

важливо утвердити здоровий спосіб життя єдино правильною ідеологією. Учасниками реалізації відповідних заходів можуть стати відомі особи з політики, спорту, шоу-бізнесу. Просування добродійної справи через пропаганду здорового способу життя є дуже важливим у маркетинговій політиці, оскільки дозволяє створити для цільової групи імітаційну модель для наслідування.

У цьому напрямку важливим є широке інформування населення про основні переваги здорового способу життя, оскільки на сьогодні часто така інформація є або неправдивою, або не цілком зрозумілою для звичайного громадянина. Поширення повної та достовірної інформації повинно відбуватися через усі можливі канали комунікацій.

Соціальні ініціативи, на наш погляд, можуть значно актуалізувати необхідність створення та популяризації інституту медичного страхування. Правильне суспільне позиціонування інституту медичного страхування потенційно можливе через реалізацію, насамперед, маркетингових досліджень, а в подальшому інструментів direct- та client-маркетингу. При цьому аналогічні інструменти маркетингу можуть бути використані й в інших напрямках діяльності сфери охорони здоров'я.

Використані джерела

1. Овсянецька О. Я. Перспективи використання маркетингових інструментів у галузі охорони здоров'я України. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 241-245
2. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Нова парадигма закупівлі медичних послуг. *Тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю ["Модернізація менеджменту системи охорони здоров'я в умовах проведення медичної реформи"]*. Тернопіль Кам'янець-Подільський. 2018 С. 245-247
3. Примак Т.О. Маркетинг: навч.посіб. К. : МАУП, 2004. 228 с.
4. Тогунов І.А. Лікар і пацієнт на ринку медичних послуг. Володимирський обласний фонд обов'язкового медичного страхування. URL: www.marketing.spb.ru.

Ярослав ГУНДЯК

здобувач освітньо-професійної програми

«Менеджмент» THEU

Сергій ВОЛОШИН

здобувач освітньо-професійної програми

«Менеджмент» THEU

Науковий керівник – д. е. н., професор кафедри менеджменту публічного управління та персоналу THEU Петро МИКИТЮК

УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ТА ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Призначення та роль організаційного механізму реалізації інвестиційних проєктів розкривається шляхом врахування впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на процес його впровадження. Скорочення обсягів

залучення інвестиційних ресурсів промисловими підприємствами в Україні, зумовлено недосконалістю чинного законодавства, порушенням договірних зобов'язань, відсутністю ефективної системи страхування ризиків, коливанням курсу валюти, зростанням інфляції, нераціональним розподілом інвестиційних ресурсів між галузями економіки, складною економічною ситуацією в державі, зношенню основних засобів, зниженням ліквідності інвестицій, скорочення інвестиційної привабливості підприємств. Виконані дослідження дали змогу розвинути класифікацію чинників впливу на формування та функціонування організаційно-економічного механізму реалізації інвестиційних проєктів, за якою здійснюється поділ чинників на: регульовані (маркетингові, інвестиційні, інноваційні, фінансові, технологічно-виробничі, інформаційні, трудові, часові, захисні, організаційні, сировинні) і нерегульовані (економічні, політичні, правові, соціальні, інформаційні, технологічні, організаційні, екологічні). Дана класифікація створює підґрунтя щодо підвищення ефективності механізму, своєчасного врахування та усунення дії загроз і ризиків на процес реалізації інвестиційного проєкту [1].

Передумовою підвищення інвестиційної активності є розробка та впровадження організаційно-економічного механізму реалізації інвестиційного проєкту. Тому необхідно удосконалити організаційно-економічний механізм реалізації інвестиційного проєкту на промислових підприємствах, який базується на сукупності взаємопов'язаних елементів, методів, що дає змогу обґрунтувати нові джерела та форми спрямування інвестиційних ресурсів, розподілити інвестиції між більш прибутковими інвестиційними проєктами з погляду інвестора, модернізувати виробництво, оновити застаріле обладнання більш прогресивним.

Основною передумовою досягнення сформованих цілей інвестиційного проєкту є взаємодія всіх складових елементів організаційно-економічного механізму, а також визначення заходів щодо пристосування до загроз інвестиційного ринку. Крім того, механізм реалізації інвестиційних проєктів є ефективним, раціональним, системним лише за умови взаємодій підприємства з інвесторами, постачальниками, посередниками, органами державної влади та представниками місцевої влади, тобто зовнішнім і внутрішнім оточенням.

Ефективність функціонування механізму залежить від організаційно-економічних складових, до яких відносять: інструменти; важелі; підсистеми. Основними складовими організаційно-економічного механізму реалізації інвестиційного проєкту є організаційні, мотиваційні та економічні інструменти.

Формування організаційно-економічного механізму реалізації передбачає вивчення його видів: етапи функціонування підсистеми контролінгу управління споживчим капіталом запропонували; схему функціонування організаційно-економічного механізму інвестування; модель організаційно-економічного механізму інвестиційно-інноваційного розвитку; етапи формування

інвестиційного проекту; етапи управління конкурентоспроможністю; алгоритм управління інтелектуальним капіталом [2].

Використання організаційно-економічного механізму реалізації інвестиційного проекту на промисловому підприємстві, який ґрунтується на методах, принципах, функціях, інструментах, важелях. Запропонована методологія складається з етапів, яких доцільно дотримуватися у зазначеній послідовності, що дозволить оцінити загрози інвестиційного ринку та досягнуті очікуваного ефекту, налагодити стабільність інвестиційної діяльності, зростання інвестиційного потенціалу, що сприятиме залученню інвестиційного капіталу, впровадженню інвестиційних проєктів та, як результат, фінансовому оздоровленню підприємства.

Важливою складовою організаційно-економічного механізму реалізації інвестиційного проєкту на промислових підприємствах є використання принципів даного механізму. На підставі проведеного дослідження, систематизовано та доповнено принципи організаційно-економічного механізму, які поділені на первинні (інвестиційного розвитку, залучення інновацій, альтернативності та ефективності, послідовності, цільової спрямованості, адаптації до загроз інвестиційного ринку, надійності, нормативно-правового регулювання, раціонального використання ресурсів) та вторинні (взаємодії учасників інвестиційного проєкту, професіоналізму експертної групи, корегування та контролю, управління експертною групою, комплексності та системності, безперервності, взаємодії складових елементів організаційно-економічного механізму, гласності). Використання первинних принципів дозволяє організувати процес формування організаційно-економічного механізму, визначити компоненти даного механізму.

Використані джерела

1. Микитюк П. П. Інвестиційно-інноваційний менеджмент [Текст] : навч. посіб. / за заг. ред. П. П. Микитюка. Тернопіль : Економічна думка, 2015. 452 с.
2. Микитюк П. П. Управління проєктами [Електронний ресурс] : навч. посіб. / П. П. Микитюк, В. Я. Брич, Т. Л. Желюк [та ін.] ; під ред. П. П. Микитюка. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. – 320 с