

душу населення. Если в данном регионе существует высокая безработица, то менеджеры предприятий могут сокращать расходы за счёт уменьшения зарплаты сотрудникам, но это также может быть угрозой в виде высокой преступности на улицах и влиять на имидж средств размещений. В случае выше среднего территориального ВВП на душу населения в данном регионе, тур предприятиям необходимо исследовать рынок потребителей, так как здесь могут быть новые возможности для дифференциации продукта и обеспечения конкурентного преимущества на локальном рынке.

Список использованной литературы

1. <https://uzbektourism.uz/ru/research>
2. www.stat.uz
3. Travel & tourism economic impact 2019
4. J.M.Wooldridge. Introductory econometrics

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ОТГ: ІНСТРУМЕНТИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ

Коваль Надія,

*к. е. н., доцент кафедри менеджменту,
Білоцерківський національний аграрний університет,
м. Біла Церква*

В сучасних умовах децентралізації питання залучення інвестицій об'єднаними територіальними громадами є надзвичайно актуальним, адже підвищення якості життя населення громади можливе за умови збільшення обсягів інвестицій та зростання їх ефективності. В умовах жорсткої конкурентної боротьби за обмежені інвестиційні ресурси органи місцевого самоврядування об'єднаних територіальних громад все більше уваги приділяють питанням підвищення інвестиційної привабливості територій, зокрема, інструментам, які можна використовувати з цією метою.

Перспективи формування фінансових ресурсів та привабливого інвестиційного іміджу об'єднаних територіальних громад досліджували

А. В. Руснак та Л. О. Алещенко [1], напрямки діяльності в рамках маркетингу територій, які сприятимуть підвищенню інвестиційного потенціалу та іміджу регіону, розглянуто в праці С. Ф. Смерічевського та В. Л. Сібрук [2], сутність Стандартів щодо залучення та супроводу інвестицій на регіональному та місцевому рівні висвітлено в публікації О. П. Ігнатенко [3]. Проте актуальність даного питання зумовлює необхідність більш глибокого дослідження сучасних інструментів управління інвестиційною привабливістю ОТГ та особливостей їх застосування.

Інвестиційна привабливість громади – це інтегральна характеристика, яка відображає рівень зацікавленості потенційного інвестора у вкладанні капіталу в конкретний об'єкт на території даної ОТГ, відповідність цього об'єкта меті інвестора. Інвестиційна привабливість формується під впливом двох головних очікувань інвестора: якомога більшої прибутковості вкладеного капіталу та мінімізації інвестиційних ризиків.

Рівень ризику та прибутковості інвестицій визначається інвестиційним кліматом та особливостями конкретного об'єкта інвестування.

Інвестиційний клімат – це умови інвестиційної діяльності на певній території, які формуються під впливом політико-правових, природно-ресурсних, економічних, соціально-демографічних чинників. Слід зазначити, що чинники, які впливають на рішення інвестора, поділяють на «жорсткі» (дію яких неможливо або надзвичайно складно змінити в короткостроковій перспективі (природні й трудові ресурси, інфраструктура, бізнес- та споживчий сегмент тощо)) та «м'які» (стосуються сприйняття економічного середовища інвесторами та залежно від політики місцевої влади можуть бути змінені протягом незначного проміжку часу) [4, с. 56]. Особливу увагу керівництво ОТГ має приділяти саме «м'яким чинникам», зокрема, відкритості влади та її сприянню у реалізації інвестиційних проєктів; стану ділового клімату; правилам та процедурам у сфері ведення бізнесу та інвестування; відсутності корупційних проявів; діловому оптимізму місцевих компаній; наявності успішного досвіду реалізації інвестиційних проєктів як іноземними, так і місцевими інвесторами.

Першочерговою умовою для залучення інвестицій є наявність якісної та конкурентоспроможної пропозиції. Інвестиційні пропозиції мають розроблятися згідно з стандартами залучення та супроводу інвесторів на місцевому та регіональному рівні [5], узагальнюватися спеціалістами профільних підрозділів (посадовими особами) органів місцевого самоврядування з метою формування банку пропозицій, до

якого входять: тізери (описи проєктів) земельних ділянок greenfield, виробничих площ brownfield, об'єктів нерухомості (виробничих та складських приміщень, офісів, об'єктів соціально-культурної сфери), індустріальних та наукових парків. Тізер інвестиційного проєкту є важливим інформаційним інструментом для потенційного інвестора, оскільки дає можливість швидко отримати всю необхідну інформацію та порівняти інвестиційні пропозиції в межах однієї чи кількох ОТГ.

Слід зауважити, що навіть найкращим чином підготовлена інвестиційна територія зазвичай не повністю відповідає очікуванням потенційного інвестора. У такому випадку доцільно використовувати методику «build-to-suit» або «tailor made», коли власник пристосовує територію чи конкретну нерухомість до потреб інвестора, який потім купує або винаймає спеціально підготовлену відповідно до його вимог нерухомість [6, с. 54].

Більшість ОТГ мають однакові потреби, тому нині формується надлишкова кількість подібних інвестиційних пропозицій. Отже, другою важливою умовою залучення інвестицій в ОТГ є донесення до інвестора інформації про конкурентні переваги даної території та можливості реалізації комерційно прибуткових проєктів, тобто просування інвестиційного потенціалу ОТГ. З цією метою слід використовувати наступні інструменти: маркетингово-інвестиційна стратегія, метою якої є формування іміджу ОТГ; маркетинговий план; інвестиційний веб-портал (найефективніший та найдешевший інструмент просування інвестиційних пропозицій ОТГ); інвестиційний паспорт ОТГ; інвестиційні буклети, брошури, спеціальні інформаційні листки, промоційні папки; мультимедійні презентації інвестиційного потенціалу та інвестиційних пропозицій ОТГ; Brand Book (паке́т документів друкованої та сувенірної продукції, що вміщує графічну, шрифтову та кольорову символіку міста чи регіону); direct mail (індивідуалізований діалог, цільова розсилка інвестиційних пропозицій потенційним інвесторам); реклама та PR в ЗМІ; Road Show (комплекс робіт, що передбачає зустрічі з потенційними інвесторами, конфіденційні переговори, ділові поїздки; публічні заходи, на які запрошуються всі зацікавлені особи; розважальні шоу).

По-третє, важливо постійно демонструвати інвестору переваги над іншими ОТГ щодо відкритості влади та її сприяння у реалізації інвестиційних проєктів, зокрема використовувати інструменти стимулювання інвестора: податкові пільги; участь ОТГ у розбудові інфраструктури; допомога центру зайнятості у перенавчанні персоналу тощо. Доречно також створити Офіс обслуговування інвесторів, який би забезпечував інвесторів усією необхідною інформацією та сприяв

налагодженню співпраці між інвестором та органами місцевого самоврядування, підприємствами та організаціями. Можливе також індивідуальне обслуговування ключових інвесторів – призначення «інвестиційних пілотів» – працівників, що допомагатимуть інвестору в реалізації конкретного інвестиційного проекту [6, с. 137-138]. Доцільно також розробити «Путівник для інвестора», в якому описати основні юридичні та адміністративні питання, пов'язані з реалізацією інвестиції (реєстрація економічної діяльності, податкові зобов'язання, вимоги трудового законодавства, галузеві нормативні акти тощо) [6, с. 140-141].

По-четверте, органам місцевого самоврядування слід пам'ятати про необхідність постінвестиційної підтримки інвесторів – проведення заходів «after care», наприклад, організації досліджень думки інвесторів про можливості покращення співпраці з органами місцевого самоврядування та іншими установами; подальша робота «інвестиційного пілота» тощо.

Всі розглянуті інструменти мають бути враховані під час розробки Програм залучення інвестицій в економіку ОТГ та планів заходів з їх реалізації. Це сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості та зростання інвестиційної активності об'єднаних територіальних громад.

Список використаних джерел

1. Руснак А. В., Алещенко Л. О. Перспективи формування фінансових ресурсів об'єднаних територіальних громад. *Агросвіт*. 2018. №6. С. 22-27.
2. Смерічевський С. Ф., Сібрук В. Л. Стратегічні аспекти маркетингу територій в умовах децентралізації управління України. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 26-2. С. 55-59.
3. Ігнатенко О. П. Застосування інвестиційних інструментів на місцевому рівні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 5. С. 74-79.
4. Федюк В. Звіт «Аналіз стану інвестиційної діяльності Вінницької, Запорізької, Івано-Франківської та Полтавської областей та практичні рекомендації щодо поліпшення інвестиційного середовища» підготовлено в рамках діяльності проекту міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» (Проект ПРОМІС). К., 2016. 76 с.
5. Рекомендації Міністерства економічного розвитку і торгівлі України щодо стандартів залучення та супроводу інвесторів на місцевому та регіональному рівні. К, 2019. 34 с.

6. Адамчик Я., Копитек М., Одзімек В., Пйонтковска М. Посібник із залучення інвестицій. Підготовлено в рамках проекту «Школа залучення інвестицій для західноукраїнських органів місцевої влади». Краків, 2014-2015. 208 с.

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ

Копитова Ірина,

*к.е.н, доцент кафедри менеджменту та адміністрування ім. М.П. Поліщука,
Житомирський національний агроекологічний університет*

Прінц Ольга,

*магістрант
Житомирський національний агроекологічний університет,
м. Житомир*

Постановка проблеми. Рівень життя в будь-якій країні визначається в тому числі рівнем здоров'я її населення та його тривалістю життя, що обумовлює важливість розвитку галузі охорони здоров'я. Багаторічний кризовий стан охорони здоров'я в Україні в першу чергу пов'язаний з хронічним недофінансуванням та нераціональним використанням бюджетних коштів, що не дозволяє забезпечити громадянам їх конституційні права щодо отримання безоплатної медичної допомоги. Сьогодні в умовах вітчизняної медичної реформи питання фінансування медичних закладів висуваються на перший план.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню управління фінансовою стійкістю медичних закладів присвячено наукові дослідження наступних науковців, серед яких слід виділити Н. В. Прус, Н. Г. Савченко, В. П. Горин, В. С. Загорський, К. В. Павлюк, З.М. Лободіна, Г.С. Лопушняк, В. Пальчук, Л.Лессард, Дж. Вілер, С. Сінг, С. Томсон, Т. Фубістер, Х. Фігерас, Й. Куцин, Г. Пермананд, Л. Бріндова та багато ін. Дана проблема знаходиться в активній фазі дослідження в розрізі медичної реформи в Україні.