

воєнних дій, а також деяких хаотичних дій та панічних настроїв жителів громад. Крім того, важливим аспектом публічного управління воєнного часу є підтримка людей, які були змушені покинути свої домівки і втікати від війни, адже вони зараз в дуже непростому становищі. Багато з них втратили все. Тому згуртована та організована допомога громад є дуже важливою і дає можливість вимушено переміщеним особам повернутися до нормального життя.

У цей надзвичайно складний період внесок кожного є важливим для майбутнього України. Представники корпусу публічної служби мають подбати, щоб робота державних органів залишалася ефективною та була направлена на забезпечення спроможності нашої держави на підтримку її громадян, захисників та захисниць.

### **Список використаних джерел:**

1. Функціонування місцевого самоврядування під час воєнного стану – законопроект прийнятий за основу. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14828>
2. Щодо організації роботи державних органів в умовах воєнного стану. URL: <https://nads.gov.ua/news/shchodo-organizaciyi-roboti-derzhavnih-organiv-v-umovah-voyennogo-stanu>

**Тарас ЦАПИК**

аспірант освітньо – наукової програми  
«Публічне управління та адміністрування»  
Західноукраїнського національного університету

## **ТАРГЕТИНГ ЯК МЕТОД ЦІЛОВОГО ПОШУКУ ІНВЕТОРІВ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

На сьогоднішній день все більшого значення у вирішенні завдань управління територіями набувають маркетингові технології. Функціонально вони забезпечують: моніторинг, ресурсний аналіз, залучення інвестицій, представлення бренду території тощо. Невід'ємною частиною ефективного управління стає застосування маркетингових стратегій, що дозволяє не лише аналізувати потреби регіону (громади), але й формувати привабливий імідж території. Залучення інвестицій – одна з найважливіших функцій в зазначеному переліку.

Досягнення сталого соціально - економічного розвитку в

межах регіону (громади) потребує залучення достатньої кількості ресурсів, як внутрішніх, так і зовнішніх. Саме інвестиції відіграють ключову роль у цьому складному процесі. Залучення інвестиційних ресурсів у регіон, територіальні громади може суттєво покращити їх економічну стійкість. Це актуалізує проблему пошуку інвесторів.

Значення побудови механізму залучення інвестицій в розвиток територіальних громад досліджували багато вчених – економістів. Зокрема О. Козак та О. Михайленко вважають, що успішне планування соціально-економічного розвитку територіальної громади залежить «...від розвитку власної внутрішньої спроможності залучати більш ефективні інвестиції, розвивати власний бізнес, що є передумовою збільшення робочих місць та загальноекономічного розвитку громади і, зрештою, підвищення умов життя»[1 с.16]. Г. Лещук пропонує вирішити питання інвестиційного забезпечення громад шляхом співпраці «...із фондами співфінансування та інвестиційними фондами» [2 с.67].

Одним із способів залучення інвестицій, апробованих в зарубіжних країнах, виступає цільовий пошук інвесторів, або як ще його називають – таргетинг. Суть цього методу зводиться до «...формування переліку компаній - потенційних інвесторів, а далі - через налагоджування взаємовідносин із ними та організацію ефективної взаємодії - забезпечення збільшення кількості та якості інвестиційних запитів» [3 с.84]. Виявлення інвестиційних можливостей, що передбачає більш складний підхід, підвищує ефективність порівняно зі звичайним маркетингом. Однак цей підхід потребує значних інформаційних ресурсів, які вимагають більше витрати часу, ніж грошей. Спрямований на залучення та утримання інвесторів, цей процес також відомий своєю складністю та тривалістю.

Однак, узагальнення Європейського досвіду із використання цільового пошуку інвесторів (таргетингу), дозволяє зробити висновок, що він виявився ефективним і успішним для розв'язання різноманітних проблем в розвитку громад (як приклад, програма "Європейський союз для зайнятих", основна мета якої - стимулювання економічного розвитку територій з низьким рівнем зайнятості). Досвід італійських регіонів показав високу результативність використання таргетингу для розвитку туризму та сільського господарства.

В українських реаліях зазначений метод цільового пошуку

інвесторів не достатньо поширених, водночас може бути використаний для залучення інвестицій у місцеві економічні проекти, розвиток інфраструктури, підтримка малих та середніх підприємств. Регіони (громади), які мають унікальні природні або культурні ресурси, національні парки, історичні пам'ятки, можуть використовувати таргетинг для розвитку туризму та культурної індустрії. Широкі можливості використання даного методу сприяють залученню інвестицій у високотехнологічні та інноваційні проекти, у функціонування технопарків, науково - дослідних центрів тощо.

Використання методу таргетингу може допомогти регіонам і територіальним громадам залучити інвестиції в різноманітні сфери їхнього розвитку, для вирішення проблем обумовлених сучасними викликами воєнного часу, сприяючи покращенню якості життя та економічному зростанню.

### **Список використаних джерел**

1. Козак О. О., Михайленко О. Г. Концептуальні засади бізнес-планування в системі управління об'єднаних територіальних громад. Ефективна економіка. 2022. Вип. 7. С.16.
2. Лещук Г. В. Континуум залучення інвестицій у розвиток об'єднаних територіальних громад. Бізнес-навігатор. 2019. Вип. 6.1-2. С. 67.
3. Федоров Р. В., Осовець О. С. Як залучати прямі іноземні інвестиції : практичний посібник для українських міст та районів. Сімферополь. 2013. С.84

**Ілона ЦИМБАЛЮК**

здобувачка освітньо-професійної програми  
«Публічне управління та адміністрування»  
Західноукраїнського національного університету  
Науковий керівник - к.е.н., доцент кафедри менеджменту,  
публічного управління та персоналу, ЗУНУ  
Лідія КРУП'ЯК

### **ПРОФЕСІЙНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ**

Професійні компетентності публічних службовців в Україні можна поділити на кілька основних категорій, які охоплюють широкий спектр знань, навичок і особистісних якостей, необхідних для ефективного виконання їхніх обов'язків. Ці категорії стають ще