

рій, позиціонування визначних пам'яток таким чином, щоб вони підтримували бажаний імідж та розповсюдження інформації про ці визначні пам'ятки в цільових групах.

Методами просування іміджу території є: реклама, прямий маркетинг, стимулювання продажу, зв'язки з громадськістю, особистий продаж, телебачення.

Для покращення своїх конкурентних позицій регіони можуть застосувати одну із шести стратегій: залучення туристів та ділових відвідувачів; залучення бізнесу з інших місць; утримання та розширення існуючого бізнесу; стимулювання розвитку малого бізнесу і сприяння компаніям-новачкам; збільшення обсягу експорту та залучення іноземних інвестицій; регіон може здобути перевагу, ставши відомим в якості виробника високоякісних товарів чи послуг; збільшення кількості мешканців чи зміна структури населення. У першу чергу боротьба йде за залучення спеціалістів.

Фактична реалізація маркетингу на практиці здійснюється з використанням основних інструментів маркетингу, дещо адаптованих до територіального управління. Комплекс територіального маркетингу може бути представлений через інструменти (засоби) маркетингу, або так званий маркетинг-мікс: територіальний продукт, ціна територіального продукту, місце (локалізація) територіального продукту і просування територіального продукту. Для маркетингу територій, крім традиційних інструментів «4P», дійсні ще два – підтримка місцевої спільноти та політичні сили [4, 70].

Отже, маркетинг територій дозволяє створити їм стійкі конкурентні переваги, сприяючи залученню зовнішніх інвестицій та розвитку території в цілому, а розвиток іміджу території сприяє закріпленню такої можливості у довгостроковій перспективі.

Джерела та література

1. Anholt S. Competitive Identity: the new brand management for nations, cities and regions. London: Palgrave Macmillan, 2007. 134 p.
2. Арженовський І. В. Маркетинг регіонів. *Економіка та держава*. 2007. № 3. С. 124–127.
3. Региональный маркетинг (маркетинговые методы в региональной политике). URL: <http://www.bcimarketing.aha.ru/content/regionalnyi-marketingmarketingovye-metody-v-regionalnoi-politike>
4. Бондаренко В. М., Шершун К. О. Поняття та інструменти територіального маркетингу в контексті стратегічного розвитку регіонів. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*. 2012. Вип. 2 (36). С. 66–73.

Чепіль Ю. – студентка

Науковий керівник: к. е. н. А. Табачук
Львівський національний університет
імені Івана Франка, м. Львів, Україна

Інновація як основа поступу економіки

Формування інноваційної економіки потребує «вироблення» нової ідеології, яка орієнтується на нововведення. Наукові результати, конструкторські розробки, технологічні та інституціональні нововведення стають сьогодні головною рушійною силою як економічного прогресу, так й інноваційного розвитку провідних країн світу. Інноваційна економіка, в умовах розвитку суспільства знань, характеризується провідним значенням інноваційної активності суб'єктів науки і виробництва, ростом науково-технічного виробництва, наукоємних технологій, інтелектуалізацією факторів виробництва, які формують завдяки інноваціям, новий технологічний уклад [1, 59].

Й. Шумпетер ввів термін «інновації» як нову економічну категорію, що в перекладі з латинської означає «оновлення». Також у його інноваційній теорії він проаналізував і довів узалежненість розвитку економіки від науково-технічного прогресу. Саме тому, одним із важливих критеріїв розвитку економіки є якість і швидкість впровадження інновацій. Інновації забезпечують динамічний макроекономічний розвиток, їх головною метою є створення інноваційного суспільства. Тому, інновації сприяють науково-технічному прогресу суспільства і економіки.

Особливим змістом інновації є якісні зміни, які призводять до покращення, вдосконалення чи появи нового продукту, послуги, технології [2, 49].

Інновації виступають основним ресурсом та рушієм сучасного соціально-економічного поступу. У даному контексті, поділяємо думку Н.Іванової, що інновації – це «матеріалізовані наукові та технічні ідеї» [3, 207–211]. Це, наприклад, відкриття, які завтосовуються на практиці в різних сферах: виробництва, споживання, обміну. Якщо на етапі індустріального розвитку основним рушійним критерієм був капітал, то на етапі постіндустріального розвитку – наукові знання. У сьогоденні саме знання є поштовхом до багатства і розвитку підприємств, економіки певних регіонів та країни в цілому.

Зв'язок між економічним розвитком і технічним прогресом, був доведений багатьма економістами, науковцями і дослідниками. Найбільш глибокі висновки зробив професор Масачусетського технологічного інституту Р. Солоу. Поділяємо його припущення, що збільшення чисельності робочої сили та обсягів капіталу не є найважливішими чинниками у позитивному розвитку економіки.

Наприкінці ХХ ст. всім стало зрозуміло, що рівень розвитку і динамізм інноваційної сфери – науки, наукомістких галузей і компаній, світових ринків технологій, сприяє економічному зростанню, проводить паралель між бідними і багатими країнами світу і це очевидно, адже технічний прогрес значно вплинув на розвиток економіки, а, також, на рівень життя людей. Сьогодні інноваційний прогрес проявляється у формуванні глобальних науково-дослідних мереж, створенні все більш досконалих інтернет-технологій.

Щодо України, то вітчизняна економічна система зараз переживає процес реформації в умовах ринкової економіки. Актуальною є проблема низької конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів господарювання у зв'язку з, як морально, так і фізично застарілою технікою та технологією, що призводить до неприбутковості підприємств. Тому запорукою розвитку підприємства у нашій країні вважаємо інноваційно-інвестиційну діяльність. Разом з тим, зростання ролі інноваційної складової розвитку економіки, на наше переконання, стане фундаментом переходу на ноосферні принципи господарювання, котрі передбачають досягнення паритету відносин у тріаді людина-господарство-природа.

Інноваційний шлях розвитку економіки передбачає взаємозалежне становлення науково-технічної, виробничої, фінансової, соціальної, інституціональної та інших сфер. Для нашої держави інноваційна стратегія – це найбільш значимі цілі технологічного розвитку, що визначають напрями пріоритетного фінансування, створення інтелектуальної та інформаційної інфраструктури, що дасть змогу максимально ефективно використовувати людський капітал, оновлення законодавчої бази інноваційної сфери, а також реструктуризація наукової сфери з виділенням інноваційного сектору, зайнятого пошуком найбільш ефективних дослідницьких проектів, які можливо перетворити на реальні проекти [4, 40].

Варта уваги думка Л.Яремко, що на даний час, світ знаходиться у фазі п'ятого технологічно-інноваційного циклу комп'ютерних технологій, котра простягатиметься до 2040 року [5, 4]. Суспільне і приватне багатство все більше і більше представлене не матеріальними об'єктами, а інформацією та знаннями, тому, що саме вони сьогодні формують інноваційний прогрес економіки в цілому. Сума знань та інновацій з кожним роком зростає. Інноваційний прогрес охопив всі рівні економічної ієрархії, від мікрорівня до глобального. Тому, з впевненістю можна сказати, що інновації є поступом економіки. Щодо України, то її шлях до створення

сучасної конкурентоспроможної економіки полягає у інтенсивному розвитку інноваційної діяльності та виробництві технологічних нововведень.

Джерела та література

1. Делия В. П. Инновационная экономика и устойчивое развитие: монография. Балашиха: Де-По, 2011. 256 с.
2. Краус Н. М. Інноваційна економіка в глобальному світі: інституціональний базис формування та траєкторія розвитку: монографія. Київ: Аграр Медіа Груп, 2019. 492 с.
3. Мировая экономика: глобальные тенденции за 100 лет/Ю. В. Шишков, Н. В. Загладин, И. Г. Доронин, Н. И. Иванова; под ред. И. С. Королева. Юрист, 2003. 604 с.
4. Шумська С. С. Втеча капіталу з української економіки: аналіз та оцінка за даними платіжного балансу. *Економічна теорія*. 2014. С. 45–67.
5. Яремко Л. А. «Нова економіка» та інноваційний розвиток. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 3, т. 1. С. 25–30.

Чернявка В. – студент

Науковий керівник: асистент

А. Карпич

Київський національний університет

імені Тараса Шевченка

м. Київ, Україна

Особливості розвитку фінансового ринку України в умовах пандемії COVID-19

До 2020 року світ пошквалено обговорював можливості нової глобальної економічної кризи на фоні торгової війни США та Китаю, погіршення екологічного становища, стихійних лих, міграційних криз, війни на Близькому Сході тощо. Чимало аналітиків та економістів прогнозувало значне падіння світових ринків саме у 2020 році. Однак ситуацію, що склалася насправді, було неможливо передбачити.

Пандемія COVID-19 різко та стрімко увірвалася спочатку в Китай, а згодом – в країни всієї земної кулі. Це зумовило значне навантаження на бізнес та пересічних громадян, а відповідно, і на економіку в цілому. Саме з початком оголошення пандемії глобальні фінансові ринки зазнали стрімкого падіння. Однак з початком впровадження карантинних заходів та певної стабілізації ситуації в Європі та США ситуація змінилася в позитивний бік, тобто акції на фондових ринках почали зростати в ціні. Наразі ж, на фоні другої хвилі пандемії, можна помітити нове падіння ринків. Тому нестабільність та загроза краху фінансових ринків існує і досі, змушуючи уряди країн активно стимулювати діяльність фондових бірж та здійснювати грошово-кредитне регулювання.

Український вітчизняний фінансовий ринок відреагував на світову пандемію із незначним запізненням, що зумовлено тим, що українська економіка належить до таких, що розвиваються. Відповідно, фінансовий ринок України є недостатньо розвиненим, а тому не так гнучко реагує на зміни на глобальних ринках. Зміни на фінансових ринках України не були настільки драматичними, однак теж відчутно вплинули на його розвиток та ключові показники.

Враховуючи, що фінансовий ринок має зокрема такі складові, як ринок цінних паперів, валютний ринок та грошово-кредитний ринок, на нашу думку, доцільно проводити аналіз розвитку фінансового ринку в цілому за кожною зі складових.