

медіакампанії, проведені в Україні в 2019 році в Інтернет, склав 0,97. Це означає, що кожна витрачена гривня принесла брендам, які просувалися в Інтернет, 97 копійок короткострокового ефекту на продажах (в період розміщення і до 3 місяців після). Сьогодні цифрові канали комунікації показують найвищі значення ROI: маркетинг-мікс моделювання Nielsen показує, що банери і онлайн-відео в середньому приносять в 2 рази більше повернення на інвестиції, ніж ТБ, а соціальні медіа (включаючи блогерів) демонструють ще більш високі значення. Але незважаючи на це телебачення як і раніше лідирує за показником абсолютного обсягу додаткових продажів, де він в 2,5 рази більший, ніж в інших медіа в сукупності [1].

Отже, теоретичне дослідження дозволило зробити низку висновків. Digital-стратегія комунікацій – це маркетинговий план, мета якого полягає в загальному розвитку і перетворенні бізнесу, популяризації продукту або бренду. Для реалізації поставлених завдань слід проводити дослідження ринку, аудиторії, конкурентів, виявляти власні конкурентні переваги, відбирати відповідні цифрові канали. Новітні інформаційні технології дозволяють бізнесам успішно вирішувати завдання просування продуктів або послуг на ринок, змушуючи інструменти Інтернет-маркетингу працювати для досягнення поставлених цілей.

Використані джерела

1. Цифровые медиа: чем отличается эффективность каналов коммуникации. URL: <https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/article/2020/cifrovye-media-chem-otlichaetsya-effektivnost-kanalov-kommunikacii/>. (дата звернення: 24.09.2021)
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг, Київ: Либідь, 2014. 920 с.
3. Вествуд Д. Як скласти маркетинговий план. К.: Ранок, 2020. 352 с.
4. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. - Тернопіль : ЗУНУ, 2021. - 180 с., URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>.

Даньків Максим
Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: к. г. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу Пушкар З.М.)

ДИСБАЛАНС РИНКУ ПРАЦІ ТА РИНКУ ПРОФЕСІЙНО-ОСВІТНІХ ПОСЛУГ РЕГІОНУ

Нові технології змінюють світову економіку, у тому числі помітний їх вплив на ринок праці. Інформаційно-комунікаційні технології створюють нові виклики, пов'язані зі зникненням багатьох професій та появі нових. За різними оцінками цифровізація бізнес

процесів найближчим часом поставить під ризик зникнення від 9 до 50 % всіх нині існуючих професій. Ми з вами стаємо свідками фундаментальних змін на ринку праці [1].

Система українських професійно-освітніх навчальних закладів протягом багатьох років перебуває у стані постійних змін. Проте на всіх етапах реформи, ставлення до функціональних цілей закладів професійної освіти не змінилося, її реалізація спрямована на те, щоб у молодих людей формувалася мотивація праці, активна громадянська позиція та професійний статус, і вони могли стати поколінням, яке здатне розвивати нові технології в житті для підвищення конкурентоспроможності внутрішнього та закордонного ринку праці.

Досвід промислово розвинених країн показує - перетворення розвитку науки і техніки на інноваційні продукти може надати професійно підготовлених фахівців. Ефективне навчання нових кадрів, за допомогою невеликих фінансових інвестицій дає швидкий і позитивний соціально-економічний вплив. Для створення інноваційної економіки потрібно не тільки збільшення кількості освічених працівників, але й отримання експертів нового типу, які володіють базовими знаннями та новаторським мисленням, вміють ефективно використовувати нові інформаційні технології для підготовки роботи в команді [1]. Об'єктивні потреби інновацій та розвитку, формування інноваційної економіки потребує розвитку нових ідей навчання та вирішення протиріч на ринку освітніх послуг, праці.

Незважаючи на те, що адміністративні органи намагалися усунути дисбаланс на ринку праці, ці дії не усунули першопричину проблеми, тобто проблему надлишку та "нестачі" певних експертів, у тому числі трудових (технічних) професій. Для того щоб вирішити проблему дисбалансу трудових ресурсів та нестабільність взаємодії між ринком праці та ринком послуг освіти, необхідно створити національний механізм контролю за ринком праці, тому що самостійна збалансованість ринків неможлива через слабку економічну взаємозв'язаність.

Для отримання кваліфікованих спеціалістів, роботодавці знаходять нові можливості для їх підготовки. Для досягнення поставленої мети заклади освіти та підприємства формують партнерські відносини, безпрограшні для обох сторін. Партнерство є добровільна згода на співробітництво між двома або більше організаціями, за якої підприємства, навчальні заклади та інші зацікавлені суб'єкти погоджуються на співпрацю задля досягнення спільної мети або виконання окремого завдання і готові розділити ризики, ресурси та прибуток [2].

За допомогою таких відносин університет забезпечує себе доходами та новими бізнес-ідеями, які дають можливість успішно підготувати випускників до професійної

діяльності та сформувати необхідні компетенції для ринку праці. Завдяки такій системі роботи привабливість навчального закладу підвищується для потенційних роботодавців. У свою чергу, компанії можуть розробляти цільові системи навчання майбутніх співробітників, які будуть мати практичні навички для роботи на підприємстві.

Отже, це безпосередньо пов'язано з успішним розвитком країни, промисловості та регіональної економіки, а також від узгодження інтересів ринку праці та навчальних закладів, подолання протиріччя на шляху взаємодії та забезпечення компаній професійними кадрами.

Використані джерела

1. Пушкар З.М., Пушкар Б.Т. Вплив цифрової економіки на ринок праці . Збірник тез доповідей Всеукраїнської інтернет науково-практичної - конференції «Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції. 16-17 квітня 2020 року. Черкаси: Східноєвропейський університет економіки і менеджменту.С.290 -294.

2. Лібанова Е.М. Конкурентоспроможність українського ринку праці. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення/за ред. І.В. Крючкової. К.: Основа, 2007. с. 276.

3. Український ринок праці: особливості розвитку та ефективність функціонування / І.Л. Петрова, В.В. Близнюк, Г.Т. Куліков [та ін.] ; під ред. І.Л. Петрової ; НАН України ; Ін-т екон. та прогноз. К., 2009. 368 с.

Денисів Галина

Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: д.е.н., професор, завідувач кафедри
економіки та економічної теорії ЗУНУ Козюк В.В.)

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТНОГО ТИСКУ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ АГРОВИРОБНИКІВ

XXI століття позначилось суттєвою активізацією процесів економічної конкуренції. Водночас, у період поширення пандемії Covid-19, кожне підприємство намагається утримати свою нішу на ринку. Поява і розвиток великої кількості господарюючих суб'єктів, що є наслідком активних ринкових перетворень, сприяють посиленню конкуренції між ними.

Сучасний ринок – це надскладна система. Зокрема, на внутрішньому ринку сформувалась система специфічних економічних відносин, що є особливою ринковою формою зв'язку між виробництвом і споживанням. Процес виробництва має сенс лише тоді, коли товари продаються (реалізуються) на ринку. Отже, в ринкових умовах