Мотиваційна система буде ефективною якщо вдається забезпечити узгодження ключових інтересів та цінностей працівника з інтересами та цінностями головних менеджерів компанії, досягти відповідності системи стимулів трудовим очікуванням працівника.

Література:

1. *Peter Drucker and Innovation*
https://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/html/c5-10.html
2. Taiichi Ohno: Hero of the Toyota Production System Alex Kemp -
https://www.qad.com/blog/2018/03/taiichi-ohno-toyota-production-system
3. Global Corporate Venture Capital Report 2021
https://www.cbinsights.com/research/report/corporate-venture-capital-2021/

Каширнікова І. О., кандидат економічних наук, доцент
Зозуля Н. В., асистент
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
м. Дніпро, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Сучасний світ диктує нові умови існування та просування свого бренду у медіапросторі. У 2023 для успішного просування бізнесу вкрай необхідно проявлятися в різних форматах, будувати партнерські та відкриті відносини з клієнтами, а також бути готовим до фінансових інвестицій для створення належного рівня медійності та впізнаваності особистого бренду.

Зрозуміло, що чим ретельніше ви дослідили аудиторію, тим швидше можна до неї достукатися. Для цього слід проводити глибинні маркетингові дослідження, дізнаватися, чому люди купують саме ваш продукт, вивчати інтереси своїх споживачів, їхні болі та бажання [1].

На сьогодняшній день існують тренди в комунікаціях:

контекстність – відображає суспільно-емоційний настрій.

Діяльність повина відповідати контексту та настрою суспільства. Наразі така відповідність забезпечує 70% успіху.

емоційна забарвленість комунікацій – інфоповід, який ви подаєте до медіапростору, повинен бути сповнений щирістю ваших подумів та бажань, прозорістю дій, людяністю, почуттям гідності, єдності. Саме щирість є трендом номер один, бо, по-перше, люди відчувають, коли їх обманюють, а по-друге, люди хочуть відчувати наближеність до бренду, прозорість та зрозумілість. Особливо цей тренд зазнав актуальності під час війни в Україні.

лідери думок (інфлюенсери) – зараз лідери думок переважають над традиційними медіа, тому що саме люди підіймають в медіа нагальні соціальні питання, висловлюють свою експерність. В основі цього тренду стоять людські взаємовідносини та ваше особисте ставлення до того чи іншого лідеру сучасної думки.

соціальне підприємництво - це підприємництво створене з метою вирішення певної суспільної проблеми чи проблем шляхом підприємницької діляьності. Тобто основною відмінністю соціального підприємництва від звичайного є мотив створення - вирішення соціальної проблеми та позитивних суспільних змін (благодійність, корисність для людей, просвітницька діяльність).

сучасний візуальний контент + tone of voice – задача цього поєднання – створити стійкий емоційний зв'язок зі своєю аудиторією. Красивий трендовий візуал – відеоконтент (85% компаній у світі використовують цей тренд) та тональність голосу, яким будуть

розповідати про ваш продукт – це запорука успіху попасти в свій сегмент та міцно закріпитися у підсвідомості людей.

Тільки послідовність у комунікаціях приведе до довіри та стійкого емоційного зв'язку з аудиторією.

Література:

1. 7 трендів продуктового PR 2023 року. Режим доступу: https://www.gen.tech/post/7-trendiv-produktovogo-pr-2023

Клявіна О.К., здобувач гр. МЕ-22
Андрощук І. О., канд. екон. наук., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

РОЛЬ ДЕРЖАВИ У РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ

За сучасних економічних умов національна фінансова безпека має вирішальне значення для забезпечення нормального стану національної безпеки. Важливість забезпечення економічної безпеки країни в цілому та її фінансової частини зокрема пов'язана з багатьма економічними, політичними та соціальними факторами, які загрожують національним інтересам України.

У цілому фінансова безпека – це сукупність заходів, методів та інструментів, що забезпечують безпеку національних економічних інтересів, корпоративних структур і фінансової діяльності комерційних структур, а також здатність країни ефективно реагувати на негативні фінансові впливи. Він має як внутрішні, так і зовнішні властивості. У свою чергу, держава має забезпечити фінансову безпеку України.

Фінансова безпека країни є одним із найважливіших факторів стабільності, цілісності, національної безпеки та успішного економічного зростання. Однак на нього впливають не лише фактори внутрішнього середовища, але й зовнішні фактори середовища, такі як непередбачуваний процес глобалізації, зміни на світових фінансових ринках тощо. Дослідження підвищення рівня фінансової безпеки та ролі інструментів фінансового менеджменту є темами, які вивчають багато науковців. Зокрема, А. Грінспен, М. Гаретті, С. Луан, С. Хітч та інші дослідники аналізували окремі аспекти цієї проблеми. Водночас в Україні ця актуальна проблема привертала увагу таких науковців, як О. Барановський, І. Бланк, В. Гейц, М. Єрмошенко, А. Миколайчук, О. Підхомний, Л. Кошембар, В. Шелест, і т. д.

З часом фінансові відносини стають все більш важливими в економічних системах, тому налаштування фінансової безпеки є цілком розумним кроком. Барановський вказував на те, що в плановій економіці фінансові відносини традиційно мали вторинне значення у формуванні природно-матеріальних пропорцій, що відображалося і пріоритетах економічної науки. Проте, з впровадженням економічних реформ фінансові питання та функціонування національної економіки стали більш визначними. Тому виникла необхідність перегляду взаємозв'язку між економічною політикою та соціально-економічними процесами, зокрема впливу валютної, податкової, бюджетної, інвестиційної та боргової політики на макроекономічну ситуацію. Також виникла потреба розглянути основи економічної політики для з'ясування факторів, що впливають на фінансову безпеку країни. [2, с.16].

Надзвичайно важливою є участь держави у створенні сприяючого фону для інноваційної діяльності. Бо саме держава має можливість сформувати інституційну основу для сприяння розвитку приватного виробничого сектора на основі економічної свободи та конкурентоспроможності. Останнім часом зростає значущість зовнішнього інституційного