

наблизити клієнтів до покупки.

Таким чином, діагностика впливу цифрових технологій на маркетингову політику є одним із найважливіших завдань, оскільки в умовах цифровізації маркетингові інструменти та механізми дозволяють пропонувати суттєво змінені продукти кінцевим споживачам та їх потребам.

З точки зору системного підходу механізми розвитку, що охоплює маркетингове середовище, пов'язане з цифровізацією, представлені у вигляді моделі, що поєднує елементи виробничої системи з суб'єктами та об'єктами взаємодії, властивостями маркетингової системи та можливостями цифрового маркетингу та з урахуванням змін у зовнішньому середовищі. Загальна залежність ефективності виробництва від впливу цифровізації маркетингу представлена у вигляді формули (1):

$$f(EP) = \{S(T); S(P); S(M); C(M); M(S)\} \rightarrow \max, \dots \dots (1)$$

$(\sum S(M_1), S(M_2), S(M_3) \dots S(M_n))$

де $f(EP)$ – функція залежності ефективності виробництва від факторів впливу. Дана функція завжди повинна прямувати до максимального значення;

$S(T)$ – вплив стейкхолдерів на ефективність виробничих операцій системи;

$S(P)$ – внутрішня ефективність виробничої системи;

$S(M)$ – ефективність маркетингових операцій на виробничому підприємстві;

$C(M)$ – ефективність впровадження цифрового маркетингу;

$M(S)$ – ефективність виробничого менеджменту на підприємстві;

$\sum S(M_1), S(M_2), S(M_3) \dots S(M_n)$ – функція залежності факторів цифрового маркетингу на ефективність маркетингових операцій.

Запропонований механізм є основою для прийняття маркетингових рішень і дозволяє складати ефективні плани виробничих компаній на основі цільових показників з урахуванням витрат на цифрові технології.

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ БЮДЖЕТНОГО ФІНАНСУВАННЯ

Свїдова І.О., д-р екон. наук, проф.
Харківський національний університет внутрішніх справ,
м. Харків, Україна

Сучасне фінансування системи соціального захисту населення в Україні здійснюється з бюджетів усіх рівнів, як державного, так і регіональних бюджетних та позабюджетних фондів. Досить велика частина коштів для фінансування соціальних зобов'язань за допомогою міжбюджетних трансфертів перерозподіляється державою між ланками бюджетної системи через дотації, субвенції та інші міжбюджетні трансферти. Таким чином, фінансування соціального захисту населення країни є багаторівневим. Водночас, до останнього часу відсутність суттєвих реформ у державному секторі, на фоні скорочення частки державних видатків, призвела до поступового зменшення обсягів інвестицій у розвиток соціальної сфери. Це позначається на якості соціальних послуг, що надаються населенню.

Досвід розвинених країн свідчить, що без постійного державного розвитку соціальної сфери та модернізації соціального захисту населення неможливий динамічний розвиток економіки та забезпечення високого рівня життя населення. Однією з основних складових цього процесу є активне впровадження найсучасніших сервісних технологій в усіх галузях соціального захисту населення, державного управління у цій сфері та розвиток на цій основі ринку послуг, що надаються з одночасним підвищенням якості обслуговування громадян. При цьому головним завданням можна визначити розробку нової концепції підвищення доступності та якості надання соціальних послуг населенню. В Україні це можна зробити шляхом трансформації нормативно-правової бази та структури системи соціального захисту, підвищення ефективності соціальних видатків та розвитку соціального партнерства.

Одним із напрямів реалізації принципів співфінансування соціальної сфери бізнесом є запровадження програм соціально відповідальної діяльності підприємства. В умовах кризових явищ, що спостерігаються в економіці України, важливою умовою забезпечення сталого розвитку підприємства є забезпечення безпеки фінансово-господарської діяльності через формування ефективної системи управління для швидкого реагування на зовнішні виклики [1]. Концепція соціальної відповідальності бізнесу базується на принципах традиційного маркетингу, але з урахуванням загальнолюдських суспільних інтересів. Підприємства, які першими почали впроваджувати соціально відповідальну діяльність, є інноваторами, які

формують інноваційну стратегію на основі принципів корпоративної соціальної відповідальності [2].

Основним чинником підвищення ефективності використання фінансових ресурсів у соціальній сфері, насамперед, на нашу думку, є оптимальне розмежування повноважень між рівнями влади у цій сфері. Однак слід розуміти, що наділення регіональних і, зокрема, місцевих органів влади додатковими повноваженнями щодо фінансування видатків на соціальний захист без забезпечення їх необхідними джерелами доходів призводить до погіршення стану територіальних бюджетів і недостатності коштів для забезпечення інших, зокрема, інвестиційних цілей. Як наслідок, регіон змушений спрямовувати всі кошти на фінансування зростаючих соціальних зобов'язань, що призводить до недофінансування виробничої сфери, в результаті чого становище економічно слабких регіонів ще більше погіршується. Це, в свою чергу, не дозволяє територіальним громадам вживати заходів щодо збільшення власної дохідної бази. Вирішення цього питання можливе лише шляхом надання територіальним органам влади джерел доходів, достатніх для фінансування їхніх зобов'язань.

Основними напрямками вдосконалення бюджетного фінансування сфери соціального захисту буде, насамперед, посилення відповідальності територіальних органів влади за використання виділених коштів та контролю. Також оптимальне розмежування повноважень щодо здійснення видатків між органами влади всіх рівнів допоможе здійснювати їх з найбільшою віддачею. Наділення місцевих та регіональних органів влади доходами, достатніми для фінансування покладених на них повноважень, шляхом децентралізації бюджетних коштів, що сприятиме досягненню збалансованості регіональних та місцевих бюджетів.

Список використаних джерел

1. Sievidova, I. (2020). Formation of financial economic security. Abstracts of VII International Scientific and Practical Conference «Topical issues of science and practice». (November 02-06 2020. London, GB), 136-138.
2. Pakhucha, E., Sievidova, I. (2020). Business social responsibility as a component of economic security. *Norwegian Journal of development of the International Science*, 51-4, 62-67.

АНТИКРИЗОВИЙ МАРКЕТИНГ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ