

намалювати красивий сайт, потрібно ще забезпечити зручність в його використанні. Подавати інформацію про товар слід простою, ясною і чіткою мовою, привернути увагу унікальним заголовком, що викличе емоційний стан та зацікавленість.

- Контекстна реклама - це короткі текстові оголошення з оплатою за клік, покликані привернути на сайт рекламодавця цільову аудиторію для збільшення продажів товарів і послуг.

Для максимальної ефективності просування, необхідно вибрати цільову аудиторію за віком, географічним розташуванням, за інтересами й багатьма іншими параметрами. Найбільше поширена зараз Google Adwords.

- E-mail-маркетинг - це спосіб створити довірчі відносини з потенційним клієнтом. Також це дієвий інструмент для збільшення повторних продажів, утримання та повернення клієнтів. За статистикою в електронній комерції майже 50% продажів відбувається завдяки e-mail-маркетингу.

- Соціальні мережі являють собою безкоштовний ресурс для обміну контентом і спілкування. Їх використання дає можливість охоплювати широку аудиторію, оперативно інформувати реальних і потенційних клієнтів про нові пропозиції, формувати попит на продукти та послуги.

- Відгуки є дуже важливою складовою у встановленні взаємовигідного зв'язку між компанією та споживачем. Позитивний відгук є відзнакою задоволеності клієнтами отриманим сервісом. Він також може стати підґрунтям для заохочення нових клієнтів.

Отже, малобюджетні технології та інструменти інтернет-просування є перспективним елементом комплексу маркетингу, оскільки вони визначаються економічністю і важливістю результату.

1. Ілляшенко Н.С. Розвиток малого бізнесу за рахунок використання інноваційних інструментів комунікаційної політики / Н.С. Ілляшенко, Н.М. Гайтіна // Ефективна економіка. – 2014. – №8.

2. Просування сайту інтернет-магазину. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/kak-raskrutit-sajt/>

А. Лупій

Науковий керівник - к.е.н., доц. Г.В. Рачинська

ФЕНОМЕН ВОЛОНТЕРСТВА ЯК СПОСІБ ЗАЛУЧЕННЯ РЕСУРСІВ ДЛЯ ВИРІШЕННЯ АКТУАЛЬНИХ СУСПІЛЬНИХ ПРОБЛЕМ УКРАЇНИ

Україна опинилась у ситуації дефіциту внутрішніх і зовнішніх ресурсів – людських, економічних, фінансових, інтелектуальних тощо. Тому саме зараз надзвичайно актуалізується проблема мобілізації внутрішніх ресурсів країни для забезпечення самозахисту та соціальної безпеки і економічного розвитку. Головним завданням для органів державної влади та всіх соціальних суб'єктів, зацікавлених у забезпеченні розвитку і процвітання українського суспільства в цей час є відповідальне та ефективне залучення соціально ресурсного потенціалу, що став як причиною, так і наслідком волонтерського руху в Україні.

Майже чверть українців (23%) мали досвід волонтерства. Більшість волонтерів вказали, що займаються волонтерством самостійно, та не зазначили участь у конкретних волонтерських проектах. 43% волонтерів належать до середнього класу. Експерти стверджують, що серед волонтерів більше молодих жінок, киян та мешканців Заходу, і майже всі вони мають вищу освіту. А саме 54 % волонтерів в Україні це жінки і 78 % волонтерів мають закінчену вищу освіту (39 %) або повну загальну освіту (39%) [3].

Таблиця 1
Оцінки довіри громадян до органів державної влади та інших суспільних інституцій
у 2015 р., % до тих, хто відповів

Суспільні інституції	Рейтинг довіри (цілком довіряю + скоріше, довіряю)	Рейтинг недовіри (скоріше, не довіряю + зовсім не довіряю)	Підсумковий показник балансу довіри – недовіри *
Волонтерські об'єднання	66,0	19,5	+46,5
Церква	61,2	22,0	+39,2
Збройні Сили України	60,3	26,1	+34,2
Громадські організації (жіночі, молодіжні тощо)	49,9	22,5	+27,4
Система освіти	48,0	31,6	+16,4
Вітчизняні засоби масової інформації	48,7	34,0	+14,7
Новостворювані підрозділи національної поліції	41,5	25,6	+15,9
Президент України	37,8	49,0	-11,2
Служба безпеки України	33,4	44,7	-11,3
Місцеві органи влади	28,8	57,8	-29,0
Профспілки	28,7	43,6	-14,9
Рада національної безпеки та оборони України	28,0	45,5	-17,5
Міліція	22,0	63,4	-41,4
Кабінет Міністрів України	19,5	69,2	-49,7
Верховна Рада України	19,1	71,2	-52,1
Національний банк України	17,3	61,2	-43,9
Генеральна прокуратура України	15,5	68,4	-52,9
Місцеві суди (обласні, міські, районні)	13,4	71,7	-58,3
Політичні партії	13,2	69,9	-56,7

* Підсумковий показник (у процентах) було обчислено так: $C_p = D - N$, де D – громадяни, які цілком довіряють та, скоріше, довіряють владній структурі чи суспільному інституту, а N – громадяни, які зовсім не довіряють та, скоріше, не довіряють владній структурі чи суспільному інституту.

Для розуміння перспектив розвитку волонтерського руху в Україні необхідно знати ставлення пересічних громадян до волонтерської діяльності. Результати соціологічних опитувань показують, що воєнний конфлікт на Сході країни спричинив появу нових суспільних інституцій, які впливають на життя країни. Ними стали нові громадські утворення - волонтерські об'єднання, довіра до яких на сьогодні з боку населення є високою - 66% .

Рівень довіри до волонтерів в Україні є найвищим серед широкого спектра соціальних інституцій і становить 3,48 бала за 5 бальною шкалою оцінок. У контексті регіональної підтримки результати є досить очікуваними. Відповідь «Вони реально врятували країну, і не відомо, що було б, якби не вони» найбільшу підтримку отримала на Заході (52,7%), і найменшу - на Донбасі - 21,7%. (табл. 1)

А тепер порівняємо з досвідом Європи: волонтерська діяльність у Європі дуже поширена, а її особливості залежать від різноманітних культурних та соціальних факторів - що мають місце у суспільстві. Так, у 27 - ми Європейських країнах кількість добровольців сягає 94 - х мільйонів і становить приблизно 23 % усіх жителів з віком від 15 - ти років. [2] .

Таким чином, волонтерство - додатковий ресурс і засіб для залучення навичок, знань і досвіду для того, щоб голос та участь, підзвітність і чутливість (responsiveness), як ключові засади доброго врядування (good governance), доповнювали інші рішення у сфері розвитку і ресурси. Покращені механізми для громадянської участі необхідні для можливості появи нових дискусій, обговорень і рішень. Окрім цього, процеси децентралізації фокусують увагу на сфері місцевого самоврядування. Одним з результатів, крім залучення додаткових ресурсів до процесів вирішення місцевих проблем, є зростання громадської участі, залученості жителів до процесів прийняття та реалізації рішень [4, p.21].

1. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/US-2-2016/25-40.pdf>.
2. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://gurt.org.ua/news/recent/17380/>. 3. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.un.org.ua/images/volunteer.pdf>. 4. [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.Volunteeractioncounts.org/SWVR2015frame/21337%20%20SWVR%20report%20-%20ENGLISH%20-%20web%201.pdf>.

О. Пермінова

Науковий керівник: к.е.н., ас. Бохонко Ірина Вадимівна

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ТА ЗАКОРДОННИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Малі підприємства – невід'ємна частина інноваційного процесу. Саме вони є сполучною ланкою між фундаментальною наукою й виробництвом. Від рівня розвитку підприємництва в інноваційній сфері залежить, як незабаром нова технологія або розробка буде реально впроваджена в робочий процес.

Для поліпшення роботи всередині підприємства пропонуємо розглянути концептуальні засади креативного мислення, яке є допоміжною навичкою при розробці інновацій.

Креативне мислення- це вміння пристосовуватися до складних ситуацій, миттєво реагувати на них та бути гнучким під час генерування ідей при вирішенні кризи в тій чи іншій сфері діяльності.

Місце застосування:

- Серед працівників для покращення виконання тих чи інших завдань, які вимагають активної розумової діяльності
- Серед менеджерів як метод покращення роботи всередині команди підлеглих
- Серед вищих рівнів управління підприємства для швидкого вирішення критичних ситуацій та вміння візуалізувати вирішення їх

Формула ефективності креативності:

$$E\Phi = |KC| + \frac{(\Gamma + I)}{|Ki|} \quad [\%] \quad (1)$$

$$\Gamma = \sqrt[3]{P * B * A} \quad (2)$$

$$I = (|П-С|) * B, \quad (3)$$

Де Γ \in [1;100]-гнучкість; I \in [1;100]-індивідуальне мислення; KC \in [1;10]-креативне середовище; Ki \in [1; ∞]-кількість ідей; P \in [1;100]-реагування; B \in [1;100]-вміння пристосовуватися; A \in [1;100]-абсурдність мислення; C \in [1;10]-стереотипність; $П$ \in [1;100]-протистояння ідеям колективу

Згідно цієї формули можна частково дізнатися продуктивність працівників в критичних ситуаціях, що також може допомогти у сфері рекрутменту.

Загалом креативне мислення є універсальним інструментом не лише у вирішенні проблем виробничих, а і загалом проблем в секторі людського ресурсу, а саме в якості мотивування працівників.

В той час, як у вітчизняних підприємствах менеджери здебільшого мотивують своїх працівників підвищенням зарплатні, можливістю оплачуваних поїздок, корпоративів, закордонні компанії мотивують до роботи можливістю здобувати все нові й нові знання. Наприклад, в місяць працівник має прочитати як мінімум одну книгу, в разі не виконання заробітна плата працівника зменшується згідно рішення менеджера. Також багато випадків можна зустріти в якості групового брейншторму щодо тієї чи іншої критичної ситуації, або ж