

УДК 352:004.45/.65(477)

О. І. Гагалоук, аспірант кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ІНФОРМАЦІЙНО - РЕКЛАМНОЇ ПЛАТФОРМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД (ОТГ)****О. I. Hahaliuk, PhD student of Innovation Activity and Services Management Department Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine****PECULIARITIES OF FORMATION OF ELECTRONIC INFORMATION AND ADVERTISING PLATFORM OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES (OTG)**

Логічним продовженням адміністративно – територіальної реформи (АТР) є вибори до місцевих об'єднаних територіальних громад (ОТГ), які як і інші організаційні заходи з удосконалення та управління територіями проводяться 25 жовтня. На даний час Україна отримала 136 нових укрупнених районів замість 490 радянського зразка, основні повноваження яких передано на місцевий рівень – рівень ОТГ [1]. Завершення цієї адміністративної реформи в Україні поставить нові завдання перед новоутвореними органами, вирішення яких доведе спроможність та дієвість даної адміністративної моделі. Разом із повноваженнями передано й рівень відповідальності. Це означає, що відповідальність за успіх громади, як і за будь-які негаразди лежатиме не лише на керівництві громади, на обраних депутатах ОТГ, а й власне на персональній відповідальності кожного.

Одним із викликів для громади є створення її фінансово – інвестиційної привабливості. Адже від цього залежить добробут і розвиток самих громад. А це у першу чергу, створення робочих місць і як наслідок податкових відрахувань у бюджет громади. Кожна з громад, володіє певними ресурсами для самозабезпечення, які необхідно розвивати. Для цього потрібно створювати, так звані, інвестиційні паспорти ОТГ, які дозволять потенційному інвестору оцінити привабливість і перспективи ОТГ. Тут виникають певні ускладнення і протиріччя, які необхідно вирішити. Яким чином інвестор має дізнатися про привабливість ОТГ? На сьогодні, сучасні інформаційні технології та засоби дозволяють отримати будь-яку інформацію, проте вона не систематизована і не структурована, а її аналіз вимагає часу. Тому, задля успіху усіх громад та активізації рекламно - маркетингової діяльності доцільно було би розробити електронну централізовану систему інвестиційної привабливості громад, в якій міститиметься уся необхідна інформація про кожну ОТГ, про її площу, географічне розміщення, населення, туристичну привабливість, податкове навантаження тощо. Безперечно це суперечить конкурентним засадам функціонування суб'єктів господарювання. Тим часом реалізувати це необхідно на державному рівні у вигляді сайту чи електронної біржі тощо. Створення доступу для кожного бажаючого скористатися тим видом послуг створюватиме певні проблеми для системних адміністраторів, тому доцільним було б зробити вхід для фізичних осіб - підприємців та юридичних осіб. Звичайно, що ці всі технічні тонкощі стосуватимуться розробників цієї концепції та програмування. Для громад позитив полягає в тому, що про їх можливості та інвестиційні об'єкти дізнаються всі і зразу, такий собі аналог системи Prozorro, лише для ОТГ. Недостовірну інформацію публікувати невігідно, оскільки такі дії зіпсують одразу репутацію, як ненадійного партнера, що у сучасних ринкових умовах це занепад для розвитку ОТГ. Також це дозволить внутрішнім та зовнішнім інвесторам заздалегідь провести віддалене оцінювання інвестиційної привабливості та знайти свою зацікавленість для капіталовкладень.

Найпершим головним сектором економіки для розвитку багатьох громад є агросектор. Оскільки земельний ресурс уже є. У порівнянні з іншими секторами економіки менш

витратний, а результат можна отримати за декілька місяців. У майбутньому, така інформаційна база може дозволити аграріям планувати вирощування культур з максимальною вигодою, не перенасичуючи ринок надлишком продукції, або створювати переробні підприємства виходячи з оптимальних умов за замкнутим циклом: вирощування, переробка і реалізація.

Як відомо, податки сплачуються за місцем реєстрації підприємства. Досить поширена ситуація, коли аграрії використовуючи земельні ресурси в одній ОТГ сплачують податок лише за землю, а податок на прибуток й усі решта за місцем реєстрації. Будь-яка втрата податкових відрахувань негативно впливає на фінансовий стан ОТГ. В такій ситуації, чим більше податкових надходжень, тим краще. Звідси виходить ще одне протиріччя, яке необхідно вирішувати. Якщо врахувати щорічне сезонне обприскування полів чи садів хімікатами, які негативно впливають на здоров'я людей разом із виснажуванням ґрунтів, то відкупитися одним податком на землю достатньо невелика плата. Великі ж агрокомпанії навряд чи захочуть розділювати себе на дрібніші лише через ОТГ.

У будь-якому разі ОТГ зацікавлені в залученні не лише будь-яких коштів, а й людських ресурсів. І все це є справою діалогу.

Запропонований алгоритм взаємодії потенційних інвесторів та ОТГ через електронну централізовану систему їх інвестиційної привабливості (див. Рис.1.)

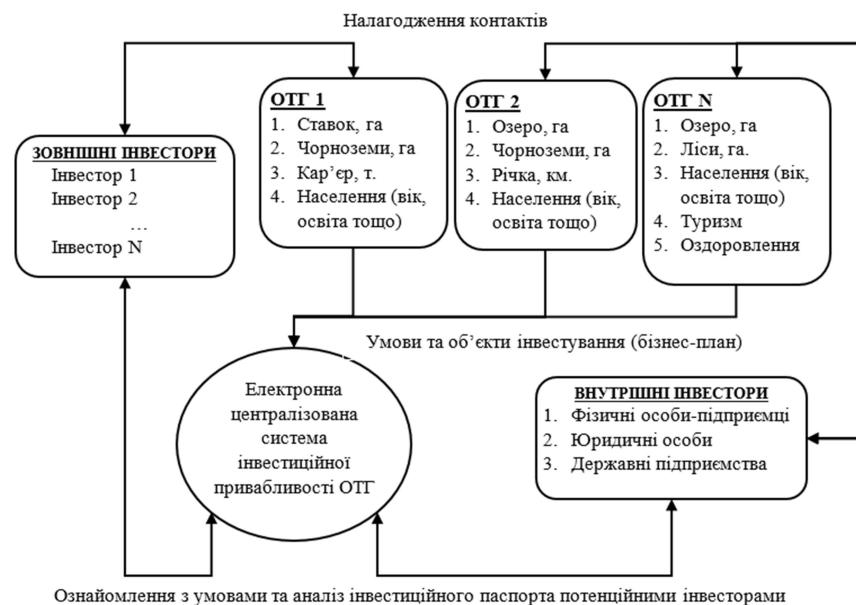


Рис.1. Алгоритм взаємодії потенційних інвесторів та ОТГ через електронну централізовану систему їх інвестиційної привабливості

Отже, реалізація так званого алгоритму взаємодії потенційних інвесторів та ОТГ через електронну централізовану систему їх інвестиційної привабливості сприятиме вирішенню інформаційних рекламно - маркетингових задач, їх розвитку, всебічної поінформованості суб'єктів господарювання у всій сфері діяльності.

Література:

1. Реформа децентралізації завершиться в 2020 році проведенням восени місцевих виборів на новій територіальній основі громад. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/reforma-decentralizaciyi-zavershitya-v-2020-roci-provedennyam-voseni-miscevih-viboriv-na-novij-teritorialnij-osnovi-gromad>