

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.

Ефективна економіка. 2022. № 10.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.16>

УДК 336.7

В. М. Каццишин,

к. е. н., асистент кафедри фінансів,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3635-0136>

Х. Б. Джурик,

доктор філософії в галузі фінансів, банківської справи та страхування,

асистент кафедри фінансів,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7100-8128>

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

V. Kashchyshyn,

PhD in Economics, Assistant of the Department of Finance,

Lviv Polytechnic National University

Kh. Dzhuryk,

PhD in Finance, Banking and Insurance, Assistant of the Department of Finance,

Lviv Polytechnic National University

DIRECTIONS OF FORMING THE STRATEGY OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF TERRITORIAL COMMUNITIES

Стратегія розвитку територіальних громад – це довгостроковий план в якому містяться стратегічні та оперативні цілі та механізми їх реалізації, а також стратегія визначає пріоритети розвитку громади за всіма напрямками її діяльності. Якщо розвивати організаційно-економічну стратегію, то

потрібно перш за все говорити про системні заходи для її виконання. Стратегія організаційно-економічного розвитку територіальних громад створюватиме сприятливі умови для фінансового розвитку та забезпечення управління територіальних громад. У статті розглянуті теоретичні підходи до визначення стратегії розвитку територіальних громад, досліджено процес побудови стратегії організаційно-економічного розвитку територіальної громади та побудови ефективної стратегії фінансового розвитку територіальних громад. Запропоновано напрями формування стратегії для досягнення поставленої мети, що надає переваги та створює можливості для оцінки напрямів розвитку громади, ризиків та перспектив для потенційних інвесторів. Розглянуто інструментарій розвитку громад на прикладах європейських країн. Встановлено фактори впливу на формування стратегії розвитку територіальних громад як бізнес-моделі розвитку національної економіки України та окреслено позитивні наслідки від сформованої ефективної стратегії управління розвитком територіальних громад. Досліджено процес побудови стратегії розвитку територіальних громад з метою забезпечення їх фінансової діяльності, сформовано інструментарій стратегічного розвитку фінансів територіальних громад та показники оцінювання ефективності реалізації стратегії розвитку територіальних громад.

The strategy for the development of territorial communities is a plan that takes time and includes strategic and operational goals and mechanisms for their implementation, as well as the strategy determines the priorities of the development of the community in all areas of its activity. In order to improve the organizational and economic strategy, it is important to talk about systemic measures for its implementation. The strategy of organizational and economic development of territorial communities will create favorable conditions for financial development and management of territorial communities. This article covers theoretical approaches to determining the development strategy of territorial communities, examines the process of building a strategy for the organizational and economic development of a territorial community and building an effective strategy for the financial development of territorial communities. Directions for forming a strategy

for achieving the set goal are proposed, which provides advantages and creates opportunities for assessing the directions of community development, risks and prospects for potential investors. The toolkit of community development based on the examples of European countries was considered. Factors influencing the formation of a strategy for the development of territorial communities as a business model for the development of the national economy of Ukraine have been established, and the positive consequences of the effective management strategy for the development of territorial communities have been outlined. The process of building a strategy for the development of territorial communities with the aim of ensuring their financial activity is investigated, a toolkit for the strategic development of the finances of territorial communities and indicators for evaluating the effectiveness of the implementation of the strategy for the development of territorial communities are formed.

Ключові слова: *територіальна громада; фінанси; стратегія розвитку територіальних громад; фінансові відносини територіальних громад; організаційно-економічний розвиток територіальних громад.*

Key words: *territorial community; finance, strategy of development of territorial community; financial relations of the territorial communities; organizational and economic development of territorial communities.*

Постановка проблеми. Початок розвитку діяльності територіальних громад (надалі - ТГ) в Україні характеризується відсутністю стратегій розвитку. Територіальні громади розпочинаючи діяльність без чіткого окреслення кінцевої мети може призвести до негативного результату, може завершитись марним витрачанням ресурсів: фінансових, людських, логістичних, технічних і т.д. Тому, роль стратегії прописати покроково організаційно-економічний напрям як досягнути кінцевого результату з можливістю оперативного втручання у окремі процеси для налагодження, коригування з метою покращення кінцевої мети.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню аспектів розвитку територіальних громад в сучасних умовах присвячені праці таких вчених: О.П. Крайник[6], М.І.Мельник[7], М.К.Бондарчук[4], І.В.Алексєєва[1], Н.Ю.Глинського[5], О.С. Червінської [4]та ін. Серед іншого, науковцями виділено проблеми економічного розвитку територіальних громад, досліджено вплив реформ на соціально-економічний розвиток територіальних громад. Водночас, питання формування стратегій розвитку територіальних громад не є повністю дослідженими. Враховуючи актуальність цих питань, існує потреба в їх подальшому вивченні.

Постановка завдання. Завданням статті дослідження процесу побудови стратегії організаційно-економічного розвитку територіальної громади, а також формування напрямів стратегії організаційно-економічного розвитку територіальної громади.

Виклад основного матеріалу. Стратегія організаційно-економічного розвитку територіальних громад створюватиме сприятливі умови для фінансового розвитку та забезпечення управління ТГ. Тобто необхідно створити умови для того, щоб кожна ТГ згідно з об'єктивним єдиним процесом інтенсивного розширеного відтворення разом із функціонуючими в її складі юридично і економічно самостійними підприємствами, організаціями та установами перетворилася в єдиний чітко керований і в той же час гнучкий організм. Тому питання, які пов'язані з формуванням раціональної стратегії організаційно-економічного розвитку ТГ є актуальними.

Щоб розвиток територіальної громади був ефективним – необхідно формувати стратегію, основним рушієм якої є саме громада, на неї покладається уся відповідальність та креативність. Саме громада (можливо через опосередковану діяльність свого керівництва обирає курс на розвиток: представляє себе з тієї найкращої сторони, з якої можна отримати прибуток, шукає свою локальну ідентичність). Основними напрями формування стратегії для досягнення поставленої мети представлено на рис.1.

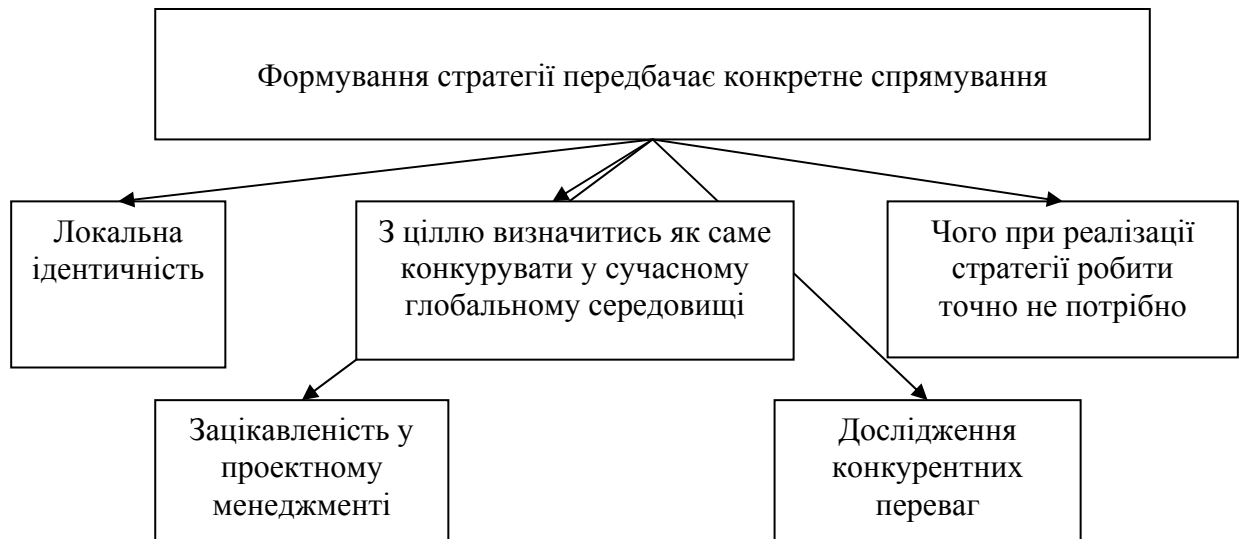


Рис.1 Напрями формування стратегії для досягнення поставленої мети

Джерело: розроблено авторами

Якщо локальну ідентичність знайдено, тоді можна вибудовувати горизонтальні та вертикальні канали за допомогою яких цю стратегію можна реалізувати в короткі терміни (зазвичай для ТГ розробляється проект, який найбільш близький за культурним, ментальним, економічним, логістичним спрямуванням). Гроші, це та річ, якої завжди не достатньо, і нема у світі жодної ТГ, яка б мала достатньо коштів на усі свої потреби. Враховуючи, що світ динамічно змінюється, змінюються і потреби, і кількість коштів на ці потреби, тому, щоб щось досягнути, потрібно обмежені ресурси, якими володіє громада, скерувати у чіткому, зрозумілому напрямку, щоб бути конкурентоспроможною на ринку серед інших ТГ. Стратегія ТГ є документом, який чітко прописує прагнення громади для досягнення своїх цілей

Стратегія може бути на предмет визначення ідентичності, а може і бути сформована з ціллю визначення як саме конкурувати в сучасному глобальному середовищі, де інформація передається без меж, де боротьба іде за таланти, за ідеї, за людський капітал.

Якщо розпочинати діяльність без чіткого окреслення кінцевої мети це не завжди приводить до позитивного результату, може завершитись марним витрачанням ресурсів: фінансових, людських, логістичних, технічних і т.д.[5;7] Тому, роль стратегії прописати покроково організаційно-економічний напрям як досягнути кінцевого результату з можливістю оперативного втручання у

окремі процеси для налагодження, коригування з метою покращення кінцевої мети. Стратегія є не лише покроковим планом того, що треба робити, це прописування і тих кроків, яких робити не варто. Для прикладу, якщо для громади, яка розвивається за рахунок туристичного бізнесу, змінити напрям її діяльності, запустивши проект із будівництва заводу з виробництва будівельного обладнання, то така нова стратегія зазнає краху в апріорі.

На загал, реформа децентралізації мала на меті наближення послуг для людей, основним елементом якої була відповідальність: за місце серед подібних конкурентів, за залучення інвестора, за ідентичність, за спроможність сформулювати торгівельну пропозицію. Відсутність стратегії формує загрозу окремій ТГ загубитись[3]. Це втрата шансу звернутись до інвестора, знайти його як такого взагалі, а в кінцевому результаті – опинитись під загрозою бути поглинутою іншою, сильнішою ТГ. Тож, елементом стратегії ТГ є зацікавленість у проектному менеджменті та дослідженні конкурентних переваг.

Кожна ТГ має мати стратегію комплексного розвитку, а основою її якраз має бути економічна складова. Є дослідники, які в розвитку ТГ виділяють під поняття стратегія як ідеологічний так і економічний аспект. Якщо говорити про економічний аспект, то це означає можливість дій в обставинах обмежених ресурсів досягти нових економічних цілей, економічного зростання. Тоді, як з точки зору ідеологічного аспекту – це розуміння майбутнього, формування представлення на що можна очікувати завтрашнього дня, як це бачить громада комплексно, як себе вона позиціонує у жорсткому світі конкуренції.

Тож, стратегія розвитку територіальної громади – це необхідність, це план на декілька кроків вперед, як слід рухатись до чітко визначеної мети і що для цього необхідно[6]. Це документ, який засвідчує для інвестора серйозність намірів і готовність відповідати за прийняті рішення, це далекий план ТГ, який виконувати необхідно щодня. Важливим етапом є написання плану та відповідальних за нього суб'єктів, це є свого роду дорожня карта.

Її може формувати керівництво громади із залученням громадськості, із залученням представників центральної влади, чи з залученням громадських

організацій, які спеціалізують у написанні проектів. Основне завдання під час формування стратегії – це чітка та все стороння комунікація з суспільством (в даному випадку зацікавленою ТГ) та чітко прописана поетапна реалізація проміжних результатів. Обговорення під час формування стратегії має бути для того, щоб громадськість розуміла що очікується досягти, на що мають бути спрямовані ресурси (адже не завжди економічний ефект отримується миттєво). Дослідники зазначають, що вибір інклюзії у цей процес є вибіркоким, не завжди максимально залучаючи громадськість до обговорення усіх нюансів справи можна досягти бажаного результату, а ще, крім того, у короткостроковій перспективі. Політика – це конкуренція ідей і першочерговим завданням сучасної децентралізованої влади вміти їх генерувати, обговорювати із активними членами громадськості, висувати шляхи їх досягнення, а основне в режимі реального часу досягати їх шляхом економічного розвитку[7]. Адже обрана місцева влада зобов'язана перед громадою, яка її обрала досягати тих економічних, стратегічних цілей (передвиборчих програм), з якими вона виходила перед виборами.

Економічний аспект стратегічного розвитку ТГ залишається ключовим. Важкою, попри все, залишається ситуація відношення влади до бізнесу. Громадяни ставлять великі очікування на нових місцевих очільників, які б змогли забезпечити розвиток інновацій, необхідний для конкретного регіону[4]. Адже, якщо працюватиме належним чином економіка, можна розвивати медицину, освіту, будувати дороги, розвивати життя.

Говорячи про стратегію, варто також окреслити часові рамки цього рішення. На сьогодні, станом на 2022 рік така стратегія будується в часі на 7 років. Це цикл, який не співпадає із каденцією наступної влади (яка обирається на 5 років). Тобто, розпочинатиме стратегію одна рада, а завершувати її буде вже інша. І важливо, щоб з приходом нової ради економіко-стратегічні пріоритети не змінювались. Прикладом хороших практик побудови організаційно-економічних стратегій є Львів[6]. Тут, під час написання стратегії, створюється Стратегічний Комітет з людей, які користуються повагою та авторитетом у суспільстві, яким важливо, щоб стратегія була

реалізована незалежно від керівництва і його наступників. Тут кожного року відбувається засідання Стратегічного Комітету для моніторингу проведених процедур, здійснених етапів, перевірки що не виконано, аналізується чому.

Оцінюючи бізнес процеси різних за спрямуванням і розвитком міст, можна провести порівняння економічного розвитку територій. Для прикладу місто Стрий зорієнтоване більше на виробництво, там працює економіка довгих грошей (якщо аналізувати період корона-кризи, то у цей час виробництво тримало економіку регіону за рахунок деревообробної промисловості, виробництва електропровідників Leoni). Місто Львів це діаметрально протилежна картина: там працює економіка швидких дистанційних грошей, послуг (гроші, які можна відразу використати у обіг і повернути більше прибутку та вигоди). Важливо тут провести паралель досвіду розвитку цих територій, у стратегії широко розглядати різні можливості, використовувати практики найкращого досвіду.

Формуючи стратегію організаційно-економічного розвитку ТГ, варто виділити конкурентні переваги громади, вони можуть проявлятися у кількості потенціалу, який визначається чисельністю населення, площею території, якою володіє громада, наявністю закладеної бази (промислового характеру, рекреаційного, культурного і т.д.), що підкріплено логістичним сполученням (аеропорти, дороги, залізничне сполучення), можливістю налагодження експорту, зручним, привабливим розташуванням, можливістю налагодження менеджменту. Успішність реалізації стратегії залежатиме від якісної підготовки кадрів (це стосується шкіл, ВНЗ, професійних училищ, центрів професійної підготовки). Адже, стимулювати підготовку ТГ можна за допомогою фахових спеціалістів, що викликають довіру, мають фахові компетенції провадити громаду до розвитку. Тому розбудова соціального капіталу є запорукою розвитку (рівень освіти, тривалість життя, матеріальне забезпечення). Соціологічні дослідження, дебатні клуби, ради конкурентоздатності, допоможуть визначити місце спільноти у ієрархії, її сильні сторони. Сукупність усіх компонентів забезпечуватиме поступальний рух реалізації стратегії. Завдяки інструментарію можна скерувати розвиток громади.

Організаційно-економічному розвитку ТГ сприятимуть кошти на реалізацію проекту. Це можуть бути власні кошти, кошти держави, інвесторів, донорів, виграні громадою гранти, кредитування. Щоб залучати такого роду кошти необхідно укласти договори з європейськими партнерами. Для прикладу, центри для надання адміністративних послуг на сьогодні у громадах створені саме за ці кошти, громади були проактивними, подавали заявки, інтегрувались у середовище і активно використовували його. Інвестори приходять на певну територію зі своєю бізнес-моделлю, зацікавлені у дешевизні робочої сили, ресурсної бази[5]. Прикладом після другої світової війни може бути Японія, яка шила на експорт (на Америку) дешеві блузи, починала з дешевої робочої сили. В даному випадку починати з чогось потрібно, головне не ставити за стратегію, а мати основу для розвитку, переходити до вищої доданої вартості, де стикатись із конкуренцією, а для цього треба заявляти про себе, бути зрозумілими інвестору. Ініціативу мають проявляти підприємці, які мають хорошу бізнес-освіту, відсутність мовних бар'єрів (англійська, китайська тощо), здатність викликати довіру у інвестора[8]. Питання грошей навіть не ставиться як пріоритетне, пріоритетною на наш погляд є довіра, адже інвестор приходить з коштами, з новими технологіями, що дозволить бути конкурентними ТГ в глобальному форматі. На сьогодні ТГ не конкурують в межах України, кордони в економіці нині розмиті, тепер це глобальна конкуренція.

Якщо розвивати організаційно-економічну стратегію, то потрібно перш за все говорити про системні заходи для її виконання. Яскравим прикладом може слугувати проблемне питання зі сміттям. Якщо вважати, що проблема вирішиться будівництвом сміттєпереробного заводу, то це не так. І пояснення в тому просте, такий завод є дороговартісним проектом, як в плані будівництва, так і в плані переробки сміття. Тому тут звертаючи увагу на стратегію, слід вибудовувати чітку її систему. Якщо стратегією є сміття, то потрібно налагодити систему поводження громадянами з побутовими відходами від їх утворення по ланцюжку до переробки. Адже сміттєзвалище це наслідок того, що ми не правильно поводимося зі сміттям (мова іде про сортування сміття).

Сміттєпереробний завод не повинен стояти у кожному місті, навпаки, має бути налагоджена система сортування. В Україні поки нема такого заводу, а ті, які і планується збудувати не працювали би безвідходно (близько 40% відходів піддаються переробці, решту потрібно захоронювати). Навіть найкращі заводи в Європі, особливо у Нідерландах, який коштує 0,5 млрд.євро., проводить спалення і ще 10 % відходів залишаються на захоронення. Перспектива побудови дорого вартісного заводу в окремій частині регіону України (німецькими чи голландськими гігантами) має на меті частину інвестицій відробити, це можливо, якщо виробити певний тариф на переробку сміття, а тариф, якщо він регульований на рівні держави, він може розтягнутись на 20-30 років окупності інвестицій).

Підбиваючи підсумки, можна стверджувати, громада має виявити на чому спеціалізується і які обставини із реалізацією продукції (послуг) існують на сьогоднішній день. Часто маючи неймовірну культурну спадщину (автентичний вид ремесла) громада не достатньо ефективно використовує можливість реалізувати продукцію (послуги) самостійно. Не розвивається і не рекламує себе, через брак досвіду як це робити, через відсутність засобів (для прикладу, Інтернету). На сьогодні широко застосовується ярмарка, як рекламування своєї діяльності. Особливо колоритно виступають гірські регіони нашої держави, де виробляють музичні інструменти, вишивку, писанки, сири, одяг. Якщо є наявний ресурс, потрібно навчитись його правильно використовувати. Щоб залучити більше туристів до окремого регіону (ТГ) можна відкривати дитячі табори (співпрацювати із конкретними стейкхолдерами, які мають досвід проведення таких заходів), додавати свою громаду до фото турів (при цьому представляючи найкращі зразки свого ремесла, влаштовуючи майстер класи, продаючи безпосередньому туристові свої вироби). Тренд на локальність та локальні продукти є популярним у Європі. Місцева влада заявляючи про відсутність доріг, як перешкоду для відвідування локацій формує позицію, щоб нікуди не рухатись. Якщо прописати програму спільно з громадою визначити хто буде за що відповідати, це дозволить включити у туристичний тур відвідування обраних і підготовлених громадою об'єктів[8]. Це дозволить

отримати певні кошти, а якщо таких турів буде достатньо, то це дасть можливість зібрати їх на ремонти доріг, що розв'яже низку супутніх перешкод на шляху до розвитку громади.

Отже, щоб підняти економіку краю з одної сторони необхідно сформувати партнерські відносини влади з бізнесом. Найперше потрібно змінити підхід на законодавчому рівні до залучення інвестора (якщо розглядати земельну ділянку, що необхідна для бізнесу, необхідно декілька років на введення її в експлуатацію через бюрократичні обмеження, а таким шляхом залучити інвестора є безперспективним). З іншої сторони, є і противники партнерських відносин влади з бізнесом. Бізнесмен має бути незалежним і вільним у своїх діях, базуватись на законі і контактувати з владою шляхом електронних комунікацій, цифровізації. Має мати достатньо інформації з інтернету про той регіон, що його цікавить і базувати на цьому свої майбутні плани. Інший шлях – це запорука розвитку корупції. З цього можемо зробити висновок, що голова ТГ і його заступники, керівники повинні знати про потреби бізнесу і допомагати чим можна.

За словами радника Міністра розвитку громад та територій України, Івана Лукеря, одним з прикладів партнерських відносин влади з бізнесом є досвід Словенії[9]. Там мер одного міста їздив до інвестора сам і переконував у потребі будувати завод саме на території його ТГ, перемовини проводились два роки. Завод планувалось збудувати з машинобудування, перемовини стосувались пільг, відмови про сплату земельного податку для інвестора, інвестувались з міського бюджету практично усіх коштів у інфраструктуру (комунікації, електрифікацію, воду, дороги). За 2 роки завод таки зайшов на місцевість (приблизно 2010 рік), на сьогодні приблизно 60% міста працює на цьому заводі і навколо утвореного промислового хабу.

Щоб розвинути стратегію часто достатньо фантазії, окремої зачіпки, яку можна розкрутити, зробити історію та подати як туристичний об'єкт, додати рекреаційні місця, а далі підтримувати атмосферу.

Для формування стратегії потрібно проводити соціологічні дослідження щодо туристів, які приїжджають, наскільки часу приїжджають, скільки коштів

залишають, проводити соціологію цінностей громади, щоб розуміти куди вони готові рухатись, як сприйматимуть нововведення, як реагуватимуть на формування стратегії. Наявність молодих людей є найкращим індикатором сприйняття змін (генерування інших ідей). Для старшого покоління працює піраміда Маслоу, де на першому місці задоволення комфорту і супутніх потреб, для молоді ж на сьогодні пріоритетом номер один є можливість реалізувати себе. І саме протягування молоді (молодих талантів) є джерелом ідей, креативізму, що дозволить розвивати регіон по новому, адже традиціоналісти (люди старше 1945 року), покоління X (1965-1980 роки), Y (1981-1995 роки) та Z (з 1996 року) це різні світобачення і мислення X та Y це мислення за радянським зразком, ментальність ще не змінилась, поняття «буржуя» є ненависним, зразу спрацьовує стереотип, що бізнесмени хочуть обікрати, заробити лише собі. Таке мислення не дозволяє задуматися, що отримати вигоду для себе люди зможуть, але у перспективі (людська ментальність вимагає все і відразу, адже гроші було вкладено, а таким чином стратегія не діє). Тому вимога до громади – бути більш освіченою, розвиватись, цікавитись тенденціями, бути з проактивною позицією, більш вибагливою[8]. Зміна менталітету дозволить змінити підходи до розвитку територій, а це тривалий еволюційний шлях.

Є ще і така особливість: громада якісно реагує на несправедливість, неефективність, але на превеликий жаль їй потім не вистачає сил і консолідації зусиль, щоб щось вибудувати, бо ламати простіше, ніж будувати. Важливим елементом розвитку, який з моменту незалежності України був упущений, це інвестиції в культуру.

Політичні реформи дають результат практично відразу, економічні реформи після 6 років і більше (залежить від довіри інвестора, яку потрібно завоювати), стратегія тісно переплітається з економічним становищем в громаді.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

Потреба формування самодостатніх територіальних громад, які характеризуватимуться фіскальною спроможністю бюджетів, достатніми

повноваженнями органів місцевого самоврядування, високим рівнем фінансової незалежності, а також мотивованих на саморозвиток та процвітання, є головним у реформуванні адміністративно-територіальної та бюджетної систем в Україні. Соціально-економічні показники вищі в тих регіонах, де спостерігаються найкращі показники діяльності підприємств. Тому стратегія розвитку територіальних громад повинна включати механізми для покращення фінансової, інноваційної та інвестиційної діяльності підприємств, які функціонують на території громади. Для територіальної громади важливо вдало використовувати свої можливості щоб розвиватись. Враховуючи, що світ динамічно змінюється, змінюються і потреби, і кількість коштів на ці потреби, тому, щоб щось досягнути, потрібно обмежені ресурси, якими володіє громада, скерувати у чіткому, зрозумілому напрямку, щоб бути конкурентоспроможною на ринку серед інших територіальних громад. Стратегія територіальної громади є документом, який чітко прописує прагнення громади для досягнення своїх цілей. Подальші дослідження потребують, серед іншого, формалізації процесів виконання стратегій розвитку територіальними громадами, і розробці механізму формування стратегії управління організаційно-економічним розвитком територіальними громадами, в якому представлено суб'єкти, завдання формування стратегії управління організаційно-економічним розвитком.

Література

1. Алексєєв І. В., Паранчук С. В., Червінська О. С. Податкові і неподаткові потоки об'єднаних територіальних громад. Проблеми економіки. 2019. № 3 (41). С. 186–193.
2. Ананьєва Є. А. Об'єднана територіальна громада як суб'єкт фінансових правовідносин. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція, online. 2021. № 43, с.60-64.
3. Беновська Л.Я. Територіальна громада як суб'єкт регулювання розвитку територій: теоретичні аспекти. Регіональна економіка. 2018. №1, с. 30-39.

4. Бондарчук М. К., Волошин О. П., Скоропад І. С., Червінська О. С. Побудова системи оцінювання ризиків для антикризового управління територіальних громад. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2021. №2.с.1-15.
5. Глинський Н. Ю. та Карий, О.І. Об'єднання зусиль територіальних громад з метою використання їх туристично-рекреаційного потенціалу. Ефективна економіка. 2020. №6. с. 44–50
6. Крайник О. П. Бюджетне управління соціально-економічними процесами в регіоні. Регіональна економіка. 2011.№2(60). С. 16-22.
7. Мельник М. І., Залуцький І. Р. Виокремлення глобалізаційних чинників соціально-економічного розвитку: концепт ендогенізації. Регіональна економіка. 2022. №1(103). С. 14-30.
8. Сошка Н. В. Економіко-математичне моделювання доходів місцевих бюджетів України. Інвестиції: практика і досвід. 2012. No 1. С. 54–57.
9. Щур Р.І. Фінанси територіальних громад: особливості формування в сучасних умовах. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.2018. Випуск 20, частина 3. с. 162-165.

References

1. Aliksieiev, I.V. Paranchuk, S.V. and Chervins'ka, O.S. (2019), "Tax and non-tax flows of united territorial communities", Problemy ekonomiky, vol. 3 (41), pp. 186-193.
2. Anan'ieva, Ye.A. (2021), "United territorial community as a subject of financial legal relations", Naukovyj visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Yurysprudentsiia, online, vol. 43, pp. 60-64.
3. Benovs'ka, L.Ya. (2018), "Territorial community as a subject of territorial development regulation: theoretical aspects", Rehional'na ekonomika, vol. 1, pp. 30-39.
4. Bondarchuk, M.K. Voloshyn, O.P. Skoropad, I.S. and Chervins'ka, O, (2021), "Construction of a risk assessment system for anti-crisis management of

territorial communities”, Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal "Internauka". Seriia: "Ekonomichni nauky", vol. 2, pp. 1-15.

5. Karyy, O. and Hlynskyi, N. (2020), “Mutual efforts of territorial communities for the purpose of using their tourism and recreational potential”, Efektyvna ekonomika, [Online], vol. 5, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7886> (Accessed 01 Oct 2022).

6. Krajnyk, O.P. (2011), “Budgetary management of socio-economic processes in the region”, Rehional'na ekonomika, vol. 2 (60), pp. 16-22.

7. Mel'nyk, M.I. and Zaluts'kyj, I.R. (2022), “Isolation of globalization factors of socio-economic development: the concept of endogenization”, Rehional'na ekonomika, vol. 1 (103), pp. 14-30.

8. Soshka, N. (2012), “Economic and mathematical modeling of local budget revenues in Ukrain, Investments: practice and experience, vol. 1, pp. 54-57.

9. Schur, R.I. (2018), “Finances of territorial communities: peculiarities of formation in modern conditions”, Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo, vol. 20, no. 3, pp. 162-165.

Стаття надійшла до редакції 07.10.2022 р.