроковій перспективі це веде до відчутної економії енергетичних ресурсів, скорочення витрат і підвищення ефективності процесів. Фахівець з енергетичного менеджменту – це високопрофесійний спеціаліст, який повинен володіти інженерними знаннями, методами аналізу та ефективного управління виробничими процесами, передачі і перетворення енергії, мати навички проведення енергетичного аудиту, виявляти і ліквідувати причини втрат енергії,

забезпечувати підвищення енергетичної ефективності у суспільному виробництві, управляти проектами енерговикористання.

Список використаних джерел :

1. Ю.В. Дзядичев, М.В. Буряк, Р.І. Розум Енергетичний менеджмент – Тернопіль: Економічна думка, 2010.
2. Данілкова А.Ю. Ключові аспекти організації системи енергетичного менеджменту промислових підприємств України / А.Ю. Данілкова // Економіка та держава. – 2016. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=3463&i=20>
3. Тюріна Н.М. Енергетичний менеджмент: теоретичні та практичні аспекти / Н.М. Тюріна, Є.О. Шелест // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2019. – № 2, т. 2. – С. 32–37.

**Софіна Анастасія Сергіївна**

*студентка ВСП Вінницького фахового коледжу НУХТ*

*науковий керівник: Рожко З. П.,*

*викладач економічних дисциплін*

## **УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Ефективність діяльності підприємства залежить від багатьох параметрів - ступеня розвиненості виробництва, поділу і кооперації праці, використання результатів науково-технічного прогресу, економічних ресурсів, форм стимулювання високопродуктивної праці тощо, але застосування того чи іншого фактора поза зв'язком з іншими ще не забезпечує оптимального економічного розвитку підприємства.

Управління - це вплив на працівників з метою досягнення цілей, що стоять перед підприємством і його працівниками

Кожне підприємство є складною соціально-економічною системою, яка поєднує у виробничому процесі різноманітні матеріальні елементи,

людські ресурси та інформаційні зв'язки. Всі підприємства мають деякі спільні характеристики, до яких в першу чергу відносяться функції управління.

Функції управління — це об'єктивно обумовлені загальні напрями або сфери діяльності, які у сукупності забезпечують ефективну кооперацію спільної праці.

Основними функціями управління є:

- планування — це процес визначення мети діяльності, передбачення майбутнього розвитку та поєднання індивідуальних завдань членів організації для досягнення загального результату;
- організація — це процес формування структури системи, розподілення завдань, повноважень та відповідальності між членами організації для досягнення загальної мети її діяльності;
- мотивація — це процес. Що спонукає членів організації до спільних погоджених дій, які забезпечують досягнення поставленої мети;
- контроль — це процес вимірювання досягнутих за певний період результатів, порівняння досягнутого з запланованим та коригуванням діяльності, які у сукупності забезпечують виконання підприємством своїх планів.

Управління підприємством відображає сукупність взаємопов'язаних процесів планування, організації, мотивації та контролю, які забезпечують формування та досягнення цілей підприємства.

Методи управління — це способи впливу на окремих працівників і трудові колективи в цілому, які необхідні для досягнення цілей підприємства.

Сучасне управління — це особлива сфера економічних відносин, що має свою логіку розвитку.

Суть управлінської діяльності полягає у впливі на процес через прийняття рішень. Необхідність управління пов'язана з процесами поділу праці на підприємстві і відокремлення управлінської праці від виконавчої.

В управлінні сучасною економікою слід керуватися такими принципами: чіткого розподілу праці, додержання дисципліни і порядку, повноваження і відповідальність, використання мотивації високопродуктивної праці, забезпечення рівної справедливості для всіх, впевненості в постійності і стабільності роботи, дотримання взаємовідносин із співробітниками згідно ієрархічного ланцюга, заохочення ініціативи.

Методи управління поділяються на:

1. Економічні методи управління — це прийом і способи управління, які мають в своїй основі використання економічних законів, економічних інтересів і показників. Ці методи включають: матеріальну відповідальність, стимулювання, ціноутворення, податки, державне регулювання.
2. Адміністративно-правові методи управління передбачають юридичний вплив на відносини людей в процесі виробництва, оскільки ці відносини регулюються певним правовими нормами: законодавчими актами, положеннями, інструкціями, наказами і розпорядженнями.
3. Соціально-правові методи управління реалізують мотиви соціальної поведінки людини, оскільки традиційні форми матеріального заохочення поступово втрачають свій стимулюючий вплив. Ці методи передбачають вивчення соціальних запитів та інтересів членів колективу, середовища виробництва, громадської думки.

Всі ці методи повинні поєднуватися і створювати необхідний арсенал засобів для найефективнішого управління фірмою.

Список використаних джерел:

3. С.В. Дубінський Сучасні підходи до вдосконалення управління промисловим підприємством Європейський вектор економічного розвитку. 2014. № 1 (16) URL: <https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2014/1/8.pdf>
4. Сутність і зміст організаційно-економічного механізму управління інтелектуальним капіталом підприємства / О. Кендюхов / "Економіка України" – 2005 №2 /ст. 33-41.

#### **Секція 4. Проблеми підготовки фахівців у закладах фахової передвищої освіти**

**Бартельова Алла Анатоліївна,**  
*викладач ВСП «Вінницького фахового коледжу НУХТ»*

### **ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ**

Одним з пріоритетних напрямів програми модернізації вищої школи визнане дистанційне навчання. В сучасних умовах існує потреба отримання вищої освіти дистанційно.

В останні десятиліття швидко розвиваються науково-методичні основи дистанційного навчання. Проблемам з питань розвитку дистанційної освіти присвячені роботи багатьох зарубіжних науковців, таких як: Р. Деллінг, Г. Рамбле, Д.Кіган, М. Сімонсон, М. Мур, А. Кларк, М. Томпсон ін. та відповідно вітчизняними, такими як: О. Андреев, Г. Козлакова, І. Козубовська, В. Олійник, Є. Полат, А. Хуторський. Дистанційне навчання – це технологія, що базується на принципах відкритого навчання, широко використовує комп'ютерні навчальні програми різного призначення та створює за допомогою сучасних телекомунікацій інформаційне освітнє середовище для постачання навчального матеріалу та спілкування.

Особливість дистанційного навчання полягає в тому, що викладачу необхідно здійснювати постійну підтримку навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти шляхом організації поточного та проміжного контролю, проведення мережових занять і консультацій. Головною метою використання технологій дистанційного навчання у ВНЗ є забезпечення здобувачам вищої освіти доступу до електронних освітніх ресурсів шляхом використання сучасних інформаційних технологій та телекомунікаційних мереж.

Технології дистанційного навчання у вищій освіті розкривають можливості позитивного впливу на вирішення наступних проблем при підготовці майбутніх фахівців: підвищення рівня якості освіти у ВНЗ; реалізація потреб майбутніх фахівців в освітніх послугах; підвищення професійної мобільності та активності майбутніх фахівців; формування єдиного освітнього простору в рамках вищої освіти.

Дистанційне навчання надає здобувачам вищої освіти доступ до нетрадиційних джерел інформації, підвищує ефективність самостійної роботи, дає абсолютно нові можливості для творчого самовираження, знаходження та закріплення різних професійних навичок, а викладачам в свою чергу дозволяє реалізовувати абсолютно нові форми і методи навчання із застосуванням концептуального і математичного моделювання явищ і процесів. Розвиток дистанційного навчання буде продовжуватися вдосконалюватися із розвитком інтернет-технологій і вдосконалення методів дистанційного навчання.

Інформатизація процесу освіти та новітні інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) за умови повного їх використання та введення до освітнього процесу, докорінно змінюють перебіг життя суспільства.

Безумовно, як і в кожній формі отримання знань, у дистанційній є і свої недоліки, але їх подолання стає можливим завдяки рокам практичного застосування цієї форми не лише як допоміжної та однієї з побічних, а як можливо рівної класичній формі здобуття освіти. Зважаючи на викладене вище, ми можемо спрогнозувати певні тенденції розвитку дистанційного навчання, такі як збільшення кількості масових відкритих дистанційних курсів, розробка програм дистанційного навчання, інтеграція ІКТ у освітній процес дистанційної освіти, комбінування переваг дистанційного навчання із класичною формою освіти, моніторинг досягнень вищих навчальних закладів не лише в межах України, а і в усьому світі і подальше використання корисного досвіду.

У Національній стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2021 року зазначається, що інформатизація професійно-технічної освіти, формування та впровадження інформаційного освітнього середовища, розробка педагогічних програмних засобів, створення систем дистанційної освіти та забезпечення доступу до світових інформаційних ресурсів є важливою умовою її модернізації.

Стрімкий розвиток сприяє модернізації сучасної системи освіти. Сучасна дистанційна освіта – це розгалужена система передачі знань на відстані за допомогою різних засобів і технологій, яка сприяє отриманню здобувачами вищої освіти необхідної інформації для використання у практичній діяльності.

Дистанційне навчання розглядається науковцями як форма організації освіти, коли здобувачі вищої освіти на віддалені від викладача у просторі і часі, але можуть підтримувати діалог за допомогою засобів комунікації. Надання доступу до навчальних матеріалів, рекомендацій щодо роботи з ними відбувається у зручному місці та у зручний час. Така організація процесу навчання припускає дещо інший підхід до навчання, зокрема: самостійність пошуку, аналізу, систематизації та узагальнення інформації, самоорганізацію й самоконтроль.

Суттєво змінюється в цьому освітньому процесі і роль викладача. На нього покладаються такі функції, як координування пізнавального процесу, коригування курсу, що вивчається, консультування слухачів під час впорядкування індивідуального навчального плану, керування їхніми навчальними проектами тощо. Він допомагає здобувачам вищої освіти у їхньому професійному самовизначенні.

Виходячи з цього, дистанційне навчання має низку переваг у порівнянні з традиційним навчанням: передові освітні технології, доступність джерел інформації, індивідуалізація навчання, зручна система консультування, демократичні стосунки між здобувачем вищої освіти та викладачем, зручний графік та місце роботи.

Впровадження дистанційних технологій в освітній процес спрямоване на глибше розуміння навчального матеріалу; формування таких компетенцій як: комунікативні (безпосереднє спілкування за допомогою засобів мережі), інформаційні (пошук інформації з різних джерел та можливість її критичного осмислення), самоосвіти (вміння навчатись самостійно). Як показує практика, якщо здобувач вищої освіти не навчиться самостійно приймати рішення, визначати зміст своєї навчальної діяльності та знаходити засоби її реалізації, він не зможе якісно оволодіти тією чи іншою дисципліною. Окрім того, дистанційне навчання виконує й виховну функцію – сприяє формуванню провідних якостей особистості: активність, самостійність, самовдосконалення, творчість.

#### Список використаних джерел:

1. Васильченко Л. В. Дистанційне навчання [Текст]: науково-методичне забезпечення; інформаційний простір навчального закладу / Л. В. Васильченко, В. Л. Шевченко. — Х.: Вид. група «Основа», 2019. - 2008 с.
2. Дистанційна освіта в сучасній освітній діяльності / Освітній портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
<http://www.osvita.org.ua/articles/30.html/>.
3. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/344/2013>.
4. Сучасні інформаційні засоби навчання: навчальний посібник / П. К. Гороль, Р. С. Гуревич, Л. Л. Коношевський, О. В. Шестопалюк. - К.: Освіта України, 2017. - 535 с.
5. Що таке дистанційна освіта: як вона працює? [Електронний ресурс] // Режим доступу:  
<http://www.vsemisto.info/osvita/2355-sho-take-vysha-osvita-jakvona-prazjuje>.



**Бережна Ганна Миколаївна,  
Сітнікова Ніна Олексіївна**  
*викладачі ВСП «Могилів-Подільський  
технологіко-економічний фаховий коледж, ВНАУ»*

## **МІЖДИСЦИПЛІНАРНА ІНТЕГРАЦІЯ – ОСНОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ТЕХНІКІВ -ТЕХНОЛОГІВ**

Формування високого професійного рівня майбутнього фахівця є одним з головних завдань у закладі передвищої освіти . Випускник повинен володіти не тільки необхідними знаннями, вміннями і навичками, але йому повинні бути притаманні риси професіонала: професійна компетентність, освіченість, широкий кругозір, загальна культура та інше. Молодші спеціалісти закладів ресторанного господарства повинні мати такі особистісні якості, як інтерес до професії, самостійність, активність, ініціативність, схильність до спілкування, старанність, відповідальність та інші.

Досягнення високого рівня професіоналізму можливе за умови відповідної фундаментальної підготовки. Перед викладачами виникає необхідність пошуку нових педагогічних технологій підготовки майбутніх фахівців.

Міждисциплінарна інтеграція в закладах передвищої освіти — один із напрямків активних пошуків нових педагогічних рішень, розвитку творчого потенціалу педагогічних колективів із метою ефективного й розумного впливу на студентів.

Так, при підготовці фахівців зі спеціальності «Харчові технології» за ОП «Виробництво харчової продукції» фундаментальними дисциплінами для підготовки висококваліфікованого спеціаліста є неорганічна, органічна, аналітична, фізична і колоїдна хімії, фізика, креслення, біохімія, мікробіологія та фізіологія харчування, процеси і апарати. На знаннях з даних дисциплін базується вивчення спеціальних дисциплін: санітарія та

гігієна, технологія виробництва кулінарної продукції, устаткування закладів ресторанного господарства, а в свою чергу вивчення даних дисциплін забезпечує формування умінь та навичок з організації виробництва та обслуговування, основ стандартизації та контролю якості продукції, обліку і звітності, охорони праці.

До основних професійних навичок техніків – технологів належать уміння планувати і організовувати процес виробництва готової продукції, її реалізацію та організацію споживання, здійснювати контроль за виконанням технологічних процесів. Сформувати ці навички допомагають міждисциплінарні зв'язки з дисциплін «Технологія виробництва кулінарної продукції», «Організація виробництва в закладах ресторанного господарства», «Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства», «Стандартизація та контроль якості продукції», «Устаткування закладів ресторанного господарства», «Санітарія та гігієна». Під час виконання практичних робіт з даних дисциплін студенти набувають практичних навичок з технології виробництва кулінарної продукції, організації виробництва і обслуговування, підбору технологічного обладнання і розміщення його в цехах з дотриманням вимог охорони праці та виробничої санітарії.

Міждисциплінарні зв'язки викладачем реалізуються на різних етапах заняття, використовуючи наступні методичні прийоми: проблемна бесіда з використанням міжпредметних зв'язків; використання випереджувальних знань; самостійна робота студентів за попереднім завданням; розв'язування наскрізних задач, виробничих, проблемних ситуацій.

Велика увага приділяється перевірці підготовленості студентів до вирішення професійних завдань і виконання функцій, передбачених кваліфікаційними вимогами. З цією метою проводяться комплексні лабораторно-практичні заняття, на яких одночасно включають завдання з кількох навчальних дисциплін («Технологія виробництва кулінарної продукції», «Організація виробництва в закладах ресторанного

господарства», «Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства», «Стандартизація та контроль якості продукції», «Устаткування закладів ресторанного господарства»), визначають базову професійну компетентність випускників спеціальності, виконують інтегровані контрольні роботи, проводять інтегровані засідання гуртків, комплексні державні кваліфікаційні іспити. При розробці завдань до комплексного державного кваліфікаційного іспиту враховується принцип, що встановлює зв'язок між поняттями, уміннями та навиками всередині окремих навчальних дисциплін, а також між навчальними дисциплінами окремих циклів.

Вони включають питання із спеціальних та професійно-орієнтованих дисциплін: «Технологія виробництва кулінарної продукції», «Організація виробництва в закладах ресторанного господарства», «Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства», «Устаткування закладів ресторанного господарства», «Основи охорони праці», які містять проблемний зміст, відображають необхідний рівень практичної підготовки фахівця в сучасних умовах виробництва закладів ресторанного господарства різних форм власності.

Отже, міждисциплінарна інтеграція багатогранна, і вирішення її потребує постійної кропіткої роботи всього педагогічного колективу. Системний підхід до викладання фахових дисциплін, адаптація поданого матеріалу у доступній для широкого загалу студентів формі, використання методів активного навчання, впровадження сучасних інформаційних технологій є основним напрямком роботи викладачів.

#### Список використаних джерел:

1. Барановська О. В. Конструювання змісту профільного навчання на основі міжпредметної інтеграції. Дидактика: теорія і практика. Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. С. 32–36.
2. Козловська І.М. Інноваційні педагогічні технології навчання професії: монографія / за ред. І. Козловської. – Львів : Сполом, 2006. – 172 с.

**Бею Ірина Юріївна,**  
*викладач ВСП«Могилів-Подільський технологіко-  
економічний фаховий коледж Вінницького  
національного аграрного університету»*

### **Сучасні вимоги до формування професійних навичок студентів в умовах інтеграції навчання.**

Створення сучасної високоефективної системи освіти є однією з найважливіших умов конкурентоздатності держави на світовому ринку. Велика роль при цьому відводиться саме професійно-технічній освіті, яка здійснює підготовку кваліфікованих робітничих кадрів. Викладаючи фахові дисципліни: Технологію виробництва кулінарної продукції, Товарознавство харчових продуктів, навчальну, виробничі практики є керівником курсового проєктування з Організації виробництва в ЗРГ, є досить важливими при підготовці майбутніх фахівців ресторанної справи.

Однією з популярних і престижних професій ресторанного господарства є професія кухаря. Харчування є однією з основних життєво необхідних умов існування людини. Здоров'я людини, її працездатність, нормальний розвиток, та й просто хороший настрій значною мірою залежить від її харчування.

Головним завданням подальшого розвитку такої перспективної галузі, як харчова є управління підготовкою та перепідготовкою висококваліфікованих кадрів, формування знань та навиків молодших спеціалістів у коледжах та технікумах, що безперечно є запорукою забезпечення, універсально підготовлених, конкурентоздатних фахівців, які б відповідали високим запитам та існуючим передовим стандартам роботодавців харчової промисловості на внутрішньому ринку праці. Проблемні питання підготовки кадрів, зважаючи на існуючий стан та перспективи управління підготовкою молодших спеціалістів для харчової промисловості, є важливими для розвитку національної економіки.

Найважливішим завданням щодо вирішення існуючих проблем є формування стратегії практичної підготовки. [3].

Метою практичної підготовки є оволодіння студентами сучасними методами, формами організації та знаряддями праці в ресторанному господарстві, формування у них умінь та навичок, які в майбутньому дозволять їм ефективно організовувати і керувати технологічними процесами в ринкових умовах.

Дуже важливо виховати у студентів потребу систематично поновлювати свої знання та вміння, бажання стати професіоналом високого класу та творчо їх застосовувати в практичній діяльності.

Практична підготовка студентів у Могилів-Подільському технологіко-економічному коледжі ВНАУ є обов'язковою частиною освітньо-професійної програми підготовки кваліфікованих фахівців, молодших спеціалістів з спеціальності: 181 "Харчові технології".

З метою поглиблення інтеграції навчання і виробництва в сучасних умовах необхідністю є посилення практичної підготовки студентів з даної спеціальності. Вивчення на практиці сучасних технологій виробництва, набуття сучасних практичних навичок, формування системи ранньої адаптації випускників до самостійної роботи за фахом.

Під час практики студенти працюють з нормативно технічною документацією, здійснюють розрахунки сировини згідно Збірника рецептур та на їх основі складають технологічні картки де вказують норми закладання сировини, здійснюють розрахунки на необхідну кількість порцію, вказують вимоги до якості сировини, згідно товарознавчої характеристики, стандартів, розкривають послідовність приготування страв їх оформлення, температуру подавання та вимоги до якості за органолептичною оцінкою: зовнішнім виглядом, кольором, консистенцією, смаком та запахом.

Під час заняття представлено ефективні організаційні форми та методичні прийоми формування якісних практичних професійних вмінь та навичок з приготування страв кухонь різних національностей.

З метою забезпечення виконання навчальних планів та організації навчального процесу в умовах карантину під час дистанційного навчання використовую інструментарій: веб-сервіси (додатки Google, середовище Classroom), дистанційна платформа zoom (форум, чат, відеоконференція, блог), репозитарій електронних освітніх ресурсів, перегляд фільмів, телепередач на каналі YouTube.

В Classroom даю студентам завдання, покрокове приготування страв, відео-ролики, відео –презнтації.

Отже, кожний підхід має свої функціональні та структурні особливості і певне конкретне значення, компетентнісний підхід спрямовує освітній процес на формування висококваліфікованого спеціаліста, особистість, здатну реалізовувати набуті компетенції в професійній діяльності та реаліях сучасного сьогодення. Що особистісно спрямовані на всебічний гармонійний розвиток у особистості відповідно до власних потреб та світобачення у процесі професійної та інших видів діяльності.

Системний підхід забезпечує цілісність навчально-виховного процесу, і дозволяє розглядати процес формування професійної компетентності техніків-технологів, кухарів, як систему взаємообумовлених структурних компонентів та тісно пов'язані між собою з навколишнім середовищем, що забезпечує можливість прогнозувати освітні процеси з урахуванням вимог суспільства, які швидко змінюються. Практичне навчання є основою у формуванні компетентного фахівця з виробництва харчової продукції.

#### Список використаних джерел:

1. Єфіменко С. Технологія підготовки та проведення сучасної виставки творчих робіт школярів[Текст] / С.М. Єфіменко// Науково-методичний супровід функціонування інформаційно-освітнього простору .

## **МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦЯ ДЛЯ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

**Вступ.** Сьогодні ефективність, успіх і конкурентноздатність підприємства визначає добре навчений, правильно організований і вмотивований персонал. В умовах інформатизації виробництва посилюються вимоги до кваліфікації фахівців, їх здатності до поліфункціональності. Особливо зростає значення концептуальних навичок, а саме: володіння аналітичними здібностями, інформаційна сприйнятливість, комунікабельність, навченість, інтелект, здатність самостійно приймати рішення [2].

**Виклад основного матеріалу.** Сучасний спеціаліст повинен бути компетентним, тобто володіти комплексом знань, умінь, здібностей, досвідом та особистісними якостями для здійснення певного виду діяльності в суспільстві. Компетентності – це замовлення соціуму на підготовку його громадян, це вимоги ринку праці до фахівців. Рівень освітньо-кваліфікаційної підготовки молодших спеціалістів повинен відповідати очікуванням і потребам особистості, держави, суспільства [1].

Для підготовки конкурентноздатного фахівця у ВСП «Могилів-Подільський технологічно-економічний фаховий коледж Вінницького НАУ» активно пропагується і застосовується компетентнісно-орієнтована технологія навчання. Вона ґрунтується на принципах системності і послідовності інтеграції знань і умінь та міжпредметних зв'язків, що забезпечує формування і розвиток професійної компетентності майбутніх фахівців, їх комунікативну здатність, готовність до креативного розгортання набутих знань і навичок у життєвих ситуаціях.

Багаторічний досвід роботи над проблемою переконує, що процес формування та розвиток компетентності фахівця – це не лінійна модель підготовки спеціалістів, це не простий підсумковий перелік чи збільшення обсягу нормативних знань, вмінь, навичок та якостей особистості. Компетентність – це органічне поєднання, інтеграція знань, умінь, досвіду, особистісного ставлення на умовах міждисциплінарного підходу, це готовність та здатність учасників інноваційного освітнього процесу творчо і ефективно співпрацювати для досягнення мети.

Запроваджено і утверджено модель інтегральної особистісної освіти, що забезпечить формування цілісних інтегративних характеристик фахівця відповідно до конкретних умов виробничої діяльності. Скореговано структурно-логічну схему навчального плану за освітньою програмою “Зберігання і переробка зерна”, змінено характер зв’язків та співвідношення між навчальними дисциплінами професійно-практичного циклу. Зміст теоретичного і практичного навчання сформовано на компетентнісній основі, з урахуванням специфіки та перспектив професійної діяльності, здійснено переструктурування змісту навчальних дисциплін, розроблено реальні предметні (міжпредметні) професійні компетенції, засоби контролю і визначення рівня сформованості професійних компетенцій, відбувається пошук і апробація форм і методів формування фахових компетенцій.

Це забезпечує системне мислення, спрямовує професійну компетентність до розуміння сутності та визначення ефективних напрямів вирішення реальних проблемних ситуаційних завдань.

З досвіду роботи над проблемою встановлено, що процес формування і становлення професійної компетентності студентів за освітньою програмою «Зберігання і переробка зерна» відбувається поетапно: базовий етап (1-курс) – формування комунікативної, загальнонаукової компетентності, накопичення базових знань фундаментальних і галузевих наук; інтеграційний етап (2-3 курси) - формування предметно-орієнтованої професійної компетентності, здатності до системного мислення, розуміння причинно-



наслідкових зв'язків; кваліфікаційний етап (3-4-й курс) - формування і розвиток спеціально-професійної компетентності, здатності володіти, осмислювати, поєднувати і використовувати знання, уміння, досвід. Найбільш характерним етапом становлення майбутнього фахівця є процес інтеграції навчання з реальним виробництвом. Розробляються моделі професійної діяльності молодшого спеціаліста на різних посадах. Враховуються реальні виробничі ситуації і особливості технології, можливості формування професійної самостійності у виборі рішень і розробці пропозицій, щодо ефективного розв'язання типових і не типових виробничих завдань, відповідальності за кінцевий результат праці.

Запровадження такої гнучкої динамічної системи створює умови навчального середовища для набуття професійних компетенцій впродовж життя, сприяє конкурентоспроможності випускників на ринку праці, їх здатності бути успішними в особистих і соціальних потребах.

**Висновки.** Моделювання професійної компетентності майбутнього молодшого спеціаліста є головною передумовою становлення його, як професіонала, здатного творчо розв'язувати нестандартні завдання сучасного виробництва. Поняття “компетентність” знаходиться нині в епіцентрі світової думки, оскільки розкриває якісно нові перспективи розуміння місії освіти та життєвих результатів освітньої діяльності, здатність ефективно працювати і діяти у соціумі. [1]

### Список використаної літератури

1. Кобилянська І.М. Формування професійної компетентності з охорони праці у майбутніх фахівців / Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми / Зб. наук. пр. Випуск 35. Київ-Вінниця: ТОВ фірма «Планер», 2018. С. 280-286.
2. Науково-методичні засади професійної підготовки кваліфікованих робітників в умовах євроінтеграції / [Нестерова Л., Лузан П., Манько В.

та ін.]; за заг. ред. Л. Нестерової. – К.: ІПТО НАПН України, Педагогічна думка, 2012.

**Деркач Олена Іванівна,**

**Жовта Лариса Олександрівна,**

*Викладачі спеціальних технологічних дисциплін*

*ВСП «Могилів-Подільський технолого-економічний*

*фаховий коледж ВНАУ»*

## **ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МАЙБУТНЬОГО СПЕЦІАЛІСТА НА ОСНОВІ ІНТЕГРАЦІЇ НАВЧАННЯ І ВИРОБНИЦТВА**

Підготовка фахівців до повноцінної професійної самореалізації в сучасних умовах розвитку підприємств галузі з успішними бізнес-процесами, новітніми технологіями та високою інформатизацією, вимагає нових підходів до інтеграційних зв'язків. Все це забезпечується багатьма складовими, але основою є інтеграція навчання і виробництва. Важлива роль у цьому процесі відводиться практичній підготовці, адже сучасне виробництво потребує практико-орієнтованого фахівця [1, ст.42].

Формування якісних практичних вмінь забезпечується на основі поєднання інтересів виробництва і навчання, приведення змісту навчальних програм до практичних потреб виробництва. Згідно з навчальним планом підготовки фахівців зі спеціальності 181 «Харчові технології» організовується проходження комплексу навчальних та виробничих практик. Зміст та завдання кожного виду практики визначено з врахуванням сучасних досягнень науки і виробництва.

Для посилення практичної спрямованості навчання студентів на базі навчально-виробничих об'єктів коледжу створено навчально - виробничий підрозділ. Викладачі циклової комісії спеціальних дисциплін удосконалюють організаційну форму проведення навчальних практик, підпорядковують

характер та зміст роботи студентів - практикантів на здатність перетворювати набуті знання в уміння, що є більш важливим у вихованні компетентної особистості, адаптованої до реального стану діяльності підприємств, власної підприємницької діяльності.

Формування професійних навичок техніка–технолога із застосуванням проектних технологій навчання [4, ст.22] дає змогу набути студентам професійних здібностей, необхідних фахівцям в процесі трудової діяльності з виконання ключових компетенцій техніка – технолога, формує високу технологічну грамотність.

Реалізація технології ігрового навчання для формування професійних комунікативних умінь студентів у процесі навчання, навчання професійної комунікації в ігрових ситуаціях змодельованого професійного спілкування забезпечується під час диференційованих заліків з виробничих практик.

Бізнес визначає, яким бути спеціалістові, котрий працюватиме на конкретному робочому місці. Головним напрямком роботи залишаються прямі контакти, ділове співробітництво та партнерство з сучасними потужними підприємствами галузі. Форми співпраці: проведення практичних занять, навчальної та виробничої практики в умовах виробництва, бінарні заняття на виробництві. Викладачі циклової комісії спеціальних технологічних дисциплін постійно підвищують фаховий рівень шляхом стажування на сучасних підприємствах галузі, що дозволяє викладати спеціальні дисципліни у тісному зв'язку з виробництвом.

Викладачі постійно співпрацюють із фахівцями базових підприємств для визначення рівня практичної сформованості випускників. А саме:

- працівники базових підприємств залучаються до участі у роботі кваліфікаційних комісій з присвоєння робітничої професії ;
- включення працівників базових підприємств до складу журі конкурсу професійної майстерності «Кращий технолог»;
- участь у складі комісії з проведення диференційованих заліків з практики, які обіймають керівні посади;

- участь провідних спеціалістів у підсумкових конференціях з виробничих практик;
- залучення випускників коледжу, які успішно працюють на виховні години та тематичні вечори;
- збір відгуків про рівень теоретичної та практичної підготовки студентів під час керівництва викладачами виробничої практики на підприємствах. Такий формат співпраці - самий ефективний, який дозволяє підкоректувати зміст підготовки фахівців дійсно відповідно до вимог роботодавця. Ситуація на ринку освітніх послуг не дасть жодної можливості навчальному закладу ухилитися від вирішення самого головного завдання: як краще організувати навчальний процес. Майбутнє – за молодими й завзятими, тому оволодіння професією – найшвидший шлях до самореалізації й утвердження на власному трудовому шляху.

#### Список використаних джерел:

1. Барабан М.П., Іщенко Т.Д., Хоменко М.П., Лузан П.Г. Звіт про науково-дослідну роботу «Визначення шляхів підвищення ефективності практичної підготовки студентів в аграрних вищих закладах освіти». – К., 2003.
2. Іщенко Т.Д., Демешкант Н.А., Хоменко М.П. Професіоналізм викладача як основа якісної підготовки майбутнього інженера // Нові технології навчання: Науково-методичний збірник. – К: НМЦВД, 2006. – Вип.45.
3. Нові технології навчання: Науково-методичне забезпечення / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти МОН України / - К., 2010. – Вип. 65. – 127с.

**Казьмір Валентина Анатоліївна,  
Чорненька Людмила Григорівна**  
*викладачі ВСП«Могилів-Подільський технологіко-  
економічний фаховий коледж Вінницького  
національного аграрного університету»*

## **СУЧАСНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ**

У процесі підготовки соціаліста важливо не лише озброїти його фаховими знаннями, уміннями та навичками професійної діяльності, а й сформувати у нього відповідний світогляд, моральні, правові, трудові, естетичні та інші якості особистості. Ефективність виховної роботи значною мірою залежить від правильно вибудованого процесу виховання, продуманого вибору форм і методів його реалізації.

Економічне виховання — педагогічна діяльність, спрямована на формування на основі спеціальних знань економічної свідомості, економічного мислення, умінь і навичок економічної діяльності, економічно значущих якостей особистості.

На основі економічних знань формується економічна свідомість, тобто усвідомлення людиною реальної картини економічного життя, економічних відносин, власної діяльності, взаємозв'язку між економічною активністю та рівнем задоволення особистих і суспільних потреб. Складовою економічної свідомості є економічне мислення — здатність людини усвідомлювати явища економічного життя, засвоювати економічні поняття, ідеї, теорії, зіставляти їх з практикою і орієнтуватися в економічному житті.

Економічне виховання має бути зорієнтоване на формування економічного мислення, почуття власника, реального господаря; вміння прогнозувати наслідки своїх рішень, економічно обґрунтовувати ставлення до праці та її результатів; усвідомлення свого статусу платника податку, його прав і обов'язків; прагнення до нарощування трудових доходів, до

поліпшення якості життя; готовність брати участь у різноманітних формах економічної діяльності; моральний вибір в ситуаціях, пов'язаних з економічною діяльністю; вміння долати економічні труднощі в кризовій ситуації; здатність ефективно використовувати механізм соціально-економічного захисту своїх та суспільних інтересів та ін. (С. Шпак).

Досягнення зазначеної мети в економічному вихованні студентів можливе за умови вивчення основних напрямів розвитку економіки держави, формування економічної свідомості та мислення, бажання досконало володіти обраною професією; формування навичок раціональної організації праці та економічного використання бюджету часу (навчального і особистого), а також елементарних навичок економічного рахунку, вміння співвідносити затрати праці й кінцевий результат з кожного виду діяльності; виховання бережливості, ініціативності, діловитості, дисциплінованості тощо.

Здійснюючи економічне виховання студентів, слід брати до уваги його зв'язок з іншими напрямками виховання: трудовим, моральним, правовим, екологічним, естетичним і фізичним. Єдність трудового і економічного виховання полягає в тому, що мотиви і потреби трудового виховання зумовлені економічними стимулами. Трудове виховання формує ці потреби, приводить їх у відповідність з економічними можливостями. Обидва напрями виховання спрямовані на формування сумлінного ставлення до праці, навичок загальної трудової культури, наукової організації праці. Економічні категорії (планування, нормування праці, облік, стимулювання) використовуються і в трудовому вихованні.

Економічне виховання студентів у закладах фахової перед вищої освіти передусім здійснюється у процесі вивчення навчальної дисципліни «економіка», «Бухгалтерський облік», «Фінанси підприємств» та інших. Їх матеріал спрямований на засвоєння студентами економічних понять. Важливим завданням викладачів обліково-економічних дисциплін є донесення до студентів того, яким чином здобуті знання він зможе за-

стосувати у майбутній трудовій діяльності, навчити їх кваліфіковано оцінювати конкретні економічні ситуації.

Здійснюється економічне виховання студентів у межах навчальної і позааудиторної роботи. У позааудиторній роботі з економічного виховання використовуються різні її методи і форми: лекції, бесіди, зустрічі «за круглим столом», вечори запитань і відповідей, обліково-економічні олімпіади, вікторини, диспути на економічні теми, зустрічі студентів з економістами, бухгалтерами, приватними підприємцями тощо.

Особливе місце в економічному вихованні належить діловим іграм, у процесі реалізації яких студентами розігруються різноманітні економічні ситуації. Уміння практично застосовувати економічні знання у будь-якому виді діяльності допомагає самостійно приймати рішення, відкрити власну справу.

Ефективність економічного виховання студентської молоді потребує: високого рівня економічної компетенції викладацького складу; залучення студентів до суспільне корисної, продуктивної праці, яка супроводжується засвоєнням знань з економіки й організації виробництва; прищеплення студентам умінь раціонально вести домашнє господарство, економити матеріальні цінності й час, дотримуватись економії у сфері матеріального виробництва, обслуговування.

Отже, економічне виховання у коледжі спрямоване на формування висококваліфікованого фахівця, людини яка вміє бути господарем своєї долі, здатна об'єктивно оцінювати своє становище в суспільстві, свої вчинки й дії з погляду економічної доцільності та результативності, вміє планувати свою життєдіяльність, розраховувати і прогнозувати її.

#### Список використаних джерел:

1. Стражнікова І. Педагогіка вищої школи: навчально-методичний посібник. – Івано-Франківськ: НАІР, 2018. - 120 с.
2. Фіцула М. М. Педагогіка вищої школи: Навч. посіб. - К.: «Академвидав», 2006. - 352 с.

**Кондрук Антоніна Миколаївна,**  
**Соляр Людмила Валентинівна**  
*викладачі ВСП «Могилів–Подільський технологіко-  
економічний фаховий коледж Вінницького  
національного аграрного університету»*

## **ІНТЕГРАЦІЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ**

Однією з найважливіших проблем сучасної освіти являється помітне зниження зацікавленості студентів до навчання. Тому, оновлення змісту освіти вимагає розв'язання складної проблеми, як перетворити гігантський масив знань в індивідуальне надбання та знаряддя кожної особистості. Адже світ "інформаційного вибуху", який формує нові взаємовідносини між студентом і знаннями, стає все складнішим, тому молодь потребує вміння розв'язувати складні проблеми, критично ставитися до обставин, порівнювати альтернативні точки зору та приймати зважені рішення. Отже, головним завданням освіти є підготовка молоді до сучасного життя, тобто формування в неї необхідних компетентностей, а одним із засобів їх формування є *інтеграція навчальних дисциплін*. Інтеграція може вирішити основні суперечності освіти – протиріччя між безмежністю знань і обмеженими людськими ресурсами.

За багаторічну працю в системі професійної освіти ми зрозуміли, що нікому не можна дати освіту на засадах якоїсь окремої науки незалежно від інших наук, що інтеграція, тобто органічне поєднання відомостей інших навчальних дисциплін навколо однієї теми, є однією з *найперспективніших інновацій*, яка закладає нові умови діяльності викладачів та студентів, що має великий вплив на ефективність сприйняття ними навчального матеріалу.

Інтеграція зобов'язує до використання різноманітних форм викладання, що має великий вплив на ефективність сприйняття студентами навчального



матеріалу, вона стає для всіх її учасників – викладачів, і студентів, і батьків, і адміністрації - школою співпраці та взаємодії, що допомагає разом просуватися до спільної мети.

*Впровадження інтеграції в навчальний процес актуальне*, тому що дає змогу: "згрупувати" споріднений матеріал кількох дисциплін навколо однієї теми, усувати дублювання у вивченні ряду питань; ущільнити знання, тобто реконструювати фрагмент знань таким чином, засвоєння якого вимагає менше часу, проте породжує еквівалентні загально навчальні та технологічні уміння; опанувати з студентами значний за обсягом навчальний матеріал, досягти цілісності знань; залучати студентів до процесу здобуття знань; формувати творчу особистість студента, його здібності; дати можливість студентам застосовувати набуті знання з різних навчальних дисциплін у професійній діяльності.

Застосування в навчальному процесі інтегрованих технологій та інтерактивних форм і методів навчання сприяє формуванню навичок і вмінь студентів, виробленню цінностей, створенню атмосфери співробітництва, активної взаємодії всіх учасників навчального процесу.

На інтегрованих заняттях формуються наступні **компетенції**:

- ціннісно-сміслові (розуміння мети заняття, важливості вивчення теми);
- загальнокультурні;
- інформаційні (робота з комп'ютером, вміння самостійно підбирати необхідний матеріал);
- комунікативні (вміння працювати в групах, вислуховувати, спілкуватися).

Проаналізувавши досвід та практику застосування елементів інтеграції зв'язків на заняттях приходимо до висновку, що основними шляхами посилення реалізації цього принципу є :

- необхідність удосконалення організаційної і координаційної роботи по налагодженню зв'язків між навчальними дисциплінами та циклами;
- систематичний підхід при застосуванні зв'язків на теоретичних та практичних заняттях з використанням активних та інтерактивних методів навчання;
- розробка методичних рекомендацій, інструкцій, завдань, які орієнтують студентів на використання міждисциплінарних зв'язків;
- удосконалення методики викладання, підвищення мотивації педагогічної діяльності викладачів та усвідомлення ними мети та завдань по посиленню зв'язків між дисциплінами.

#### Список використаних джерел:

1. Атанов Г.О. Діяльнісний підхід у навчання. – Донецьк. «ЕАИ-пресс». 2011. – 160 с.
2. Козловська І.М. Теоретичні та методологічні основи інтеграції знань учнів професійно – технічної школи. Дис. на здоб. наук. ступ. док. пед. наук – К. 2001. – 464 с.
3. Морозов А.В., Морозова О.В. Реалізація міжпредметних зв'язків між фундаментальними і спеціальними дисциплінами як один із способів підвищення якості набуття фахових знань./ Теорія та методика навчання фундаментальних дисциплін у вищій школі: Збірник наукових праць. – Кривий Ріг: Видавничий відділ НМетАУ, 2004. 140 с.
4. Покутня Н.О. Сучасні технології навчання : Навч.- метод збірник «Організація навчально – виховного процесу ». – К. - №7. - 2006
5. Сиротенко Г.О. Сучасний урок: інтерактивні технології навчання – Харків: Основа, 2003.

**Лимар Олена Федорівна,**  
*викладач фінансово-економічних дисциплін*  
*КЗВО «Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж»*

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ФІНАНСІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ З ВИКОРИСТАННЯМ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

З розширенням інформаційного потенціалу, впровадженням сучасних інноваційних технологій, посиленням конкуренції на ринку праці перед вищою школою визначено завдання застосовуючи новітні методи навчання підготувати спеціалістів, які володіть ефективними методами впливу на розвиток економіки.

Підготовка спеціалістів з фінансового напрямку, в умовах поглиблення економічної кризи та посилення конкуренції на ринку праці, повинна забезпечити формування у майбутніх фахівців навичок з критичного мислення, володіння ефективними методами впливу на економічні процеси, швидкого прийняття управлінських рішень. Це передбачає вибір у кожному конкретному випадку оптимального варіанту побудови освітнього процесу, на основі сучасних інноваційних технологій, який би ефективно і якісно вирішував поставлені завдання.

Одним із пріоритетних напрямків Національної стратегії розвитку освіти в Україні до 2021 року визначено підвищення якості освіти на основі розвитку наукової та інноваційної діяльності [1].

Інноваціями в освіті є впровадження нових методів і форм навчальної діяльності, що передбачає удосконалення процесу навчання, полегшення сприйняття інформації, підвищення конкурентоспроможності випускників закладів вищої освіти на ринку праці, посилення конкурентоспроможності самих вищих навчальних закладів в порівнянні з іншими вузами [2, с.39].

Відповідно до Національної програми розвитку освіти в основі формування системи інновацій у освітянській діяльності визначено чотири

напрямки: технологійний, педагогічний, організаційний та економічний [3].

Особливо актуального значення інноваційні тенденції навчання набувають при викладанні економічних та фінансових дисциплін у вищій школі, оскільки здійснюються під впливом постійних економічних та соціальних змін, характеризуючи їх вплив на навчальний процес. Потрібно також зазначити про необхідність постійного оновлення інформаційної та правової бази, що регулює фінансову діяльність держави та суб'єктів господарювання, проведення систематичного моніторингу і аналізу статичної інформації, збору фактичних даних про діяльність суб'єктів підприємницької діяльності, формування ґрунтовних висновків на основі наявної фінансової інформації та відповідних даних [2, с. 135].

В умовах реформування вищої освіти настав якісно новий етап в організації навчальної роботи студентів. Зміст якого полягає у здобутті студентами необхідних для професійної діяльності знань, умінь і навичок для практичної роботи за спеціальністю.

В сучасних умовах навчання набуває актуальності здобуття освіти при дистанційній формі навчання.

Дистанційне навчання (англ. Distant learning) – новий засіб реалізації процесу навчання, в основу якого покладено використання сучасних інформаційних та телекомунікаційних технологій, що дозволяє навчатись на відстані без безпосереднього, особистого контакту між викладачем і студентом [4].

Впровадження дистанційних технологій у освітній процес при викладанні фінансових дисциплін спрямоване забезпечити поглиблене вивчення навчального матеріалу, отримання навичок з пошуку інформації з різних джерел та можливість її критичного осмислення, вмінь самоорганізації та самостійного навчання.

Новітніми освітніми системами, які запроваджуються у закладах вищої освіти є: on-line-освіта (створення навчальних програм, які студенти мають можливість переглядати в режимі on-line) та змішане навчання

(паралельно із звичайним навчанням студент може використовувати on-line-лекції, проходити тестування, здавати практичні завдання, виконувати індивідуальні завдання) [5].

Застосування інноваційних технологій навчання в освітньому процесі має спонукати студентів до вивчення фахових дисциплін, а це в значній мірі залежить від рівня підготовки самого викладача та його уміння доступно і цікаво представити інформацію, створити умови для засвоєння студентами знань, передбачених програмою і навчальним планом вмінь і навичок.

Отже, одним з реальних шляхів підвищення якості професійної підготовки майбутніх фахівців фінансової сфери є розробка і впровадження в освітній процес комп'ютерно-орієнтованих методичних систем навчання фахових дисциплін.

#### Список використаних джерел:

1. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року. Указ Президента України від 25.06.2013 № 344. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/344/2013>.
2. Болдова А. А. Інновації в навчально-виховному процесі ВНЗ / А. А. Болдова // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № 22 (257), Ч.ІІІ, 2012.
3. Мельникова О. В. Інновації у вищій освіті як чинник формування національної економіки знань/ О. В. Мельникова// Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Економіка», 2014. – Вип. 14. – С. 16-27.
4. Дистанційна освіта в сучасній освітній діяльності. Освітній портал. URL. Режим доступу: <http://www.osvita.org.ua/articles/30.html/>.
5. Бурко К. В. Інноваційні технології навчання у підготовці фахівців з бухгалтерського обліку / К.В. Бурко // Ефективна економіка, 2018. - №5.

**Оленич Вікторія Петрівна,**

*асистент кафедри соціальних технологій  
Вінницького соціально-економічного інституту  
Університету «Україна»*

## **ЗГУРТОВАНІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ ГРУПИ ЯК ПОКАЗНИК ДИНАМІКИ СОЦІАЛІЗУЮЧОГО ВПЛИВУ СТУДЕНТСЬКОЇ ГРУПИ**

Важливим показником інтегративних процесів на рівні групи є згуртованість, як один із процесів групової динаміки, що характеризується мірою відданості групі. Проблема групової згуртованості є однією з найважливіших у процесі формування малої групи, особливо на етапі адаптації її членів до нових соціальних умов. Серед джерел життєдіяльності групи, насамперед, слід виокремити сили, які забезпечують постійне задоволення людини перебуванням у групі. Саме ж задоволення можливе за умови переважаючої об'єктивної цінності отримуваних людиною вигравів над суб'єктивно значущими докладеними нею зусиллями. З цієї точки зору група задовольняє індивіда тільки в тому разі, якщо вона забезпечує перевагу його вигравів над програшами більше, ніж будь-яка інша група [1, с. 123].

Отже, згуртованість групи має дві головні складові: по-перше, це міра привабливості власної групи, по-друге, притягуюча сила інших досяжних груп. Виходячи з цього, можна зробити висновок: згуртована група – це сукупність індивідів, кожний із яких розцінює власні переваги від об'єднання в групі як більш значущі, ніж ті, які можна одержати поза цією групою. Так зароджується почуття симпатії як об'єднавче емоційне начало групової спільності. А. Лотт і Б. Лотт намагались виділити ознаки, які систематизують причини і наслідки симпатій. Ними було з'ясовано, що причини, які впливають на рівень симпатії в групі є: частота взаємодії індивідів; стиль керівництва групою (переважно демократичний); фрустрація як загроза перебігу групового процесу (як наслідок міжгрупових відносин); статусні та

поведінкові характеристики членів групи; різноманітні прояви подібності між людьми (за установками, віком, професією, в етнічному плані тощо); успішне виконання групового завдання та ін [3, с. 254].

Д. Картрайт запропонував доволі розгорнуту модель групової згуртованості, в основу якої покладено ідею про те, що спонукальну силу для суб'єкта група матиме лише в тому випадку, коли утверджені в ній цінності відповідають потребам, що входять до його мотиваційної основи [4, с. 88].

Зростання згуртованості може посилити вплив лідера в групі, і не виключено, що він буде внаслідок цього примушувати її членів виконувати дії, які фруструють їх та зменшують для них спонукальну цінність групи, що, звісно, негативно відобразиться на рівні її згуртованості. Такі процеси є особливо небажаними на етапі адаптації студентів ВНЗ в нових соціальних умовах, оскільки в цей період визначаються не лише організаційні параметри спільної діяльності, а й мотиваційно-ціннісна система стосунків та їхня ієрархічна підпорядкованість [3, с. 331].

Детальний аналіз різних проявів згуртованості провели Г. М. Андрєєва та А. І. Донцов, співвідносячи психологічні рівні, розробленої А.В. Петровським моделі багаторівневої структури міжособистісних стосунків. Так, третьому психологічному рівню моделі відповідає, на думку цих авторів, згуртованість, яка базується переважно на емоційних контактах членів групи, другому – згуртованість, що виражається в збігу ставлення їх до цінностей, пов'язаних з процесом спільної діяльності; першому – згуртованість, в основі якої лежить взаємопогоджений розподіл між усіма членами групи спільних цілей групової діяльності, тобто згуртованість як єдність цілей групової діяльності чи цільова єдність групи [2, с. 324].

В студентському середовищі між учасниками педагогічного процесу відбувається постійний обмін інформацією щодо результатів діяльності, утворюються відносини відповідальної залежності. Успішність чи неуспішність діяльності педагогічних працівників позначається на успішності чи неуспішності діяльності студентів, і, навпаки, освіченість і

вихованість студентів ВНЗ є критерієм ефективності педагогічної праці викладача. Звичний характер навчальної діяльності сам по собі недостатньо стимулює згуртованість на предметно-ціннісному рівні [3, с. 423].

Навчальна аудиторна робота, наприклад, навіть якщо вона є фронтальною чи груповою, не передбачає активної взаємодії і взаємозалежності між членами колективу, які здійснюють свій внесок у спільний результат. Пласт предметно-ціннісної згуртованості відкладається в глибинних структурах групи переважно за рахунок спільної поза навчальної діяльності, активної громадських, політичної роботи, різних дозвільних форм та інших факторів, що реально опосередковують групову активність, а не внаслідок навчальної діяльності, яка є провідною для студентів ВНЗ. Визнаючи цей факт соціально-педагогічної дійсності, слід зауважити, що достовірна інформація про рівень групової згуртованості дозволить не лише виокремити значущі сфери діяльності та прогнозувати можливі тенденції групового процесу, а й рангувати їх за пріоритетністю для конкретної студентської групи [1, с. 211].

Повноцінне соціальне становлення можливе за умов погодженої спільної діяльності в усіх її вимірах, включаючи і поза навчальну виховну роботу. Засвоєння соціального досвіду ефективної взаємодії уже на етапі адаптації групи до нових соціальних умов формуватиме стійку світоглядну позицію, яка трансформуватиметься у систему ціннісних пріоритетів майбутнього спеціаліста. А тому соціально-педагогічними умовами ефективної організації спільної діяльності студентської групи є:

- врахування особливостей перебігу адаптаційних процесів на індивідуально-особистісному та груповому рівнях з урахуванням попереднього досвіду організації взаємодії;
- педагогічне обґрунтування та впровадження інтрагрупових й інтергрупових норм, які визначатимуть умови міжгрупової комунікації;
- орієнтація на нормування спільної діяльності, що сприятиме виробленню принципів групової взаємодії;



- використання елементів молодіжної атрибутики у процесі вироблення групових норм, що позначатиметься на груповій самоідентичності;
- урахування особливостей внутрішньо-групових динамічних процесів у виявленні тенденцій лідерства та групової згуртованості [3, с. 246].

### **Список використаних джерел:**

1. Безпалько О.В. Соціальна педагогіка / Безпалько О.В – навчальний посібник, 2014. – 312 с.
2. Лавренко О. Соціалізація студентської молоді в культурно-дозвіллевій сфері // Соціально-психологічний вимір демократичних перетворень в Україні / За ред. Максименка С.Д., Циби В.Т., Шайгородського Ю.Ж. та ін. / Лавренко О – К.: Український центр політичного менеджменту, 2013. – с. 318-330.
3. Москаленко В.В. Соціалізація особистості: Підручник / Москаленко В.В. – Київ.: Монографія, 2013. – 539 с.
4. Петровська Т. Економіко-психологічна адаптація і стиль життя // Соціальна психологія / Петровська Т. – 2014. – № 6 (8). – с. 86-94.

**М.А. Омелько**

ВСП «Могилів-Подільський технологіко-економічний фаховий  
коледж Вінницького національного аграрного університету»

## **ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ СЕРВЕРІВ ТА ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОГО ТА ОЧНОГО НАВЧАННЯ**

Для ефективної організації навчання здобувачів освіти закладів усіх рівнів в умовах обмеження освітнього процесу рекомендовано використовувати форми дистанційного навчання. Дистанційне навчання є формою організації та реалізації навчально-виховного процесу, за якою його

учасники здійснюють навчальну взаємодію принципово і переважно екстериторіально.

Головним завданням дистанційного навчання є розвиток творчих та інтелектуальних здібностей людини за допомогою відкритого і вільного використання всіх освітніх ресурсів і програм, у тому числі, доступних в Інтернеті. А оскільки Інтернет є світовою інформаційною мережею, то вона може бути одним із засобів дистанційного навчання, тому що її дані допоможуть студентам і викладачам) створити повну інформаційну картину з питань, що їх цікавлять. Мережа Інтернет постійно розширює свої можливості, сервіси, розміщену з її допомогою інформацію, яка є значущою з точки зору освіти. Так, сучасні засоби телекомунікації, залучені майже в усі галузі освітньої діяльності, використовуються у процесі підготовки студентів, дають можливість появи нових форм освіти, без яких стає неможливим розв'язання постійно поновлюваного спектру завдань, що висуває сучасна освіта.

Інтернет багатofункціональний, оскільки поряд із функціями пошуковою (каталоги, колекції посилань) та інформаційною (електронні бібліотеки, віртуальні центри, бази даних, електронні книги і журнали, методична література) він виконує інтерактивну функцію, що дозволяє студентам і викладачам спілкуватися за допомогою електронної пошти, форумів і на персональних чатах, а також влаштовувати відео-конференції.

Відповідно до Положення про дистанційну форму здобуття повної загальної середньої освіти, що затверджене Наказом МОН України 08.09.2020 року № 1115) дистанційне навчання є процесом взаємодії між викладачами і студентами, ізольованими у просторі. Наслідком цього можна зазначити особливо організовану поведінку учасників взаємодії, яка залежить від характеру відносин, дистанції між ними і представлена у формі діалогу. Основне завдання дистанційного навчання полягає у стимулюванні дидактичного діалогу студента з матеріалом курсу. Тому, застосовуючи дистанційну форму навчання потрібно урізноманітнювати її види. Найбільш

поширеними є наступні види дистанційних технологій: чат-заняття, які проводяться синхронно, коли всі учасники мають одночасний доступ до чату; веб-заняття, або дистанційні лекції, конференції, семінари, ділові ігри, лабораторні роботи, практикуми та інші форми навчальних занять, що проводяться за допомогою засобів телекомунікацій та інших можливостей інтернету; телеконференції, що проводяться, на основі списків розсилки з використанням електронної пошти.

Серед переліку діючих різноманітних онлайн-платформ на початку навчального року під час очного навчання з використанням додатку Google Classroom створила класи із дисциплін «Фінансовий облік», «Облік і звітність у бюджетних установах», «Казначейська справа», в яких навчаються студенти спеціальності «Облік і оподаткування». Платформа Google Classroom (<https://classroom.google.com>) — це сервіс, що пов'язує Google Docs, Google Drive і Gmail, дозволяє організувати онлайн-навчання, використовуючи відео-, текстову та графічну інформацію. Викладач має змогу проводити тестування, контролювати, систематизувати, оцінювати діяльність, переглядати результати виконання вправ, застосовувати різні форми оцінювання, коментувати й організовувати ефективне спілкування із студентами в режимі реального часу. В цих класах студентам пропоную матеріали для підготовки до практичних занять та теоретичний матеріал дисципліни, який призначено для самостійного вивчення або поглиблення знань з тієї чи іншої теми. У всіх цих класах зареєстровані всі студенти навчальної групи.

З переходом на дистанційне навчання крім додатку Google Classroom та Viber-груп, кожне навчальне заняття проводжу у формі відео-конференції на платформі Zoom-meeting, про що свідчить відповідний запис. Zoom ([zoom.us/download](https://zoom.us/download)) — сервіс для проведення відео-конференцій та онлайн-зустрічей. Для цього потрібно створити обліковий запис. Безкоштовна версія програми дозволяє проводити відео-конференцію тривалістю 40 хвилин. Zoom підходить для індивідуальних та групових занять. Користувачі можуть

використовувати додаток як на комп'ютері, так і на планшеті чи смартфоні. До відеоконференції студенти підключаються за посиланням або ідентифікатором конференції. Заняття планую заздалегідь у час відповідно до розкладу навчальних занять. Під час відео-заняття широко застосовую демонстрацію екрану. Виконані письмові роботи (законспектований теоретичний матеріал, практичні роботи та самостійні до них, контрольні роботи, створені презентації та розроблені кросворди) студенти прикріплюють в класи, після чого отримують оцінку та за потреби супроводжуючий коментар з приводу усунення недоліків. Для надання методичної допомоги також використовується телефонний зв'язок із студентами через Viber-групу та особисто.

З метою удосконалення рівня самоосвіти систематично працюю над підвищенням власного професійного рівня. Аби здійснювати підготовку студентів на сучасному рівні постійно підвищую кваліфікацію під час дистанційних вебінарів, інтернет-конференцій ОП «На урок», ТОВ «Всеосвіта» тощо.

### **Список використаної літератури**

1. Положення про дистанційну форму здобуття повної загальної середньої освіти, що затверджене Наказом МОН України 08.09.2020 року № 1115.
2. Кухаренко В.М. Екстрене дистанційне навчання в Україні: Монографія / За ред. В.М. Кухаренка, В.В. Бондаренка – Харків: Вид-во КП «Міська друкарня», 2020. – 409 с.

**Останіна Ю.В.,**

**Кордонська І. В.**

викладачі ВСП Могилів – Подільського технологічного –  
економічного фахового коледжу ВНАУ

## **ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ «ПЕРЕВЕРНУТЕ НАВЧАННЯ» ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІН ПРИРОДНИЧО – МАТЕМАТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ.**

«Перевернуте навчання» це технологія, яка є найбільш пристосованою і

найчастіше використовуваною моделлю для організації навчального процесу в коледжі, а особливо в умовах дистанційного навчання.

Ідея «перевернутого навчання» полягає в попередньому ознайомленні студентів вдома з новим навчальним матеріалом за підручником чи відео-аудіо-матеріалом, а на занятті— короткий розбір проблемних моментів, закріплення теоретичних знань і вироблення практичних навичок. Оцінювання засвоєння нового матеріалу проводиться в кінці заняття за допомогою виконання завдань, тестування тощо. Відтак, опрацювавши теоретичний матеріал вдома самостійно, студент приходить на заняття підготовленим і вмотивованим. По суті домашня робота виконується на занятті, в той час як лекції зазвичай прослуховуються та конспектуються студентами вдома. Саме тому цю модель так і називають – «Перевернутий клас».

В «перевернутому класі» викладач не є основним джерелом інформації, але він організовує продуктивний навчальний процес. Важливо, щоб завдання на занятті потребували аналізу, критичного чи креативного мислення студентів, обговорення, дискусії або мали практичний зміст.

Розглянемо декілька прикладів організації занять за технологією «Перевернутий клас» з дисциплін «Математика» та «Фізика і астрономія».

1. При вивченні теми: *«Тіла обертання: циліндр, конус»* студентам можна запропонувати вдома переглянути відео лекцію(до 4 хв) про поняття та основні елементи тіл обертання. Студенти записують конспект, який буде містити основні поняття і формули. Далі можна запропонувати пройти тренувальний тест на перевірку рівня засвоєння основних понять, після опрацювання якого вони має змогу переглянути результати та ознайомитися з правильними відповідями. Таке заняття може бути використано безліч разів і студент в будь-який момент його може переглянути.

2. Вивчення теми *«Тригонометричні функції числового аргументу»* спирається на досить значний матеріал курсу базової школи. Основні поняття теми доцільно попередньо запропонувати студентам опрацювати самостійно за допомогою підручника, підготовленої презентації та короткого відеоуроку. А вже на занятті, після діагностичного опитування основних понять та властивостей, провести корекційне навчання теми, ілюстративне розв'язування типових завдань та узагальнення і систематизацію вивченого матеріалу.

3. Вивчення теми *«Основи МКТ»* з фізики базується на основі вже відомих понять з курсу хімії. Тому перед початком вивчення теми, доцільно студентам дати домашнє завдання у вигляді коротких відеолекцій або конспекту на відновлення цих понять, та проведення домашніх експериментів для вивчення основних положень МКТ. Під час проведення аудиторного заняття обов'язково проаналізувати результати проведення експериментів та зробити відповідні висновки.

***Переваги «Перевернутого класу»:*** більше можливостей для розвитку самоконтролю; студенти вчаться здобувати знання самостійно; є можливість зупиняти лекції, переглядати їх неодноразово; звільняється час для практичного закріплення матеріалу; заняття завжди є доступними усім студентам.

«Перевернутий клас» надає багато можливостей, які впливають на покращення якості освіти, а саме: урізноманітнювати форми в навчальному

процесі; врахувати індивідуальні особливості сприйняття студентами інформації; розвивати навички контролю та самоконтролю; підвищити мотивацію студентів; вивільняти час на занятті на творчі завдання чи завдання підвищеної складності. Технологія «Перевернутий навчання» дає можливість вивести на перший план спільну роботу викладача та студента, з врахуванням пізнавальних потреб кожного. Елементи аудиторного і позааудиторного навчання повинні становити єдине ціле, щоб студенти могли зрозуміти принцип даної моделі і були мотивовані на підготовку до занять в аудиторії.

**Недоліки «Перевернутого класу»:** не всі готують домашнє завдання, для таких студентів необхідно провести індивідуальне пояснення та/або включити в роботу груп; не всі мають доступ до ТЗН, до мережі інтернет; реакція батьків може бути різна (інформуйте батьків, вони союзники); можлива дезінформація, тому давати чіткі вказівки, конкретні посилання. У контексті «перевернутого навчання» постає питання: як зацікавити дітей вивчати матеріал на випередження вдома, коли звичайні домашні завдання студенти виконують не завжди якісно. Мабуть, єдиний спосіб вирішення цієї проблеми полягає в тому, що матеріали повинні бути цікавими, насиченими та зрозумілими не лише викладачу.

«Перевернутий клас» – це альтернатива традиційному. Застосування технології «перевернутого навчання» на заняттях сприяє формуванню навчальної діяльності, дає можливість змінити навчальний підхід від пасивного до активного сприйняття, оскільки відкриває широкі можливості для підвищення інтересу до навчання і стимулює отримання додаткових знань та їх ефективне закріплення, розширює горизонти пізнання природничо - математичних дисциплін.

### **Перелік використаних джерел**

1.<https://naurok.com.ua/post/model-navchannya-perevernutyi-klas-zminyuemo-osvitniy-proces> Журнал «На Урок».

2.<https://vseosvita.ua/library/perevernute-navcanna-61118.html> Гунченко М.А. Перевернуте навчання.

3.<https://vseosvita.ua/library/testovi-zavdanna-z-geometrii-10-klas-83988.html> Перевозник Ю.П. Тестові завдання з геометрії. 10 клас.

4.<https://vseosvita.ua/library/matematika-metodicni-rekomendacii-do-zastosuvanna-metodiki-perevernutij-klas-209590.html>

5.<https://lib.iitta.gov.ua/714294/1/GIOS.pdf>

**Папуша Ксенія Федорівна,  
Носкова Тетяна Анатоліївна,**  
*викладачі ВСП «Могилів–Подільський  
технологічно-економічний фаховий коледж  
Вінницького національного аграрного  
університету»*

## **ОСОБИСТІСНО ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ДО НАВЧАННЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ**

Державний стандарт базової і повної загальної середньої освіти вимагає будувати навчально-виховний процес на засадах особистісно зорієнтованого, компетентнісного і діяльнісного підходів. Особистісно зорієнтований підхід до навчання забезпечує розвиток академічних, соціокультурних, соціально-психологічних та інших здібностей студентів, діяльнісний спрямований на розвиток умінь і навичок студента, застосування здобутих знань у практичних ситуаціях, а компетентнісний сприяє формуванню ключових, загально-предметних і предметних компетентностей.

[ 3 ]

До ключових компетентностей, які формуються у студентів при вивченні економічних дисциплін, належать:

- компетентність саморозвитку і самоосвіти;
- соціальна компетентність;
- загальнокультурна компетентність;



- компетентність продуктивної творчої діяльності;
- інформаційно-комунікаційна компетентність;

Формувати компетентність саморозвитку і самоосвіти, що передбачає розуміння студентами необхідності і готовності вчитися протягом усього життя. Проектна діяльність не лише поглиблює знання студентів з певної теми, а й задовольняють їх потреби у презентації себе та своїх здобутків серед однолітків. Підготовка проекту розвиває навички організації власної навчальної діяльності, аналізу наукових досягнень, узагальнення і систематизації великих обсягів інформації. Наявність цих вмінь свідчить про вміння вчитися. Метод проектів дає змогу у комплексі зреалізувати всі ключові компетентності, бо при виборі теми формується соціальна компетентність, при опрацюванні джерел інформації розвиваються компетентності саморозвитку і самоосвіти та загальнокультурна, а при презентації реалізуються компетентності продуктивної творчої діяльності та інформаційно-комунікаційна. [ 1 ]

Внутрішня мотивація студента до навчання виникає поступово. У багатьох вона нестійка і залежить від ситуації. На заняттях на етапі мотивації навчальної діяльності практикуються різні методичні прийоми для активізації пізнавальної діяльності: виробничі ситуації, проблемні бесіди, експерименти, дослідження та інші методи. [ 2 ]

При формуванні компетентності саморозвитку і самоосвіти використовую різні типи завдань:

- завдання, що встановлюють зв'язок між теоретичними знаннями і практичними діями.
- завдання на самоспостереження.
- завдання, що сприяють розвитку дослідницьких навичок та аналізу.

З метою формування соціальної компетентності, що забезпечує вміння робити вибір, приймати рішення, брати відповідальність, безконфліктно співіснувати, практикуються завдання різного рівня

складності. Вибір студентами певних завдань свідчить про їх здатність до самооцінювання. [ 6 ]

Вміння самостійно приймати рішення, йти на компроміс, досягати спільної згоди формуються у студентів коледжу при проведенні семінарських занять, поза аудиторних заходів.

Для розвитку соціальної компетентності часто використовуються групові форми навчання у організації навчальних занять: ділові ігри, випереджуючі завдання, міні-конференції. Все це формує у студентів вміння приймати рішення, робити власний внесок у спільну справу, розвиває здатність до самооцінки і адекватної оцінки інших. [ 2 ]

З метою формування загальнокультурної компетентності, що передбачає оволодіння досягненнями культури, розуміння інших людей, їхньої індивідуальності та відмінностей за національними, культурними та релігійними ознаками, на заняттях часто використовуються вислови відомих економістів. Вони позитивно впливають на образне мислення, здатність висловлювати оригінальні ідеї.

З метою формування загальнокультурної компетентності звертається увага студентів на міждисциплінарну інтеграцію і на значення економічних дисциплін для розвитку держави в цілому.

Розвиток компетентності продуктивної творчої діяльності здійснюють шляхом самостійного складання студентами задач, тестів, запитань до теми. Найкращі варіанти тестів використовуються для перевірки знань інших студентів. [ 3 ]

Для формування творчих здібностей також практикуються ігрові методи навчання: ігри – змагання, рольові ігри, дидактичні ігри, а також продуктивна діяльність студентів активізується за допомогою нестандартних занять.

Велика увага під час проведення занять приділяється формуванню інформаційно-комунікаційної компетентності. Студенти набувають навиків

роботи з різними інформаційними джерелами: довідниками, Інтернет - ресурсами; ефективно працювати з підручником.

Застосування прикладного програмного забезпечення дає змогу вивести сучасне заняття на якісно новий рівень, залучає студентів до активної пізнавальної діяльності завдяки новизні та нетрадиційності викладання нового матеріалу.[ 4 ]

Використання ефективних методів і прийомів під організації освітнього процесу, створює всі передумови для успішного засвоєння навчального матеріалу і формування особистості із розвиненими ключовими компетентностями.

#### Список використаних джерел:

1. Бібік Н. М. Компетентнісний підхід : рефлексивний аналіз застосування / Н. М. Бібік // Компетентнісний підхід у сучасній освіті : світовий досвід та українські перспективи. – К. : К.І.С., 2014. – С. 47 – 52.
2. Власова О. І. Педагогічна психологія : навч. посіб. / О. І. Власова. – К. : Либідь, 2015. – 400 с.
3. Гончарова-Горянська М. В. Розвиток соціальної компетентності дошкільнят. Ін-т проблем виховання АПН України. Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді : зб. наук. праць / М. В. Гончарова-Горянська – К., 2012. – С. 212 – 218.
4. Ермаков Д. С. Компетентностный подход в образовании / Д. С. Ермаков // Педагогика. – 2011. – № 4. –С. 8 – 16.
5. Овчарук О. В. Компетентнісний підхід у сучасній освіті : світовий досвід та українські перспективи : Бібліотека з освітньої політики / О. В. Овчарук. – К. : К.І.С., 2014. – 112 с.
6. Пометун О. І. Дискусія українських педагогів навколо питань запровадження компетентнісного підходу в українській освіті / О. І. Пометун // Компетентнісний підхід у сучасній освіті. Світовий підхід та українські перспективи / під заг. ред. О. В. Овчарук. – К., 2014. – 111 с.
7. Савченко О. Уміння вчитися – ключова компетентність шкільної освіти / О. Савченко // Освіта України. – 2016. –№ 62 – 63. – С. 4.

## **КОМПОНЕНТИ ТА МОДЕЛІ BLENDED LEARNING**

Реалії сьогодення вимагають більш сучасних, креативних та ефективних освітніх технологій, які б сприяли підвищенню якості навчального процесу.

Одним із таких сучасних, цікавих підходів до освітньої діяльності є змішане навчання, яке поєднує традиційні методики викладання із сучасними засобами інформаційних технологій.

Змішане або гібридне навчання (blended learning) – це поєднання онлайн та офлайн-навчання, що забезпечує гнучкість по відношенню до традиційного навчання, надає можливість освітнім закладам пропонувати навчання в різних умовах доставки матеріалу. Це вдале поєднання традиційного навчання з елементами on-line навчання.

Дослідники у сфері освіти Чарльз Грехем та Джаред Стайн виділяють три основні переваги системи змішаного навчання:

- доступність;
- покращення навчального процесу;
- зменшення витрат.

Основні компоненти змішаного навчання [ ] :

1. «Живе спілкування».
2. Онлайн-контент (самостійне навчання). Під час такого типу роботи здобувач самостійно опрацьовує матеріали у зручному для нього (неї) темпі та місці.
3. Співпраця. Поєднує два ключових елементи: робота з однолітками і робота з викладачами. Важливо, що подібна співпраця може відбуватися під час виконання групових завдань, так і через електронну пошту чи соціальні мережі.

4. Оцінка. Щоб зрозуміти, як сприймаються матеріал та як покращити цей процес, можна використовувати і тестування.

5. Додаткові матеріали. Додаткові матеріали можуть охоплювати роздруковані матеріали, схеми, корисні ресурси тощо.

Змішане навчання використовує найрізноманітніші методи, як традиційні, так й інтерактивні: лекційні, лабораторні, комп'ютерні презентації, комп'ютерне навчання й навчання через Інтернет. Ці методи використовуються як окремо, так і в поєднанні один з одним.

Викладачу варто обрати таку модель гібридного навчання, яка допоможе підвищити ефективність їх співпраці (рис.1).

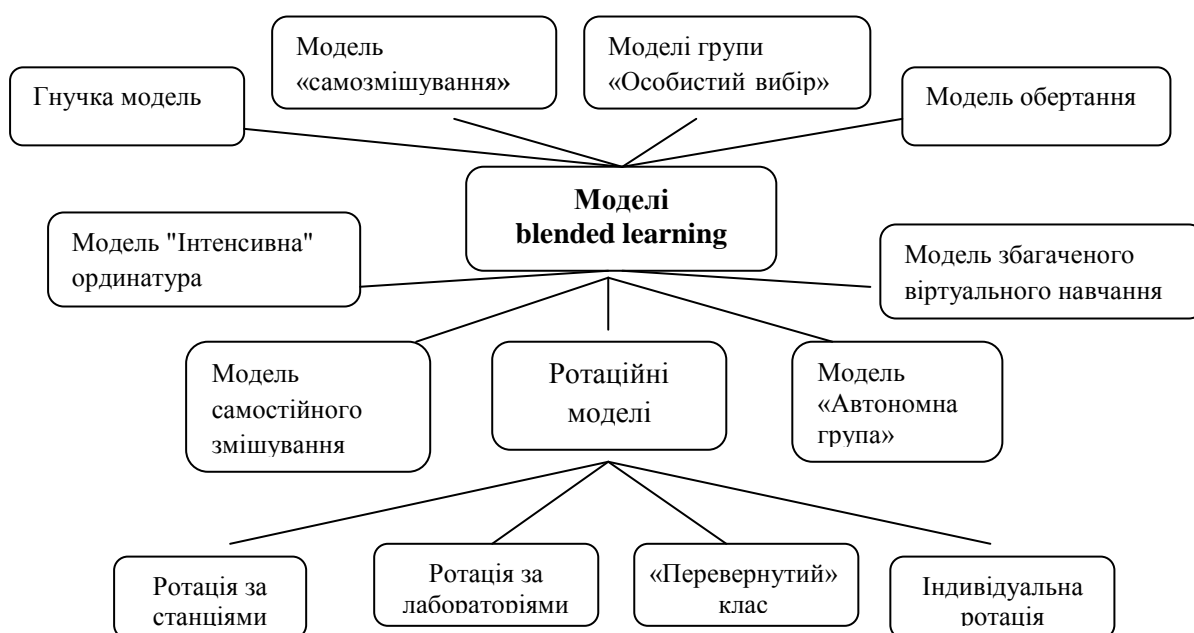


Рис.1- Моделі змішаного навчання

Система дистанційного навчання в змішаній моделі дозволяє використовувати такі форми викладу навчального матеріалу: лекційні заняття, практичні заняття, індивідуальні домашні завдання, відеофільми, анімації та симуляції.

Користь та ефективність від поєднання різноманітних інструментів змішаного навчання залежить як від викладача, так і студента. При використанні змішаної технології навчання стає більш відкритим,

студенти мають можливості вчитися керувати своєю навчальною діяльністю. Змішане навчання дає можливість розвивати у студентів свідомість, самодисциплінованість, самостійність, творче та креативне мислення.

Отже, змішані підходи до навчання виявилися одними з найпопулярніших технологій сьогодення, тому що дозволяють скористатися гнучкістю і зручністю дистанційного курсу та перевагами традиційного класу

#### Список використаної літератури:

1. Змішане навчання: сутність та переваги у сучасному світі URL: <http://blog.ed-era.com/blended-learning-sut-pierievaghi-ta-uspishni-prikladi/> (дата звернення: 14.022021)
2. Змішане навчання: поєднуємо інструменти та ефективно готуємось до IELTS. URL: [Shttps://studway.com.ua/blended-learning/](https://studway.com.ua/blended-learning/) ( дата звернення: 14.022021)
3. Теорія та практика змішаного навчання : монографія / В.М. Кухаренко, С.М. Березенська, К.Л. Бугайчук, Н.Ю. Олійник, Т.О. Олійник, О.В. Рибалко, Н.Г. Сиротенко, А.Л. Столяревська; за ред. В.М. Кухаренка Харків: «Міськдрук», НТУ «ХПІ», 2016. 284 с.

**С.А.Чорна, Ж.В. Бартко,**  
*викладачі вищої категорії*

*ВСП «Могилів-Подільський технологіко-економічний фаховий коледж  
Вінницького національного аграрного університету*

## **BLENDED LEARNING ТЕХНОЛОГІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРЕВАГИ**

Для сучасної освіти України є важливим запровадження системних змін, оновлень у змісті, формах, методах освіти. Інноваційна діяльність набирає значної сили і значення в умовах дистанційного навчання.

**Актуальність теми** полягає в тому, що обмін досвідом з використання технологій дистанційного навчання дозволяє викладачеві ширше реалізувати педагогічні ідеї в нових освітніх умовах.

Концепція змішаного навчання з'явилася ще в 1990-х роках минулого століття як протиположна онлайн навчанню, проте вивчати та впроваджувати її почали лише з 2000-х . Проблемою змішаного навчання опікуються вчені: А. Андрєєв, В. Биков, Н. Корсунська, В. Солдаткін, О. Тіхомірова, Е. Тоффлер та інші, якими розроблені теоретичні положення технології [1,2] .

Змішане навчання (blended learning) - поєднання офлайн- та онлайн-навчання у різних пропорціях. На перший погляд, основна відмінність змішаного навчання від звичайної системи – в активному використанні інформаційних технологій та засобів ІКТ в навчально- виховному процесі. Водночас – це нова система поєднання традиційних та новітніх підходів до освітнього процесу, зміна способів подачі матеріалу та формування нетрадиційних видів взаємовідносин в системі «викладач – студент». Наприклад, навчання в гугл класах спонукає викладача до зміни системи подачі інформації: частина інформації розподіляється на групову роботу, частина – на індивідуальну, частина – на інформаційно-комунікативну взаємодію, що залежить від технічності та кваліфікації учасників освітнього процесу.

Відповідно до традиційної педагогіки освітній процес можна уявити у вигляді відкритої керованої системи. Ведуча роль у цій системі належить меті і змісту навчання (рис. 1).

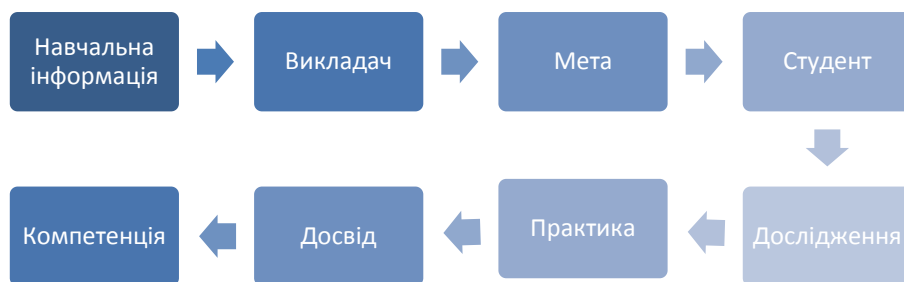


Рис. 1 Схема взаємозв'язку між структурними компонентами педагогічної системи

Під час дистанційного навчання змінюється компетенція викладача у ланці подачі навчальної інформації: викладач → інформація → мета → студент.

Онлайн-навчання не передбачає особистої комунікації між студентами групи, студентом та викладачем. Це його основний недолік у порівнянні зі змішаним навчанням. Адже студенти, які навчаються онлайн, не мають можливості особистого спілкування і розвитку навичок роботи в команді [3]. Система змішаного навчання вирішує проблему, поєднуючи різні системи інформатизації суспільства через різні мобільні додатки та сервіси Google, за допомогою яких можна отримати широкі можливості для індивідуального та колективного онлайн спілкування. Наприклад, в період дистанційного навчання в навчальному середовищі досить популярними стали платформа Zoom, Google сервіси Duo, Meet, Hangouts, Google classroom.

Відштовхуючись від проблеми «навчання дистанційно» сформувалася кардинально нова модель blended learning технологій, яка поєднала особисті досягнення викладача як психолога, педагога-новатора, спеціаліста галузі знань та віртуоза в сучасних ІКТ засобах.

Якщо проаналізувати особистий досвід педагогічної діяльності, то в період карантину викладачі переформатовали навчальні програми, моделі оцінювання та підходи до викладання в онлайн-режимі. Для тих, хто не надто активно опанував нові технології до карантину, ще більшим викликом стала потреба швидко вивчити базові діджитал-інструменти дистанційної освіти, а для тих, хто володів інструментами технології змішаного навчання, довелося поєднати різні моделі blended learning та створити власну модель активізації пізнавальної діяльності через традиційні засоби педагогіки, психології та сучасні засоби онлайн комунікації.

Дистанційне навчання не тільки виявило проблеми в технічності освіти, проте й проблему психологічної неготовності викладача до онлайн спілкування в режимі реального навчального часу, неготовність «слухачів»



спілкуватися без соціальної взаємодії, перевантаженість учасників освітнього процесу. Водночас blended learning модель навчання урівноважила протиріччя між аудиторним та дистанційним навчанням, адаптувала учасників освітнього процесу до нових умов роботи.

**Висновок.** Змішане навчання (blended learning) дозволяє використовувати накопичений позитивний досвід здійснення класичного навчання, доповнюючи його сучасними технологічними і технічними інноваціями, та створює нову модель організації і проведення освітнього процесу в умовах дистанційної освіти. Адже використання ІКТ у змішаному навчанні відкриває широкі можливості для здійснення самостійної роботи студентів під керівництвом викладача, сприяє розвитку ключових компетентностей, зокрема, інформаційно-цифрової, уміння вчитися впродовж життя та професійної мобільності.

#### **Список використаних джерел:**

- 1 .«Змішане» навчання – інноваційна освітня технологія. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://ito.vspu.net/intel/files/Web-proekti/dodatki/zmiwane.htm>
2. Змішане навчання. Методичний навігатор. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://sites.google.com/a/lyceum2.cv.ua/metodicnij-navigator/metodicni-materiali/zmisane-navcanna>
3. Про суть технології змішаного навчання. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://aphd.ua/pro-sut-tekhnoholi-zmishanoho--navchannia/>

## ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

III Всеукраїнської Інтернет - конференції  
«ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА»,

23 лютого 2021 року

Відокремлений структурний підрозділ «Вінницький фаховий коледж  
Національного університету харчових технологій»

21100, м.Вінниця, вул. Привокзальна 38

Тел./факс: (0432) 27-37-76

Сайт: <http://www.vcnuft.vn.ua>

E-mail: vcnuft@ukr.net