

**Міністерство освіти і науки України
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Варшавський університет природничих наук
Інститут економіки та фінансів
Департамент туризму, соціальної комунікації та консультування
Варшава, Республіка Польща**



**ФОРСАЙТ РОЗБУДОВИ УКРАЇНИ:
ЕКОНОМКО-ПРАВОВИЙ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ ВИМІРИ
Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції**

30 травня 2024 року

**ЗАПОРІЖЖЯ
2024**

**Міністерство освіти і науки України
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
Варшавський університет природничих наук
Інститут економіки та фінансів
Департамент туризму, соціальної комунікації та консультування
Варшава, Республіка Польща**

**ФОРСАЙТ РОЗБУДОВИ УКРАЇНИ:
ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ ТАУПРАВЛІНСЬКИЙ ВИМІРИ**

Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції

30 травня 2024 року

Запоріжжя

2024

УДК [005+33+34+35+36+62+63](063)

Т 13

Рекомендовано рішенням Вченої Ради ТДАТУ (протокол №10 від 28 травня 2024 р.)

Форсайт розбудови України: економіко-правовий та управлінський виміри: *матеріали II міжнародної науково-практичної конференції (30 травня 2024 р.)* / Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного. Запоріжжя, 2024. 259с.

В збірці, за результатами науково-практичної конференції, розглянуті теоретичні та практичні питання соціальних, економічних, управлінських, правових, господарських основ розвитку суспільства, досліджено проблеми формування ефективної системи менеджменту, проаналізовано глобалізаційний вплив сучасних викликів на розвиток суспільства, обґрунтовані перспективи подальшого його розвитку.

Представлений матеріал буде цікавим для спеціалістів виробничих організацій, фінансових, банківських, промислових установ, освітніх закладів, науковців, викладачів, аспірантів, студентів.

В авторській редакції. Редакція не несе відповідальності за зміст представлених робіт.

© ТДАТУ, 2024

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова організаційного комітету:

Кюрчев С. В. – д.т.н., професор, ректор Таврійського державного агротехнологічного університету ім. Дмитра Моторного

Заступники голови організаційного комітету:

Панченко А. І. – д.т.н., професор, проректор з наукової роботи, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Колокольчикова І. В. – д.е.н., професор, декан факультету економіки та бізнесу, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Плотніченко С. Р. – к.е.н., доцент, зав. кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного.

Члени організаційного комітету:

Нехай В. В. – д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Міхал Роман – доктор економіки, професор кафедри туризму, соціальних комунікацій та консалтингу Варшавського університету природничих наук. Інститут економіки та фінансів. Департамент туризму, соціальної комунікації та консультування, Польща;

Ортіна Г. В. – д.н.держ.упр, професор, професор кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Пйотр Габрйончик – Ph.D., доцент Варшавського університету природничих наук. Інститут економіки та фінансів. Департамент туризму, соціальної комунікації та консультування, Республіка Польща;

Горбова Н. А. – к.п.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Розуменко С. М. – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Агєєва І. В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Кравець О. В. – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Вороніна Ю. Є. – к.н. держ. упр., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Єфіменко Л. М. – к.н. держ. упр., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Сидоров Я. О. – к.ю.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного.

Редакційна колегія:

Нехай В. В. – д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного (загальна редакція);

Плотніченко С. Р. – к.е.н., доцент, зав. кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Розуменко С. М. – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного.

ЗМІСТ



Секція № 1. Менеджмент

Ірина Агеєва	МЕНЕДЖМЕНТ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ В СФЕРІ ТУРИЗМУ	12
Валентин Власенко, Юлія Калатур	ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ	15
Ірина Гречана, Денис Гусак, Роман Гриценко	УПРАВЛІННЯ ІМПОРТНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	20
Віктор Григоренко	СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ	23
Вероніка Давиденко	ОПЕРАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: ІНЖИНІРИНГ ПІДПРИЄМСТВА	26
Олександр Доновський	КАР'ЄРНЕ ЗРОСТАННЯ ЯК ЧИННИК МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ	30
Катерина Іщенко	УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ОСНОВНІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ	33
Шаміль Крутков	УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ В МЕНЕДЖМЕНТІ	36
Марко Кудрін, Михайло Ломпей, Дмитро Архіпов	ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	39
Єлизавета Могуренко	ІТ-МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ У 2024 РОЦІ	42
Вікторія Нехай	МЕНЕДЖМЕНТ МИСЛИВСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	46
Кирило Петров	ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМІЦНЕННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА	49
Оксана Полінкевич	СИСТЕМА ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	52
Ростислав Созанський	ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	55

Владислав Хамідуллін, Дмитро Шульдінгер, Олена Мокієнко	ПОЄДНАННЯ ФУНКЦІЙ МАРКЕТИНГУ ТА КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	58
--	---	-----------

Секція № 2. Публічне управління та адміністрування

Євген Богословський	СОЦІАЛЬНО — ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЙ	63
Тетяна Булгакова	ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ АДМІНПОСЛУГ В УМОВАХ ВІЙНИ	65
Олексій Булгаков	РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	68
Юлія Вороніна	РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ФОРМУВАННІ ПРАВОВОЇ КУЛЬТУРИ ТА СВІДОМОСТІ ГРОМАДЯН	74
Людмила Єфіменко	ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ	77
Павло Кульчицький	МЕХАНІЗМИ ПРОЦЕСІВ РОЗРОБКИ І РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	80
Олег Кучер	SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ ЯК СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ В УКРАЇНІ	85
Сергій Лаврінєнко	МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЇ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ	92
Дмитро Лещенко	ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОЇ АГРЕСІЇ НА ФОРМУВАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ	95
Сергій Мороз	СУЧАСНИЙ МЕХАНІЗМ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ І ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА НА ОСНОВІ ПАРТНЕРСЬКИХ ВІДНОСИН	98
Ганна Ортіна	МОЛОДЬ ЯК НАЙЦІННІШИЙ ТА УНІКАЛЬНИЙ РЕСУРС РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ СПІЛЬНОТИ	101
Владислав Підлісний	МОТИВАЦІЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ ТА КОМПЕТЕНТНОСТІ КЕРІВНИКА В ДЕРЖАВНІЙ СЛУЖБІ	107
Олександр Саєнко	КАДРОВІ ПРОБЛЕМИ В ДЕРЖАВНІЙ СЛУЖБІ УКРАЇНИ	113
Микита Сакун	ПОРТРЕТ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА ОРГАНУ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	116

Альона Семенюк	ВПЛИВ ІІ НА МОДЕРНІЗАЦІЮ СЕКТОРУ ГРОМАДСЬКИХ ПОСЛУГ: ДОСВІД ПОЛЬЩІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УКРАЇНІ	122
Олексій Симоненко	РОЛЬ ДЕРЖАВИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ	126
Роман Федотов	ЗАПРОВАДЖЕННЯ РІЗНИХ ФОРМ ПРЯМОЇ ДЕМОКРАТІЇ У ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ	129
Едгар Щербаков	МЕХАНІЗМИ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ З ОРГАНАМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ (МІСЦЕВОМУ) РІВНІ	132
Юлія Щур	ТЕХНОЛОГІЯ SMART-CITY В ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	135



Секція № 3. Економіка

Олександра Кисловська	СУТНІСТЬ РИНКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	138
Оксана Лисак	ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ПРОБЛЕМИ, АДАПТАЦІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	141
Микита Пугач	ЗМІСТ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МОДЕЛІ П'ЯТИ СИЛ КОНКУРЕНЦІЇ ПОРТЕРА	145
Олександр Турський	МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ, ЕКОЛОГІЧНОЇ, ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ	149



Секція № 4. Право

Віталій Безменов	ПРАВОВІ УМОВИ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ В НОВІТНІХ УМОВАХ	152
Наталя Горбова	НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ КУЛЬТУРИ	156
Наталя Горбова	КОНСТИТУЦІЙНІ МЕЖІ ТА ОБМЕЖЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: КРИТЕРІЇ ВИЗНАЧЕННЯ В АДМІНІСТРАТИВНОМУ СУДОЧИНСТВІ	159

Яна Жданюк	ЗАВДАННЯ ТА ЗМІСТ СТАДІЇ ПІДГОТОВКИ СПРАВИ ДО СУДОВОГО РОЗГЛЯДУ – ПІДГОТОВЧОГО ПРОВАДЖЕННЯ В ЦИВІЛЬНИХ СПРАВАХ	163
Дмитро Каменський	ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ЗНИЩЕННЯ АБО ПОШКОДЖЕННЯ ОХОРОНЮВАНИХ ДЕРЖАВОЮ ТЕРИТОРІЙ ТА ОБ'ЄКТІВ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ: ТРЕНДИ ЗАКОНОТВОРЧОСТІ	165
Шаміль Шарафаддін Огли Крутков	УДОСКОНАЛЕННЯ ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	171
Даніїл Лапочкін	ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЦИВІЛЬНИМ ЗАХИСТОМ НА ТЕРИТОРІАЛЬНОМУ РІВНІ	175
Руслана Половинкіна	ПРАВОВІ ОСНОВИ ДЕРЖАВНОЇ ПРОГРАМИ ЄВІДНОВЛЕННЯ	179
Ярослав Сидоров	ЗНАЧНІ ПРАВОЧИНИ ТА ПРАВОЧИНИ ІЗ ЗАІНТЕРЕСОВАНІСТЮ ТОВ: АНАЛІЗ ЗАКОНОДАВЧИХ ОБМЕЖЕНЬ	182



Секція № 5. Туризм та готельно-ресторанна справа

Сергій Бордюжа	МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	189
-----------------------	---	-----



Секція № 6. Підприємництво та біржова діяльність

Лариса Болтянська	РЕАЛІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	193
Аліна Водяницька	НОВІТНІ ТРЕНДИ АКТИВІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	197
Павло Сніжко, Вадим Козка	ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ	200
Анастасія Фіріч	ВАЖЛИВІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІМІДЖЕЛОГІЇ ТА МІФОЛОГІЇ В РОЗВИТОК БІЗНЕСУ	203
Христина Чепеленко	ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ : ПОНЯТТЯ ТА КОМПОНЕНТИ	206



Секція № 7. Облік і оподаткування

Юлія Біла	ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ БІОМАСИ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	211
Анна Костякова	ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ОБЛІК, КОНТРОЛЬ ТА АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПРИ ПЕРЕХОДІ НА МСФЗ	213



Секція 8. Фінанси, банківська справа та страхування

Світлана Кучеркова	ФУНКЦІОНУВАННЯ ОТГ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ЇХ РОЗВИТКУ	218
Катерина Ниценко	ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ	224
Анастасія Шкіндер	ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ	227



Секція 9. Сільське господарство та агропереробна промисловість

Сергій Єрмаков, Павло Потапський, Сергій Олексійко	ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОЗПОДІЛУ ВИТРАТ НА ЕТАПАХ СТВОРЕННЯ ПЛАНТАЦІЙ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ВЕРБИ	230
Олександр Орманжи	УПРАВЛІННЯ ТВАРИННИЦТВОМ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ	236
Зоя Пустова, Наталія Пустова, Чеслав Новак	ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА У СВІТІ І УКРАЇНІ	239



Секція 10. Інженерія та технології

Володимир Дідур, Ольга В'юник	ЗАСТОСУВАННЯ КАСТОРОВОЇ ОЛІЇ В ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ	243
----------------------------------	---	-----



Секція 11. Інструменти підтримки соціальної сфери

Альбіна Москаленко	ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ЛІКУВАННЯ НА ЗАСАДАХ ПУБЛІЧНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ	250
Альбіна Абубекерова	ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН У СФЕРІ ПРОФЕСІЙНОЇ (ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ) ОСВІТИ В УКРАЇНІ	254



Сергій Лавріненко, аспірант,
Таврійський державний агротехнологічний університет
ім. Дмитра Моторного

МАРКЕТИНГ ТЕРИТОРІЇ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

Актуальність дослідження. Розвиток маркетингу територій – це ефективний інструмент підвищення результативності територіального управління, що спрямований на: задоволення потреб внутрішніх і зовнішніх суб'єктів території в суспільних благах, послугах та ідеях; підвищення привабливості території для проживання, відвідування, ведення бізнесу та інвестицій; збереження існуючих та створення нових конкурентних переваг території; досягнення цілей сталого розвитку територіальних систем; розвиток партнерства та гармонізацію інтересів учасників соціально-економічних відносин.

Під маркетинговою політикою привабливості розуміється перспективний напрям дій території та наявність у неї систематичної стратегії використання маркетингових інструментів стосовно всіх суб'єктів території. Впровадження такої політики забезпечує стале соціально-економічне зростання та підвищує туристичну й інвестиційну привабливість території.

Економіка Запорізької області вже більше двох років працює в складних умовах, викликаних безперервними воєнними діями, окупацією частини території, відтоком людських ресурсів, руйнуванням бізнесу [2].

На становлення маркетингової політики привабливості Запорізької області впливають наступні факти [1, с. 68-70]:

Відсутність повноцінного правового забезпечення системи стратегічного контролю. Вітчизняне правове поле зі стратегічного контролю демонструє досить низький рівень нормативно-правового забезпечення процесу моніторингу й оцінювання стратегічних планів соціально-економічного розвитку регіонального рівня, насамперед з огляду на відсутність, власне, закону про стратегічне планування, що робить процеси стратегічного планування та контролю в країні повною мірою легітимно не забезпеченими.

1. Відсутність повноцінного моніторингу й контролю за реалізацією показників та ідентифікаторів стратегій, планів і програм, недотримання

часового зіставлення статистичних даних, що суттєво знижує ефективність системи стратегічного контролю, а реалізація моніторингу набуває формального характеру.

2. Слабка аналітично-інформаційна система моніторингу реалізації державних цільових програм і стратегій у регіоні.

3. Недостатня взаємодія органів публічного управління та населення, підприємництва й науково-дослідних установ, у результаті чого розроблені Звіти стратегічного характеру не завжди відповідають уявленням громадськості й бізнесу про результати підвищення їх добробуту й ефективності діяльності шляхом реалізації цих програм. Своєю чергою проведення стратегічного контролю реалізації програми, стратегії чи проекту не може бути ефективним без участі в ньому громадських організацій, корпоративного сектору, експертної спільноти з представників науки, освіти, охорони здоров'я та інших соціально значущих сфер життя суспільства регіону.

Виходячи з цього маємо наступну картину PEST-аналізу Запорізької області (табл. 1).

Звідси можна зробити висновок, що Запорізькій області терміново необхідна розробка концепції розвитку території на засадах бренду та конкурентоспроможності. В сучасних умовах маркетинг територій націлений на:

1. Забезпечення комплексного і збалансованого розвитку економіки та соціальної сфери на території.

2. Розвиток ефективної взаємодії з зацікавленими сторонами у цифровому просторі, заснованої на широкому використанні як внутрішніх можливостей регіону, так і можливостей, що надає макро- і мікросередовище.

3. Активне застосування технологій просування та позиціонування території з метою підвищення її конкурентоспроможності і формування привабливого інвестиційного клімату, а також створення стійкого позитивного іміджу [2].

Таблиця 1

PEST-аналіз Запорізької області

Політичні фактори	Економічні фактори
-------------------	--------------------

<ol style="list-style-type: none"> 1. Активні бойові дії на території 2. Частина регіону має статус «Тимчасово окупованої території» 3. Непривабливий туристичний імідж 4. Політична нестабільність 5. Значна корупція у владі території 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Складні умови ведення бізнесу 2. Постійна загроза руйнування інфраструктури та майна підприємств 3. Зниження попиту на внутрішньому ринку регіону 4. Зниження рентабельності діяльності підприємницького сектору 5. Відсутність дієвої інвестиційної та інноваційної політики
Соціальні фактори	Технологічні фактори
<ol style="list-style-type: none"> 1. Скорочення кількості спеціалістів та кваліфікованих працівників в регіоні 2. Погіршення добробуту населення регіону 3. Зростання рівня безробіття 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Забруднення навколишнього середовища та значні екологічні ризики 2. Відсутність фінансування впровадження інновацій в підприємницькій діяльності 3. Невисокі позиції щодо розробки та впровадження передових напрямів науки і техніки.

Джерело: розроблено автором за даними [1, 2]

Система маркетингу територій, по суті, є інформаційною системою, яка дозволяє розробити та впровадити стратегію розвитку регіону (рис. 1).

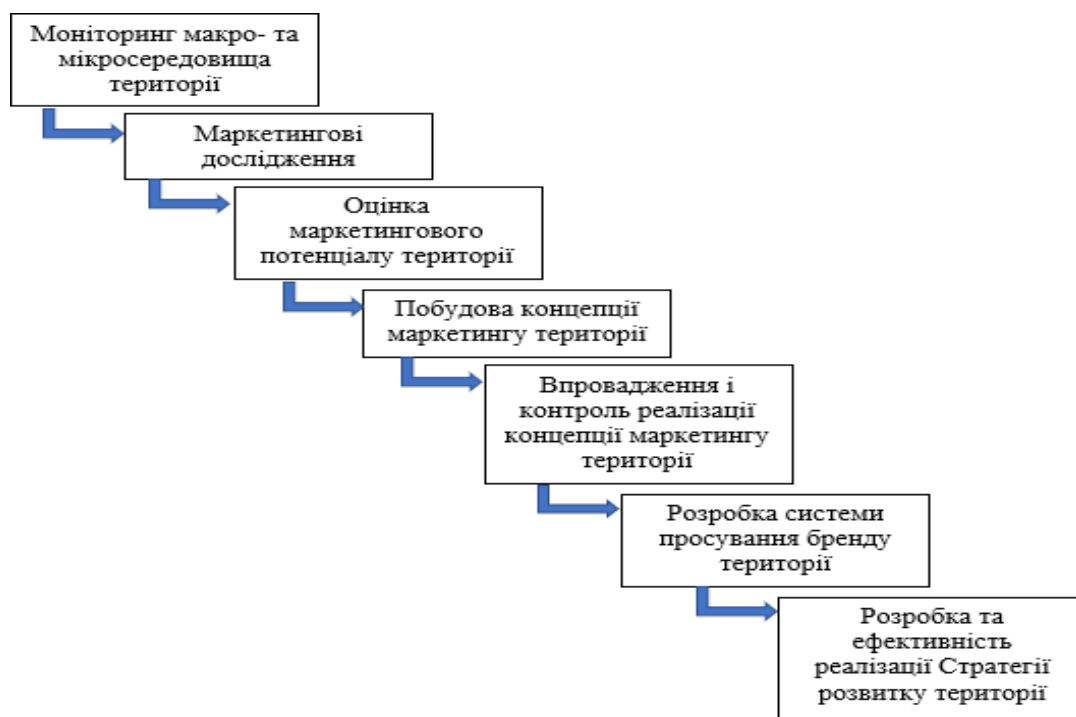


Рис. 1. Алгоритм побудови системи маркетингу Запорізької області

Джерело: розроблено автором

Маркетинг територій, розглянутий як засіб забезпечення конкурентоздатного розвитку, реалізує: ефективність трансляції інформації щодо регіонального розвитку до зовнішніх зацікавлених сторін (інвесторів, підприємців, населення, громадських установ, структур ринкової інфраструктури); введення території на ринок інвестиційних ресурсів; формулювання стратегій та програм розвитку регіону; стимулювання збуту територіального продукту; створення позитивного іміджу як території, так і органів регіонального управління; збереження конкурентних переваг регіону.

Висновок. Отже, застосування цілей та принципів маркетингу як інноваційного інструменту управління територіями сприятиме підвищенню ефективності соціально-економічного управління регіоном, забезпечить успішну реалізацію державної політики та досягнення збалансованого розвитку регіонів. Таким чином, маркетинг територій відрізняється від традиційного підходу своєю спрямованістю на вирішення проблем територіальних утворень і формування стратегії розвитку регіону.

Список використаних джерел

1. Кукіна Н. В., Коваленко К. О. Економіко-правова оцінка ефективності стратегічного контролю публічного управління територією. *Право та державне управління: збірник наукових праць*. 2021. № 4. С. 64 - 71. URL: <https://elar.tsatu.edu.ua/handle/123456789/16669> (дата звернення 27.04.2024).

2. Трусова Н. В., Кукіна Н. В. Продовольче забезпечення домогосподарств України: реалії сьогодення. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2023. № 3(49). С. 63-70.

Науковий керівник: *Наталя Кукіна, к.е.н., в.о.зав. кафедрою маркетингу, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного*

Наукове видання

**ФОРСАЙТ РОЗБУДОВИ УКРАЇНИ:
ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ ВИМІРИ**

Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції

30 травня 2024 року

м. Запоріжжя

Головний редактор - **Нехай В. В.**, д. е. н., професор, кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного

Редакційна колегія:

Плотніченко С. Р. – к.е.н., доцент, в.о. зав. кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного;

Розуменко С. М. – к.е.н., доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування, Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного

Електронне видання

Формат 60*84/16

Умовні друковані аркуші: 12,8

