

- шляхом власної розробки;
- через процес дифузії - придбання ліцензії, нового продукту чи технології;
- копіювання зразка (імітації);
- запозичення через неринкові канали.

Як розробка, так і придбання ефективних технологій, нового обладнання тощо може бути здійснено зі значно більшою ефективністю за умови використання засобів інноваційного маркетингу [1].

Дифузія інновацій – це поняття, що було розглянуте багатьма видатними теоретиками і науковцями. Деякі з поглядів наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

Погляди на визначення дифузії інновацій

Автор	Зміст
Й. Шумпетер	Процес кумулятивного збільшення числа імітаторів, які впроваджують нововведення вслід за новатором, очікуючи на більш високий прибуток
"Керівництво Осло"	Спосіб, яким інновації розповсюджуються по ринковим або неринковим каналам від місця їх першої реалізації споживачам - країнам, регіонам, галузям, ринкам, підприємствам.

Без дифузії інновація не має ніякого економічного значення, адже вона є значно більш важливим явищем, ніж просте опанування нових технологій або придбання нових продуктів, оскільки підприємства, які запозичають інновації, з часом переймають досвід та розвиваються власним, неповторним шляхом [1].

Список використаних джерел:

1. Тараненко І.В., Таранець Є.І. Вплив інноваційного маркетингу на дифузію інновацій. *Економічний вісник Донбасу*. 2013. № 2 (32); 2. Осадчий А.А. Інноваційні маркетингові технології в розвитку підприємств : робота на здобуття освітнього ступеня магістру : Київ, 2021. 102 с.

Ткаченко С.Є., канд. екон. наук, доцент
Сенчук В.І., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Сутність поняття територіальний розвиток та його характерні риси

Основною у розумінні терміну «територія» є концепція просторової організації суспільства Р. Морилла [3]. Згідно даної концепції простір, як характеристика території, розглядається як проста протяжність, що виявляється в різних моделях розвитку або конкретна географічна територія з притаманними їй характеристиками: ландшафтом, корисними копалинами, біорозмаїттям, соціальною освоєністю.

В технічному сенсі, територіальний розвиток це комплексний багатогалузевий розвиток на конкретній частині території, що керується просторовим баченням бажаного майбутнього та підтримується стратегічними

інвестиціями у фізичну інфраструктуру та управління навколишнім середовищем. Це визначення можна застосувати до місцевого, регіонального, національного або транснаціонального масштабу.

У більш нейтральному значенні, територіальний розвиток є просто загальним терміном для розвитку конкретних (як правило, субнаціональних) частин території. Це можуть бути міські, столичні, регіональні чи сільські юрисдикції, а також прибережні, гірські, прикордонні території тощо.

Найчастіше цей термін використовується для охоплення місцевого розвитку (вужько пов'язаного з меншими юрисдикціями першого рівня або навіть частина з них і регіональний розвиток, тобто розвиток більших, проміжних юрисдикцій (районів, провінцій, регіонів тощо). Але оскільки будь-який простір можна визначити як локальний за допомогою спостерігача, розміщеного над ним або поза ним, вираз територіальний розвиток може просто позначити місцевий розвиток будь-якого масштабу.

Ті, хто визначає територіальний розвиток як просторово інтегрований розвиток конкретної території, можуть недооцінювати складне функціонування економічного та соціального секторів у різних масштабах і переоцінювати масштаби та доцільність їх координації з боку місцевої влади. Вони можуть дотримуватись гіперлокальної точки зору, приховуючи мультимасштабну природу територіального розвитку.

Ті, хто визначають територіальний розвиток нейтрально, як розвиток, що відбувається на території (незалежно від масштабу), можуть ігнорувати критичні відмінності, здебільшого політичні та інституційні, між місцями різного масштабу у сприянні місцевому розвитку. Найбільш очевидним прикладом є різниця в масштабах і формах участі людей у розробці та реалізації державної політики на міському чи регіональному рівнях. Вони можуть приховувати ендогенну природу місцевого розвитку та роль, яку територія відіграє як активний учасник, а не пасивне вмістилище розвитку.

Центральним у концепції місцевого (локального) розвитку є розуміння місцевого як позначення не лише місця (визначення якого зрештою залежить від позиції спостерігача), але й того, як і ким підтримується розвиток. З цієї точки зору, використання ресурсів, специфічних для конкретного місця, за допомогою створення політичних та інституційних механізмів місцевого управління та адміністрування розвитку, які є місцевими, внутрішньо-локальними та надлокальними, становить критичну різницю між справжнім місцевим розвитком та багатьма формами локалізації національних чи навіть глобальних політик розвитку, програм та проєктів.

У цьому відношенні, можливо, недостатньо уваги приділено тому, що означає локалізувати Цілі розвитку тисячоліття (ЦРТ) і як така локалізація пов'язана зі справжнім місцевим розвитком.

Першою визначальною рисою місцевого розвитку стала мобілізація широкого спектру ресурсів, пов'язаних із місцевістю, за допомогою ефективних політичних та інституційних механізмів управління та адміністрування.

Друга особливість впливає як наслідок першої – місцевий розвиток є поступовим по відношенню до зусиль національного розвитку в сенсі наявності

потенціалу для покращення за допомогою автономних дій місцевих органів влади, так і масштабів зусиль національного розвитку.

Третя особливість відноситься до економії масштабу та доданої вартості діяльності в конкретних секторах, яка може бути реалізована через горизонтально інтегроване та просторово скоординоване управління місцевими органами влади. В такому випадку місцевий розвиток називають просторово інтегрованим.

Четверта особливість стосується того факту, що місцевий розвиток суттєво залежить від взаємодії місцевих державних, громадських і приватних суб'єктів із низкою інших суб'єктів, що діють на верхньому і внутрішньому рівнях, в тому числі влади, бізнесу. Тобто мова йде про кооперацію замість конкуренції [1].

Отже, територіальний розвиток означає розвиток, який є ендегенним і просторово інтегрованим, використовує внесок учасників, що діють у різних масштабах, і приносить додаткову цінність зусиллям національного розвитку.

Дане визначення передбачає розширення повноважень місцевих органів влади, спрямованих на розвиток, і орієнтує національну політику, яка повинна пов'язувати реформи децентралізації з результатами розвитку.

Розвиток місцевих органів влади, наділених значною автономією та включених у ефективні мережі підзвітності в свою чергу сприяє територіальному розвитку. Без автономії не може бути підвищення ефективності державних видатків та додаткової мобілізації місцевих ресурсів.

Місцеві органи влади можуть з'явитися та розвиватися лише, якщо реформи децентралізації будуть мати наслідком розширення прав і можливостей людей через розширення повноважень їхніх органів місцевого самоврядування, а не просто як передача функцій і ресурсів між рівнями влади. Тоді місцеві органи влади будуть визнані механізмами самоврядування місцевого політичного округу (а не просто управлінськими структурами для надання певних послуг), які не лише відповідають за конкретні функції, передані або делеговані їм, але також наділені загальними повноваженнями для благополуччя своїх громад і тому можуть розробляти, фінансувати та впроваджувати власну місцеву політику (на додаток до локалізації загальнонаціональної політики).

Розвиток територій наразі повинен базуватись на принципах сталого розвитку з врахуванням географічної, соціальної, економічної, демографічної складових. Також важливим аспектом є врахування духовних та екологічних інтересів населення, культурних й екологічних традицій.

Основні ключові принципи, які слід враховувати при плануванні розвитку територій: необхідність застосування системного всебічного та комплексного підходу до місцевого розвитку; місцеве лідерство та бачення перспектив; творчість та креативність; розвиток партнерства, необхідність переходу від закритих місцевих економік до відкритих глобальних систем; місцевий розвиток має бути спрямований на досягнення стратегічних цілей, але водночас він повинен демонструвати певний позитивний ефект у короткостроковому періоді; місцевий розвиток має бути гнучким та адаптивним, оперативним та націленим на дії; програми та заходи з місцевого розвитку мають бути прозорими і

підзвітними [2]. Поєднання зусиль регіональної влади, органів місцевого самоврядування, бізнесу та науки повинні сприяти досягненню спільних цілей розвитку.

Список використаних джерел:

1. What is territorial development? URL: <https://ecdpm.org/work/territorial-development-volume-4-issue-4-june-july-2015/what-is-territorial-development>;
2. Васильченко Г., Парасюк І., Єременко Н. Планування розвитку територіальних громад: навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 256 с.;
3. Шибаета Н.В., Блохіна А.С. Сільські території України в сучасній економічній науці та практиці державного стратегічного планування. Матеріали I міжнародної науково-практичної конференції «Міське самоврядування в Україні та світі: теорія і практика». 2021. Полтава. С. 172-174.

**Чуйко М.М., канд. техн. наук, доцент
Українська інженерно-педагогічна академія, Україна**

Маркетингові стратегії в умовах глобалізації

Однією з характерних рис сучасної світової економіки є глобалізація, яка вимагає переосмислення засад економічної теорії. Це зумовлює пошук нових підходів і концентрації уваги в маркетингових стратегіях. Важливими компонентами їх є постійні інновації, ефективність, дієвість і плановість.

Маркетингові стратегії являють собою плани та дії, які компанії використовують для досягнення своїх маркетингових цілей. Вони включають в себе розробку планів продажу продукту або послуги, взаємодію з цільовою аудиторією, побудову бренду, створення рекламних кампаній та інші маркетингові заходи.

Умови глобалізації вимагають від компаній розробки ефективних маркетингових стратегій, які дозволяють їм конкурувати на міжнародному ринку. Нами розглянуто основні маркетингові стратегії, які можна використовувати в умовах глобалізації.

Однією з важливих складових успішної маркетингової стратегії в умовах глобалізації є вивчення світового ринку. Маркетингові менеджери мають ґрунтовно вивчити особливості споживчої бази в різних країнах і регіонах, зрозуміти їхні культурні, економічні та соціальні особливості. Це дасть змогу адаптувати продуктову лінійку, ціноутворення, розподіл і просування товарів і послуг до місцевих ринкових реалій [1].

Важливою частиною маркетингової стратегії є створення унікального бренду. В умовах жорсткої конкуренції на світовому ринку, бренд може стати ключовим фактором успіху компанії. Маркетингові менеджери мають розробити стратегію зі створення та просування бренду, яка відповідатиме цілям компанії та привертатиме увагу споживачів. Розвиток сильного глобального бренду