

поточних видатків, тощо) та певними складнощами у підготовці документів (наприклад, у разі отримання кредиту від міжнародних фінансових організацій чи додаткових витрат на страхування проекту та його експертизу тощо). Окремим джерелом фінансування місцевого соціально-економічного розвитку є грантові кошти. Сьогодні в Україні грантові джерела часто мають вирішальне значення для фінансування різноманітних проектів у сфері місцевого розвитку.

1. Результати першого етапу децентралізації в Україні 2014–2018 роки / Децентралізація дає можливості. Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://decentralization.gov.ua/about>

2. Богун К. В. Алгоритм створення і реалізації програми маркетингу і брендингу міста / К. В. Богун // *Економіка и управление*. – 2013. – № 2. – С. 40–45.

3. Ресурсне забезпечення об'єднаної територіальної громади та її маркетинг : навч. посіб. / [Г. А. Борщ, В. М. Вакуленко, Н. М. Гринчук, Ю. Ф. Дехтяренко, О. С. Ігнатенко, В. С. Куйбіда, А. Ф. Ткачук, В. В. Юзефович] – К., 2017. – 107 с.

## **ІНДЕКС ЕКОНОМІКИ ЗНАТЬ: МІСЦЕ УКРАЇНИ В РЕЙТИНГУ СВІТОВОГО БАНКУ**

**Тоцька Олеся**

*СНУ імені Лесі Українки, м. Луцьк*

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) у своєму документі «Економіка на основі знань» зазначає, що її політика в галузі науки, техніки та промисловості повинна бути сформульована таким чином, щоб максимально підвищити ефективність і добробут у «*економіках, що базуються на знаннях*», тобто тих, які безпосередньо ґрунтуються на виробництві, розподілі й використанні знань та інформації. Ключовими є інвестиції в дослідження й розробки, освіту та навчання, а також нові структури управлінської роботи [1, 7].

Слід зазначити, що вперше термін «економіка знань» вжив економіст Ф. Махлуп у книзі «Виробництво та поширення знань у США», в якій до сектору економіки знань ним було включено такі п'ять видів діяльності: освіта, наукові дослідження та розробки, засоби масової інформації (радіо, телебачення, телефон й ін.), інформаційна техніка, інформаційні послуги [2, 47].

У вітчизняній науковій сфері економіці знань присвячено надзвичайно велика кількість досліджень різного спрямування – від формування понятійного апарату базових категорій до аналізу інтегральних індексів у вимірюванні економіки знань.

Одним із таких показників є індекс економіки знань, який розраховується міжнародною організацією «Світовий Банк». Це інтегральний індекс, що використовується для виявлення «слабких місць» у науково-технічній та інноваційній політиці, а також для вимірювання готовності країни перейти до економіки, заснованої на знаннях. Він складається з 12 індикаторів (на

основі 109 показників), інтегрованих у чотири підіндекси (напрями оцінки), і є зваженою сумою значень підіндексів. У рамках підіндексів вихідні показники нормалізуються так, що максимально можливе значення кожного підіндексу (і, отже, інтегрального індексу) дорівнює 10 пунктам, мінімально можливе – 0 [3]. Детальніше структуру цього показника подано на рис. 1.

Індекс економіки знань (Knowledge Economy Index (KEI) 2012)	
	<b>Підіндекс 1. Економічні стимули й інституційне середовище</b>
	1.1. Рівень тарифних і нетарифних імпорتنих бар'єрів.
	1.2. Інтегральний показник якості системи регулювання ринків.
	1.3. Інтегральний показник дотримання правових норм у країні.
	<b>Підіндекс 2. Інноваційний потенціал і технологічний розвиток</b>
	2.1. Сума виплат і доходів по роялті та ліцензійних платежах на душу населення.
	2.2. Середньорічна кількість патентів, виданих заявникам певної країни Американським бюро патентів і торгових знаків, на 1 млн осіб населення.
	2.3. Кількість публікацій у наукових журналах у сфері природничо-наукових і технічних дисциплін на 1 млн осіб населення.
	<b>Підіндекс 3. Система освіти та підготовки кадрів</b>
	3.1. Середня тривалість навчання населення у віці 15 років і старше.
	3.2. Питома вага осіб, які навчаються за програмами основної та середньої загальної освіти, середньої професійної (за програмами підготовки кваліфікованих робітників, службовців) освіти в загальній чисельності населення у віці 11–17 років.
	3.3. Питома вага осіб, які навчаються за програмами середньої професійної (за програмами підготовки середньої ланки) та вищої освіти в загальній чисельності населення у віці 18–22 роки.
	<b>Підіндекс 4. Інфраструктура інформаційних і комунікаційних технологій</b>
	4.1. Сукупна кількість підключених терміналів рухомого радіотелефонного зв'язку і телефонних апаратів на 1000 осіб населення.
	4.2. Кількість персональних комп'ютерів на 1000 осіб населення.
	4.3. Кількість користувачів Інтернету на 1000 осіб.

**Рис. 1.** Структура індексу економіки знань Світового Банку (2012)  
Джерело: укладено автором на основі [3].

Загальна кількість оцінених Світовим Банком держав становить 145. Наша держава в цьому рейтингу посідає 56 сходинку з позначкою 5,73, що засвідчує середній рівень готовності перейти до економіки, заснованій на знаннях. Зауважимо, що Україну за цим показником випереджували і п'ять сусідніх держав – Угорщина, Словаччина, Польща, Румунія та Росія.

1. The Knowledge-Based Economy. OECD/GD(96)102. Paris : Organization for Economic Co-operation and Development, 1996. – 45 p. – [Electronic resource]. – Mode of access : [www.oecd.org/](http://www.oecd.org/) (дата звернення: 19.06.2019).

2. Жукович І. А. Інтегральні індекси у вимірюванні економіки знань за методологією Світового банку / І. А. Жукович // Статистика України.

2013. – № 1. – С. 47–53. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.nbuv.gov.ua/UJRN/su\\_2013\\_1\\_10](http://www.nbuv.gov.ua/UJRN/su_2013_1_10) (дата звернення: 09.10.2019).

3. Индекс экономики знаний (Knowledge Economy Index). Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.digital.gov.ru/](http://www.digital.gov.ru/) (дата звернення: 09.10.2019).

## **ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ «ІДЕАЛЬНОГО КАНДИДАТА» ДЛЯ СПІВБЕСІДИ**

**Юдіна Анна**

**Науковий керівник – к. е. н., доцент Вонберг Т. В.**

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені В. Гетьмана», м.Київ*

Загальновідомо, пошук кандидата на посаду є доволі складною задачею, тому перед рекрутерами постає завдання визначити, наскільки конкретний кандидат виділяється з-поміж інших, що заявили свої кандидатури на вакантну посаду: які якості та навички переважають, а які, навпаки, потребують подальшого розвитку чи навіть формування; наскільки ці якості важливі для вакантної посади; чи можливий прийом на роботу співробітника з умовою подальшого зростання тощо. Останнім часом все більше уваги приділяється не тільки кваліфікації кандидата, а й з'ясуванню того, наскільки нова людина «впишеться» в корпоративну культуру організації, чи зможе вона вникнути у діючі в організації принципи і норми поведінки. Тобто, все більшої вагомості набувають так звані *soft skills*.

На наш погляд, підготовці зовнішнього вигляду варто приділити достатньо часу і не можна недооцінювати роль, яку відіграє образ в успішному проходженні співбесіди. Відомо, перше враження створюється про людину в перші 30 секунд. Зазвичай, роботодавці «сканують кандидата з голови до п'ят» на початку співбесіди. Як наслідок, у більшості випадків здобувач отримує відмову щодо працевлаштування саме через неналежний зовнішній вигляд.

Фокус рекрутерів на першій співбесіді спрямований на візуальне сприйняття здобувача, тому основне завдання кандидата – залишити яскравий слід в пам'яті інтерв'юерів і справити позитивне враження [1, с. 147–148].

Ідеальний зовнішній вигляд не гарантуватиме пропозицію роботи, однак, він може надати вирішальне значення при виборі співробітника в компанію. Як відомо, добре підібраний одяг підвищує самооцінку, а, отже, і додає впевненості в своїх силах.

Особливо важливо те, як одягнений і як виглядає кандидат на співбесіді. Тому на співбесіду, як правило, краще одягнутися на два рівні вище, ніж ви звикли одягатися на роботу і на один рівень вище, ніж для посади, на яку ви претендуєте. Необхідно підвищити свої звичайні стандарти.

Погляд на корпоративний дрес-код в різних галузях відрізняється в залежності від сфери діяльності компанії від ультра консервативного до радикального. Однак 95% компаній все ж таки вимагають від співробітників певного дотримання дрес-коду.

Ще раз наголосимо, що правильний вибір стилю сам по собі не надає гарантії отримання пропозиції про роботу, але суттєво збільшує шанси [2, с. 78].