

## Інформаційно-комунікативне забезпечення розвитку підприємництва на сільських територіях

О. І. Ракович, І. І. Кравчук, І. А. Кравчук

Житомирський національний агроекологічний університет  
Corresponding author. E-mail: Rakovich\_OI@ukr.net, teacher\_prepod@ukr.net, igor\_kravchuk1987@ukr.net

Paper received 24.11.19; Accepted for publication 10.12.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-213VII35-05>

**Анотація.** Виявлено та охарактеризовано гальмівні чинники інформаційно-комунікативного забезпечення розвитку підприємництва на сільських територіях в умовах формування системи комунікацій між локальними суб'єктами бізнесу та органами державного управління. Запропоновано модель організації інформаційно-комунікативного забезпечення розвитку підприємництва на сільських територіях із функціями узгодження цілей й перспектив розвитку та інструментами організаційної підтримки інтегровано-них комунікацій.

**Ключові слова:** інформаційно-комунікативне забезпечення, підприємництво, сільські території, організація.

**Вступ.** Бажання займатися бізнесом на сільських територіях зумовлює у потенційних підприємців потребу вивчати ступінь розвитку інформаційно-комунікативного забезпечення локального ділового середовища що забезпечується органами місцевої влади. Це зумовлено, насамперед, необхідністю залучення підприємців до участі у локально-адапованих державних програмах і проектах підтримки підприємницької діяльності, у забезпеченні конкурентних переваг територій (регіону), підвищенні рівня життя сільського населення та інтелектуалізації, як бізнес-процесів, так і організації якості життя сільського соціуму. Сучасний стан інформаційно-комунікативного забезпечення сільського населення України, як потенційних суб'єктів розвитку організації ділових комунікацій, відсутністю відповідних «центрів координації» та цілісних комунікативних систем, зародковим станом цифровізації регіонального управління та популяризації інноваційних форм і методів бізнес-комунікацій.

**Короткий огляд публікацій за темою.** Питанням інформаційного забезпечення бізнесу, розвитку підприємництва присвячені праці вітчизняних та зарубіжних дослідників Т. Бутенко, Г. Жаворонкової, Д. Кемпбела, В. Клочана, М. Кропивка, О. Огнієвої, С. Росса, Д. Стігліца, О. Ульянченка, Г. Черевка. Аспекти організації інформаційно-консалтингових послуг для сільськогосподарських виробників та сільського населення розглядаються у дослідженнях Т. Кальної-Дубінок, А. Лапіна, Ю. Лупенка, М. Маліка, П. Саблука. Проблеми економічного розвитку сільських територій на інноваційних засадах та з впровадженням систем діджиталізації досліджують Ф. Важинський, Л. Забуранна, Н. Пугач, О. Яценко та ін. Вагомий внесок дослідників у вирішення означених проблем дозволив сформулювати концептуальні та прикладні засади діджиталізації та комунікативного менеджменту агробізнесу, розвитку сільських територій. Подальших розвідок потребують організаційні аспекти інформаційно-комунікативного забезпечення розвитку підприємництва на сільських територіях.

**Мета.** Метою дослідження є розробка та обґрунтування моделі організації інформаційно-комунікативного забезпечення розвитку підприємства на сільських територіях.

**Матеріали і методи.** Діалектичний метод пізнання

проблем інформаційно-комунікативного забезпечення розвитку підприємства на сільських територіях є методологічною основою дослідження. Для вивчення досвіду комунікативного забезпечення управління бізнес-процесами на сільських територіях застосовано монографічний метод. За допомогою методу соціологічного опитування були виявлені проблеми розвитку ефективних комунікацій між локальними суб'єктами бізнесу на сільських територіях та регіональними, галузевими органами державного управління. Опитування проводилось за участю двохсот сорока респондентів, які є мешканцями двадцяти трьох районів Житомирської області. Вони були розділені на п'ять фокус-груп – керівники сільськогосподарських підприємств та фермерських господарств, голови об'єднаних територіальних громад та особистих селянських господарств, підприємці.

**Результати та їх обговорення.** Організація підприємницької діяльності передбачає необхідність здійснення суб'єктами низки комунікацій на всіх етапах – від прийняття рішення про її започаткування – до інтеграції з іншими суб'єктами, використання механізмів публічно-приватного партнерства, проектного та публічного менеджменту, участі у міжнародних грантових програмах [1, с. 232]. В результаті досліджень ролі процесу інформаційно-комунікативного забезпечення розвитку підприємства науковцями здійснено класифікацію бізнес-комунікацій: 1) ринкові (їх суб'єктами є всі стейкхолдери, які займаються різними видами підприємництва, споживачі товарів і послуг, посередники, представники державних та муніципальних органів); 2) територіально-інституційні (суб'єктами є підприємці конкретної території, представники місцевих органів влади, власники і співвласники різних бізнесів, потенційні підприємці, агенти розвитку); 3) внутрішньо організаційні (мають прояв у делегуванні лінійних і функціональних повноважень, комунікації професіоналів-фахівців та виконавців); 4) глобальні (суб'єктами вбачаються соціум, бізнес, високоінтелектуалізовані агенти; ці комунікації впливають на якісні і кількісні зміни у розвитку націй, глобального соціуму, «планетарного порядку») [2, с. 116; 3, с. 44].

Дещо інший контекст класифікації бізнес-комунікацій пропонується в ракурсі розгляду їх за функціональними ознаками: політичні, ієрархічні, мар-

кетингові, технологічні, муніципальні, технічної підтримки, мережеві [4]. Сучасні дослідники приділяють велике значення комунікаційним компетентностям, якими вбачаються можливості суб'єктів створювати (будувати) комунікаційні ланцюги для передачі ділової інформації, й тим самим формувати високоорганізовану мережу комунікативного управління соціально-економічними процесами. Інформація, яка передається такими мережами є не тільки наповненням конкретного комунікативного каналу, а й стає об'єктом удосконалення, що відбувається за рахунок «постійної інтелектуалізації» процесів її трансформації [5, с. 57].

Вищезазначені позиції конкретизуємо у контексті розгляду формування інформаційно-комунікативних каналів підтримки розвитку підприємництва на сільських територіях Житомирської області, де здійснюється переважно сільськогосподарське виробництво, а також лісогосподарська діяльність, видобування каменю, розробка кар'єрів. Підприємницька діяльність в Україні регламентується Законом України «Про підприємництво», Господарським кодексом та багатьма іншими постановами й підзаконними актами, що «регулюють відносини» держави та бізнесу. На регіональному рівні розробляються стратегії соціально-економічного розвитку, в яких, на основі оцінки регіонального потенціалу, формуються пріоритети (або визначаються «точки зростання»), а суб'єкти підприємництва відповідних галузей стають потенційними реципієнтами державної

фінансової підтримки.

Розподіл розвиткових коштів регламентується постановами, наказами та іншими міністерськими документами, а порядок подання заявок оприлюднено на офіційних сайтах. Зокрема, на аналітично-інформаційному порталі АПК України у контенті «Урядові програми підтримки 2019» міститься перелік обов'язкових вимог для отримувачів бюджетних коштів, однак кінцеві терміни подачі документів не прописані, що звужує можливості фермерів вчасно оформляти заявки і реєструвати подання [6]. В обласних і районних управліннях агропромислового розвитку відсутні механізми швидкої інформаційної підтримки процесу надання державної допомоги суб'єктам аграрного бізнесу, що породжує ситуації недоотримання такої допомоги. В цілому, займаючись сільськогосподарським виробництвом, реалізацією продукції суб'єкти господарювання мають обмеженість у часі для здійснення інформаційно-аналітичної роботи.

В результаті аналізу соціологічного опитування керівників сільськогосподарських підприємств та фермерських господарств, голів особистих селянських господарств та об'єднаних територіальних громад, підприємців Житомирської області визначено основні джерела отримання інформації про державні програми і проекти підтримки розвитку сільського господарства, фермерства, сільських територій (рис. 1).



Рис. 1. Розподіл відповідей респондентів про джерела отримання інформації про державні програми і проекти підтримки. Джерело: складено на основі результатів соціологічного опитування.

З гістограми на рис. 1 видно, що наради, збори, виїзні засідання спеціалістів регіональних органів є основними джерелами отримання інформації для голів об'єднаних територіальних громад, керівників фермерських господарств та сільськогосподарських підприємств – 45 %, 38 %, 31 % відповідно. Запити в мережі Інтернет для отримання зазначеної інформації найбільше використовують підприємці та керівники сільськогосподарських підприємств – 35 %, 34 % відповідно. При цьому, вони зазначають на необхідності поглибленої деталізації цієї інформації та адаптації її до конкретних локальних умов бізнесу.

Голови об'єднаних територіальних громад (35 %) і підприємці (29 %) вважають стейкхолдерські комунікації основними джерелами отримання інформації про державні програми і проекти, однак зауважують на недостатньому рівні «якісної інформативності» цих джерел. Виставки, ярмарки, панельні дискусії, на думку керівників сільськогосподарських підприємств (18 %), підприємців (16 %), керівників фермерських господарств (14 %) вбачаються «спеціалізованим» джерелом отримання інформації, де наочно демонструються ре-

зультати участі суб'єктів у різних програмах, проектах, а також – соціально-економічна ефективність реалізації певних проектів на сільських територіях. Найбільша кількість відповідей респондентів припадає на інформаційне джерело «наради, збори, виїзні засідання спеціалістів регіональних органів», що свідчить про розуміння ними ролі регіональних органів управління в розподілі коштів державної фінансової допомоги та проектного забезпечення.

В результаті аналізу соціологічного опитування визначено основні проблеми розвитку ефективних комунікацій підприємництва на сільських територіях (рис. 2).

Гістограма на рис. 2 відображає, що керівники фермерських господарств (69 %), голови особистих селянських господарств (62 %), підприємці (54 %) до найбільших проблем розвитку ефективних комунікацій підприємництва на сільських територіях відносять відсутність регіональних/галузевих он-лайн сервісів. До причин неотримання державної фінансової допомоги за різними (у т. ч. регіональними) прецедентами і програмами через невчасне оформлення і подачу

документів респонденти відносять низький рівень інформаційно-комунікативного супроводу, відсутність

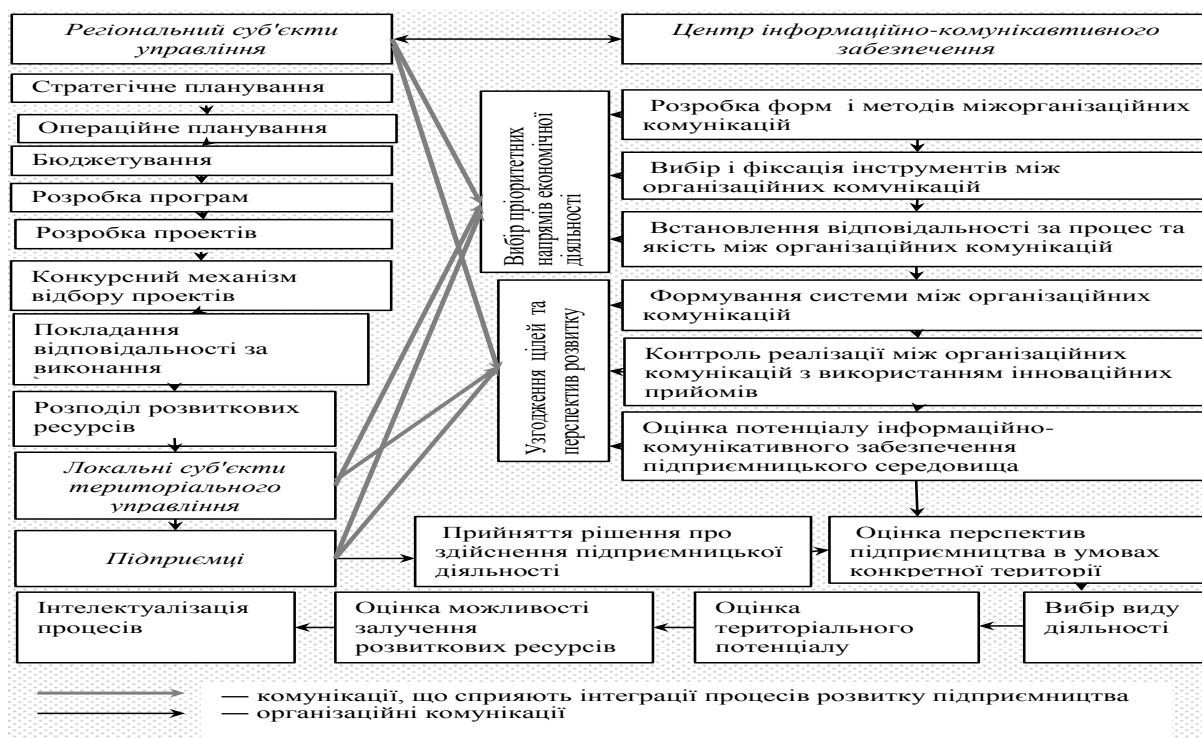
спеціалізованих консалтингових фірм та відсутність власного досвіду.



**Рис. 2.** Розподіл відповідей респондентів про проблеми розвитку ефективних комунікацій підприємництва на сільських територіях. Джерело: складено на основі результатів соціологічного опитування.

Комплексний аналіз відповідей респондентів щодо джерел отримання інформації про державні програми і проекти підтримки та проблеми розвитку ефективних комунікацій підприємництва на сільських територіях дає підстави виявити існуючі тенденції інформаційно-комунікативного забезпечення підприємництва на сільських територіях: 1) спеціалізованими (галузевими) суб'єктами бізнес-комунікацій (регіональними органами управління) формуються комунікативні канали із суб'єктами підприємництва в режимі нарад, зборів, виїзних засідань спеціалістів; 2) відсутня регіональна система організації регіональних бізнес-комунікацій за участі всіх підприємців й зацікавлених стейкхолдерів; 3) низький рівень розвитку інформаційно-комунікативного супроводу підприємницької діяльнос-

ті збоку місцевої влади (фіксація потенційної участі підприємництва у реалізації стратегій й планів регіонального розвитку, а також – у програмах і проектах державної підтримки); 4) нерозвиненість системи консалтингового забезпечення підприємництва (особливо – у сенсі розробки бізнес-планів і проектів участі); 5) відсутність досвіду і знань у підприємців щодо формування системи регіональних бізнес-комунікацій та участі. Означені тенденції зумовлюють необхідність обґрунтування організаційних аспектів інформаційно-комунікативного забезпечення розвитку підприємництва на сільських територіях, для чого пропонується модель організації інформаційно-комунікативного забезпечення розвитку підприємництва на сільських територіях (рис. 3).



**Рис. 3.** Модель організації інформаційно-комунікативного забезпечення розвитку підприємництва на сільських територіях. Джерело: власні дослідження.

До основних елементів пропонованої моделі (рис. 3) відносяться організаційні, зокрема, центр інформаційно-комунікативного забезпечення, що функціонує в регіональному органі управління та в межах якого здійснюються комунікації, що сприяють інтеграції

процесів розвитку підприємництва. До основних завдань центру відносяться: розробка форм і методів між організаційних комунікацій, вибір і фіксація інструментів та встановлення відповідальності за процес та якість комунікацій, формування системи між організа-

ційних комунікацій та контроль їх реалізації, а також – оцінка потенціалу інформаційно-комунікативного забезпечення підприємницького середовища.

До основного завдання центру відноситься формування і підтримка комунікацій, що сприяють інтеграції процесі розвитку підприємництва (на території регіону). Як видно з рис. 3, комунікація з узгодження цілей та перспектив розвитку може відбуватися між підприємцями, локальними суб'єктами територіального управління та регіональним суб'єктом управління за допомогою інструментів інформування підприємців про вибір пріоритетних напрямів діяльності, залучення їх до стратегічного планування й фіксації своєї участі у регіональних програмах і проектах, у т. ч. з подачею заявок на отримання розиткових ресурсів. Перевагою таких комунікацій є те, що підприємці можуть оцінити перспективи розвитку свого бізнесу в межах конкретної території, оцінити власні можливості залучення розиткових ресурсів та брати участь у програмах розвитку інших суб'єктів, зокрема – локальних суб'єктів територіального управління.

Посилення ролі місцевої влади в інформаційно-комунікативному забезпеченні підприємництва на сільських територіях має забезпечуватись механізмами ефективно організації комунікативного середовища на засадах цифровізації та інтелектуалізації процесів, посилення відповідальності суб'єктів за результати комунікацій, професіоналізації комунікаційного супроводу та використання інноваційних механізмів бізнес-

комунікацій, зокрема, самарт-спеціалізації.

**Висновки.** У потенційних підприємців на сільських територіях існує потреба залучення у локально-адаптовані державні програми й проекти підтримки підприємницької діяльності, для чого необхідно знати про пріоритети розвитку підприємництва в умовах регіону, потенційні програми і проекти (регіональні, галузеві) підтримки підприємництва.

До основних тенденцій розвитку інформаційно-комунікативного забезпечення підприємництва на сільських територіях відносяться формування комунікативних каналів без використання сучасних технологій цифровізації, низький рівень розвитку інформаційно-комунікативного супроводу підприємницької діяльності з боку місцевої влади, нерозвиненість системи консалтингового забезпечення підприємництва, відсутність досвіду і знань у підприємців щодо формування системи регіональних бізнес-комунікацій та участі.

Модель організації комунікативного забезпечення розвитку підприємництва на сільських територіях передбачає створення центру інформаційно-комунікативного забезпечення в регіональному органі управління з функціями узгодження цілей та перспектив розвитку між підприємцями та локальними й регіональними суб'єктами управління та інструментами – інформування підприємців про вибір пріоритетних напрямів діяльності, залучення їх до стратегічного планування й фіксації своєї участі у регіональних програмах і проектах.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бутенко Т. А. Інформаційне забезпечення ефективної діяльності агропідприємств. Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучаєва/Серія „Економічні науки”. 2015. № 3. С. 230-237.
2. Штурхецький С. В. Комунікативний потенціал місцевого самоврядування в Україні. Монографія. Рівне: ТОВ “Овід” 2011. 148 с.
3. Ohnieva O., Ohnieva A. The use of e-consultations with residents of city and region for improving development of e-government. 36. тез доповідей II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції “Публічне управління та адміністрування у процесах економічних реформ”, 17 жовтня 2018 р. Херсон: ДВНЗ “ХДАУ”, 2018. 221 с.
4. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. Розпорядження КМУ № 67-р від 17 січня 2018 р. Електронний ресурс. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-p>. (Дата звернення – 02.10.2019 р.)
5. Городенко Л. М. Цифрова та інформаційна нерівність у мережевій комунікації// Інформаційне суспільство. № 16, 2012. С. 56-59.
6. Урядові програми підтримки фермерства. Електронний ресурс. URL: <https://minagro.gov.ua/ua/news/novi-pryami-dotatsii-dlya-fermeriv-yak-skoristatsiya> (Дата звернення – 25.10.2019 р.)

#### REFERENCES

1. Butenko T. A. Information support of the effective activity of agricultural enterprises. Bulletin of KhNAU them. V. V. Dokuchaev/Series "Economic Sciences". 2015. № 3. P. 230-237.
2. Sturhetsky S. V. The communal potential of local self-government in Ukraine. Monograph. Exactly: Ovid LLC 2011. 148 p.
4. Concept of development of digital economy and society of Ukraine for 2018-2020. CMU Order No. 67-p of January 17, 2018. Electronic resource. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-r>. (Date of access – 10.02.2019)
5. Gorodenko L. M. Digital and information inequality in network communication// Information Society. No. 16, 2012. P. 56-59.
6. Government Farm Support Programs. Electronic resource. URL: <https://minagro.gov.ua/en/news/novi-pryami-dotatsii-dlya-fermeriv-yak-skoristatsiya> (Date of access – 10.25.2019).

#### Information and communication security entrepreneurship development in rural areas

**O. I. Rakovich, I. I. Kravchuk, I. A. Kravchuk**

The brake factors of information and communication support for the development of entrepreneurship in rural areas have been identified and characterized in the conditions of formation of a system of communication between local business entities and public authorities. The model of organization of communicative support of business development in rural territories with functions of harmonization of development goals and prospects and tools of organizational support of integrated communications is offered.

**Keywords:** information and communication support, entrepreneurship, rural territories, organization.