

Сучасними інструментами і технологіями комунікативної політики розвитку медичного туризму є позиціонування України як країни, яка надає якісні медичні послуги; формування її маркетингової стратегії, розробка єдиної рекламної кампанії, в тому числі в інтернеті, соціальних мережах, месенджерах; створення національної пошукової системи всіх медичних послуг; розвиток перспективних напрямків мобільної медицини шляхом використання мобільних додатків, що дозволяють розширити перелік надаваних медичних послуг іноземним громадянам і доступ до необхідної медичної інформації в режимі реального часу.

Для розвитку медичного туризму в Україні доцільним є:

– розробка державної програми розвитку експорту медичного туризму, яка стане сприяти просуванню цих послуг, активному залученню іноземних пацієнтів, включаючи заходи щодо вдосконалення медичних послуг, інфраструктури охорони здоров'я, розвитку туристичної сфери;

– створення концептуальної моделі медичного кластеру, що передбачає як надання медичних послуг, так туристичних, варіантом якого може стати ефективне поєднання механізму державно-приватного партнерства;

– впровадження в сферу медичного туризму інформаційно-комунікаційних технологій, в тому числі, інтернет-технологій для активного пошуку, використання посередницьких структур, міжнародних операторів медичного туризму, зберігання баз даних, інтернет-реклами, соціальних мереж і месенджерів, мобільних медичних додатків різного напрямку для лікарів та іноземних пацієнтів.

Таким чином сектор охорони здоров'я України має значні перспективи в плані розвитку медичного туризму, тому важливим завданням є ефективний маркетинг, просування цих послуг за межами нашої країни, на що в першу чергу повинна бути спрямована робота вітчизняних компаній медичного туризму.

Джерела та література

1. Соколов А. С., Манько Н. П., Гуляев В. Г. Теоретико-методологічні аспекти медичного туризму. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoretiko-metodologicheskie-aspekty-meditsinskogo-turizma>
2. Освітній портал з питань туризму. URL: <https://tourismnotes.com>
3. Мальська М. П., Бордун О. Ю. Медичний туризм: теорія та практика: навч. посіб. Київ: Центр учб. л-ри, 2018. 128 с.
4. Романів О. Географія медичного туризму Європи. *Часопис соціально-економічної географії: міжрегіональний зб. наук. пр.* Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. Вип. 8 (1). С. 79–84.
5. Офіційний сайт Глобальної Асоціації Медичного Туризму. URL: <https://uamt.com.ua/>
6. Давиденко І. В. Концептуальні підходи до організації та діяльності туристичних кластерів: монографія/за заг. ред. І. В. Давиденко, О. Л. Михайлюк. Київ: ФОП Гуляєва В. М., 2020. 497 с.

Shpes D. – student

Supervisor: ph. d. in economics

N. Stebliuk

Dniprovsk State Technical University

Kamianske, Ukraine

The Optimal Tool for Assessing the External Environment of Industrial Enterprises – PEST-analysis

Unstable conditions of functioning of the enterprises of metallurgical branch are the reason of research of the factors influencing their activity. To achieve marketing success, companies need to carefully study these factors, strive to adapt to them and manage them.

Let's analyze the marketing environment of PJSC "Dniprovsky Metallurgical Plant" taking into account the factors that operate outside the enterprise, within it and influence or have the opportunity

to influence its decisions. PJSC “Dniprovsky Metallurgical Plant” is one of the largest enterprises of the mining and metallurgical complex of Ukraine, is one of the six largest metallurgical plants in the country in terms of production and sales of metal products.

The “Dniprovsky Metallurgical Plant” interacts with a large number of different objects of the external environment, exposed to its influence, which is manifested in the internal environment of the enterprise. The dynamic interaction between these environments is supported by an important management mechanism – their development strategy. Before forming the marketing strategies of a metallurgical enterprise, it is necessary to determine the possibility and feasibility of their implementation, i. e. the marketing potential that is necessary for their implementation. The possibility of change depends both on the conditions prevailing inside the enterprise (internal factors) and on the conditions prevailing in the external environment (external factors).

As a process of identification, classification and comparison of political, economic, social and technological factors use the optimal tool for assessing the external environment of industrial enterprises – PEST-analysis.

A possible option for the formation of the strategy of the metallurgical plant, which has as priority areas for the development of human resources development of industries, based on PEST-analysis taking into account environmental factors is presented in the table 1.

Table 1

Matrix of PEST-analysis of macro-environment trends that are essential for PJSC “DMP”

Legal and political factors	Impact assessment	Economic factors	Impact assessment
Imperfection of the legal framework	8	Increased competition due to the entry of new enterprises	9
Changes in tax legislation, a complex system of tax calculation	9	Loss of market share	6
Political conflict with Russia and its consequences	9	Sharp fluctuations in exchange rates	9
Strengthening state control over competition	6	Rising energy prices	7
International agreements and obligations relating to the enterprise	6	Diversification of the customer base	8
Sum	38	Sum	39
Technological and technical factors	Impact assessment	Social factors	Impact assessment
Unsatisfactory technical condition of the railway track and increased level of traffic danger in the track economy	6	The state of the country’s natural resources	7
Accelerating the pace of scientific and technological progress	7	Environmental pollution	8
Introduction of innovative technologies	8	Availability and quantity of skilled labor	8
Financing and investment in R&D	8	Devotion of product buyers	7
Sum	29	Sum	30

The significance of each factor is assessed on a 3-point scale, according to which the low level of influence is denoted by 1 point, medium – 2, high – 3. Calculating the sum of integrated estimates of the factors of each group, we obtain a result that helps to draw conclusions about which of the groups of external factors most affects the activities of the enterprise.

PEST-analysis of macro-environmental trends, which are essential for the Dniprovsky Metallurgical Plant, showed that the development of the enterprise is most influenced by economic and political factors – 39 and 38 points, respectively. Instability of tax policy, insufficient consideration of the interests of industrial enterprises in the Tax Code of Ukraine can lead to the loss of potential consumers, and in some cases, entire markets.

Strengthening competitive positions in the domestic and international markets should be based on a modern technological base. And this, in turn, requires a significant modernization of production. In this regard, increasing the competitiveness of manufactured products and enterprises as a whole should be a priority for activities aimed at improving equipment and technology on the basis of modern scientific developments in order to reduce energy and materials, quality of metallurgical products.

The company is recommended to take a course to stabilize and improve the financial sector (to establish a system of settlements with creditors through the establishment of relations with debtors), to innovate, establish values and traditions of corporate culture, while supporting other factors (production, internal communications, training and staff development, management).

Янченко К. – студентка

Науковий керівник: к. е. н., доц.

О. Кондратюк

Державний університет економіки і технологій м. Кривий Ріг, Україна

Фінансовий стан: сучасні реалії та значення аналізу для розвитку підприємництва

За умов переходу економіки України до ринкових відносин значно зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану, який обумовлює конкурентоспроможність підприємства, його здатність підтримувати досягнутий рівень виробничої потужності і потенціал розвиватись з урахуванням умов ринкового середовища.

Аналіз фінансового стану проводиться на основі фінансової звітності та джерел облікової і необлікової економічної інформації, які не підлягають висвітленню у формах фінансової звітності та примітках до фінансової звітності, що забезпечують можливість прийняття управлінського рішення щодо фінансового стану.

В аналізі фінансового стану зацікавлені більшість учасників економічних відносин, зокрема кредитори, які бажають виявити гарантію повернення ресурсів, які були ними надані на права позики чи відстрочення платежу, інвестори які мають на меті зростання віддачі від інвестованого капіталу, і менеджери мають з'ясувати ефективність використання майна, засобів і предметів праці, грошових коштів та їх еквівалентів, які є на підприємстві.

Фінансовий стан – це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика діяльності підприємства в певному періоді, що відображає ступінь забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами, раціональності їх розміщення, забезпеченості власними обіговими коштами для своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями та здійснення ефективної господарської діяльності в майбутньому. Який може бути стійким, нестійким та кризовим, що означає наскільки підприємство може вчасно проводити платежі, вести господарську діяльність, запобігати різним стресовими ситуаціями та підтримати свою платоспроможність [1, 221].

Фінансовий стан підприємства насамперед залежить від результатів його діяльності, тому існує система заходів для підтримки фінансового стану на високому рівні, яка передбачає:

- 1) постійний моніторинг внутрішнього та зовнішнього станів підприємства;
- 2) розробка заходів для зниження вразливості підприємства від зовнішніх чинників;
- 3) розробка плану для виходу із проблемних ситуацій;

4) розробка заходів для уникнення конфліктних ситуацій між персоналом підприємства, що можуть призвести до зниження результатів їх роботи [2, 106].

Враховуючи те, що кожне підприємство прагне збільшувати свої прибутки, першим етапом у покращенні фінансового стану є пошук оптимальних рішень використання власного та позикового капіталу, другим етапом є мобілізація внутрішніх резервів підприємства.