

tomorrow. *VUCA-WORLD* : веб-сайт. URL: <https://www.vuca-world.org/> (Last accessed: 01.10.2021).

6. Popova N., Kryvoruchko O., Shynkarenko V., Zeman Z. Enterprise management in VUCA conditions. *Economic Annals-XXI*. 2018. Vol. 170, № 3-4. P. 27–31.

7. Синк Д. С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение / пер. с англ. Москва : Прогресс, 1989. 528 с.

8. Тищенко А. Н., Кизим Н. А., Догадайло Я. В. Экономическая результативность деятельности предприятий: монография. Харьков : ИНЖЕК, 2005. 144 с.

9. Явдак М.Ю. Критерії оцінки результативності діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2011. № 11. С. 70 – 74.

10. Грицина Л. Принципи сталого розвитку підприємств: порівняльний аналіз. *Економічний дискурс*. 2017. Вип. 1. С. 33–41.

АДАПТИВНА СИСТЕМА ПІДГОТОВКИ ОСВІТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

*Єрмоменко О.А., д. пед. н., доцент
Харківська гуманітарно-педагогічна академія*

Сучасні економічні, суспільно-політичні зміни в Україні та динаміка ринкового середовища вимагає від закладів вищої освіти гнучкої взаємодії з економічною сферою. Сьогодні заклад освіти необхідно визнати суб'єктом ринкових відносин, який потребує кваліфікованого управління, адаптованого до умов ринкової економіки, а саме вправного використання маркетингових стратегій при управлінні закладом освіти, здійсненні та витримка конкурентної боротьби серед інших закладів освіти, надання якісних освітніх послуг [3, с. 40].

У зв'язку з цим, виникає потреба оперативної перебудови системи підготовки освітніх менеджерів. Так, конкурентний характер ринку висуває особливі вимоги до якості та змісту підготовки управлінських кадрів, що, у свою чергу, визначає якість самих ринкових відносин. Наприклад, оскільки майже в кожному закладі вищої освіти відкрито спеціальність 073 «Менеджмент», для перевершення конкурентів виникає необхідність сформулювати в освітньо-професійній програмі такі освітні компоненти, яких немає в інших закладах.

Як зазначає О. Моргулець, при прискоренні змін середовища, функціонування і виживання закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг вимагає знаходження все нових ресурсів для успішної конкуренції. Дослідник стверджує, що для виживання в ситуації економіко-політичної кризи в країні, для забезпечення конкурентоспроможності закладів вищої освіти на ринку освітніх послуг необхідно управляти ЗВО як суб'єктом ринкових відносин, що дозволить забезпечити ринок праці відповідними кадрами, бути автономним і

самостійно забезпечувати власне функціонування та розвиток, стати адаптивною самонавчальною системою, ефективно взаємодіяти із зовнішнім середовищем [4].

Основним завданням закладу вищої освіти є трансформація механізму підготовки фахівців, спроможних ефективно працювати й розвиватися у нестабільних умовах економічних відносин. Економічні відносини у сфері освіти будемо вважати відносини споживачів освітніх послуг (здобувачі освіти) та надавачів освітніх послуг (заклади освіти), як суб'єктів економіки, які вступають між собою у відношення з приводу виробництва, обміну, розподілу і споживання продукту економічної діяльності – освітньої послуги (продукту) [1]. Реалізація товарної політики ґрунтується на наданні освітніх послуг високої якості, затребуваних сучасним ринком, оскільки ринок функціонує на основі товарних відносин, що відображають як прямі (виробництво-ринок-споживач), так і зворотні господарські зв'язки. Так, заклад вищої освіти входить на ринок праці з результатами своєї освітньої діяльності – товаром, який набирає форму послуг, програм, курсів, опосередкованими в компетентностях випускників, підтвердженими дипломом або сертифікатом і конкурентоспроможністю на ринку праці.

Перевагами ринку називають гнучкість та високу адаптивність (тобто пристосованість) до умов, що змінюються; ефективний розподіл ресурсів; свободу вибору та дій виробників і споживачів; максимальне використання досягнень НТР; спроможність до задоволення різноманітних потреб, підвищення якості товарів і послуг. Отже, керівник закладу освіти опиняється під впливом ринкових важелів, які змушують його змінювати стиль управління, активізувати адаптивні процеси у своїй професійній діяльності. Метою адаптації має бути забезпечення автономності, самостійності та незалежності дій учасників освітнього процесу при усвідомленні та привласненні зовнішніх умов, зміна яких і викликає адаптацію в освіті. Результатом адаптації має бути спрямована самоорганізація та самоосвіта в межах соціально значущої узгодженої реальної мети [2]. Тому адаптивна система застосовується для оптимізації освітнього процесу, що здійснюється шляхом пристосування та самоорганізації її компонентів у контексті змінних умов середовища.

Враховуючи вище зазначене можна стверджувати, що від освітнього менеджера нині очікують якісної, ініціативної, творчої роботи, що прямо пов'язано із адаптивністю системи професійної підготовки, і, як наслідок, стає потужним чинником інтенсифікації виробництва, підвищення якості послуг і одержання прибутку. Ринкова економіка суттєво впливає на сучасну освіту й посилює прагнення осмислити та адаптувати процес підготовки освітніх менеджерів до нових потреб суспільства та ринку праці.

Література:

1. Вітренко Ю., Ворона В., Кірієнко Д., Ковтунець В., Мельник С., Мусієнко О. Економічні відносини у системі вищої освіти: модернізація в умовах інноваційної економіки: монографія. Київ: Інститут вищої освіти НАПН України, 2017. 187 с.

2. Єрмоєнко О. А. Умови ринкової економіки у підготовці магістрів з управління навчальним закладом. *Теорія та практика управління соціальними системами: філософія, психологія, педагогіка, соціологія*. 2020. № 2. С. 99-107.

3. Єрмоєнко О. А. Адаптивна система професійної підготовки магістрів з управління навчальним закладом: теорія і практика: монографія. Харків: ФОП Панов А. М., 2020. 420 с.

4. Моргулець О. Б. Управління вищим навчальним закладом як суб'єктом ринку. *Ефективна економіка*. 2016. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5135> (дата звернення: 05.11.2021).

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОЄКТНИМ МЕТОДОМ

*Іваненко В.О., к.е.н., доцент,
Клімова І.О., к.е.н.*

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Необхідність адаптації до нових тенденцій розвитку світових та національних економічних процесів, а також потреба своєчасного реагування на пульсації ринку підвищують значення якісного економічного аналізу маркетингової діяльності, що в свою чергу актуалізує важливість чіткої організації роботи аналітиків.

Консалтингові фірми для організації економічного аналізу маркетингової діяльності найчастіше застосовують проєктний підхід зі створенням проєктної команди, яка працює на тимчасовій основі. Проєкт має специфічні цілі, певні терміни початку і закінчення робіт, обмеження у часі, витратах, а також визначені трудові, матеріальні і фінансові ресурси, що спрямовані на досягнення конкретних результатів. Розглядаючи здійснення аналізу маркетингової діяльності як окрему послугу, консалтингова фірма бере на себе організацію в умовах обмеженості наявних ресурсів і необхідності їх погодження у часі. При проєктному підході до організації економічного аналізу маркетингової діяльності керівник робочої аналітичної групи має змогу поетапно відслідковувати реалізацію проєкту, аналізувати його здійснення, і в разі неможливості якісного здійснення, зупинити проєкт з найменшими втратами на будь-якій стадії реалізації, окрім результативної. Використання проєктного підходу для здійснення економічного аналізу маркетингової діяльності дозволить вирішити наступні завдання: визначити і обґрунтувати цілі як для виконавців робіт, так і для замовника; чітко визначити обсяг робіт та визначити терміни виконання проєкту, здійснити оцінку необхідних ресурсів; сформувані відповідну організаційну структуру робочої аналітичної групи та відібрати відповідних спеціалістів для здійснення аналізу бізнес-процесу; здійснити документування на всіх стадіях реалізації проєкту; забезпечити контроль за ходом виконання проєкту.

Здійснення економічного аналізу маркетингової діяльності підприємств лише фахівцями підприємства є проблематичним через відсутність необхідних досвідчених спеціалістів, організаційно-методичних процедур аналітичної роботи, зацікавлення зі сторони працівників підприємства в інформаційній блокаді