

УДК 338.24; 336.6

Ходакевич Богдан,
аспірант кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ

Hodakevych Bogdan
graduate student of business economics
SHEE «Kyiv National Economic University»

CURRENT TRENDS OF INFORMATION BUSINESS OF UKRAINE

Анотація. У статті викладено основні тенденції розвитку інформаційного підприємництва України та передумови його поширення. Сформовано ключові аспекти розвитку ІТ-підприємництва та їх вплив на галузь у цілому. Представлено позитивні та негативні чинники, що впливають на розвиток галузі в Україні, а також виділено тренди, що визначають стратегії корпоративного розвитку суб'єктів господарювання.

Abstract. In the article the main tendencies of development of information entrepreneurship of Ukraine and the preconditions for its expansion are laid out. The key aspects of the development of IT entrepreneurship and their impact on the industry as a whole are formed. Positive and negative factors are presented, which influence the development of the industry in Ukraine, and also the trends that define the strategies for corporate development of economic entities. Analytical studies of the company «Gemius» were used, on the basis of which the patterns of use of information services by the population were derived. During the study, the main competitive advantages of Ukraine were established in the international market of information technology. The dynamics of development of IT companies from the initial stage of the start-up development to the formation of large IT companies is established. On the basis of the study, the main groups of consumers of information goods were identified, as well as the most rapidly developing areas of the industry.

Ключові слова: ІТ-підприємництво, розвиток, інновації, стартап, користувачі.

Keywords: IT-business, development, innovations, start-up, users.

Актуальність проблеми. Слід відзначити, що інформаційна економіка виступає центральним об'єктом дослідження становлення та розвитку великого спектру ІТ-галузей. За сучасних умов, саме розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури є передумовою та індикатором зростання великої кількості компаній різних сфер бізнесу.

Українське ІТ-підприємництво реалізується на основі поширення інформаційних технологій серед населення України та динамічного розвитку ІТ-інфраструктури. Сьогодні обсяги торгівлі різними товарами в Україні на основі засобів електронної комерції становить приблизно 110—111 млн дол. США щорічно при чисельності покупців приблизно 2,8—3 млн користувачів. Тобто в середньому один

покупець в Україні витрачає приблизно 37—39 дол. США в рік на придбання товарів на електронних, Інтернет та інших дистанційних платформах.

Відзначимо, що обов'язковою передумовою розвитку ІТ-підприємництва в Україні є розвиток та підтримка адекватної системи електронних платежів, яка представлена і банківськими сервісами, і альтернативними платіжними системами. Особливого значення цей аспект здобуває у контексті зростання обсягів придбання товарів українськими споживачами на світових торговельних майданчиках. Рівень доступності, зрозумілості, надійності, безпечності і контрольованості фінансових операцій була і залишається ключовим фактором довіри українців до різного роду інформаційних рішень. Мова тут йде не тільки про приватних покупців, але й про корпоративних замовників, можливість підготовки та здачі фінансової, податкової звітності он-лайн для яких є сьогодні одним з ключових факторів забезпечення конкурентоспроможності.

Починаючи з 2014 року сфера електронної комерції зростає приблизно на 22—24 % щорічно у обсягах проданих товарів. Така динаміка визначає зацікавленість класичних форматів торгівлі у розвитку ІТ-технологій. На цій основі виникають і бурхливо прогресують ряд гібридних моделей ІТ-підприємництва, які інтегрують окремі елементи класичних операцій та віртуалізація комерційних угод. Фактично ІТ-технології стають усе популярнішими серед українських компаній у всіх сферах бізнесу, в першу чергу через низькі витрати на реалізацію таких комерційних механізмів і достатньо високими результатами їх функціонування сьогодні.

Мета і постановка проблеми. Відбувається поступова заміна соціальних міжособистісних зв'язків функціональними інформаційними комунікаціями між людьми, а як наслідок виникають нові сегменти ринку споживання товарів, які можуть бути частково віртуальні, а частково реальні. Поряд з цим відбувається уніфікація інформаційного «наповнення» людини через нав'язування єдиної моделі сприйняття інформації та навколишнього світу за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Неоднозначність у трактуванні термінів чи нерозуміння суті інформаційного підприємництва призводить до неадекватності систем планування на мікрорівні. Але з іншого боку, слід відзначити, що проблемою українських компаній також непрозорість облікової роботи, а також існування певних відмінностей у фінансовому, управлінському та бухгалтерському обліках.

Метою нашої роботи слід вважати оцінку сучасного стану інформаційного підприємництва в Україні, а також конструктивний аналіз особливостей діяльності вітчизняних ІТ-компаній і потенціалу їх розвитку.

Відзначимо, що український ІТ-сегмент сьогодні виступає чи не єдиним конкурентоспроможним сектором на високотехнологічних світових ринках, але навіть незважаючи на досягнутий рівень розвитку національних ІТ-компаній, слід відзначити необхідність їх подальшого розвитку та підтримки. Динамічність цього сектору економіки зумовлює необхідність швидких змін для збереження технологічної та ринкової конкурентоспроможності.

Викладення основного матеріалу. Вважаємо, що ключові аспекти розвитку інформаційного підприємництва, що визначають роль і значення інформацій-

них технологій, цифрової революції у розвитку сучасного світу в цілому та України, можна сформулювати таким чином:

– Цифрова революція й інформаційні технології, у більш широкому контексті, призводять до зміни природи інноваційних процесів на всіх рівнях. Наукові дослідження і розробки, які вимагали раніше більше часу та ресурсів, демонструють тенденцію до прискорення та здешевлення, реалізуються на основі нових бізнес-моделей. Разом з цим, більшість виконавчих директорів компаній у всьому світі зосереджені на розвитку інноваційного потенціалу своїх компаній. Традиційні індикатори оцінки та аналізу інновацій, такі як кількість патентів, обсяги отриманих ліцензій, рівень присутності на спеціалізованих технологічних заходах тощо, характеризують тільки частково сучасні інновації.

– Компанії розвиваються під зростаючим тиском інновацій. У світі формуються дві групи компаній — одні компанії є технологічно залежними, а інші сектори бізнесу безпосередньо не пов'язані з сектором інформаційно-комунікаційних технологій. З позицій корпоративного управління слід говорити про рівень випередження чи відставання інноваційного потенціалу компаній від світових чи галузевих тенденцій.

– Останніми роками інформаційні фактори є визначальними чинниками формування споживчого попиту. У науковій літературі говорять про новий феномен під назвою «цифрова популяція», що визначає віртуальні чи мережеві спільноти. Такого роду соціальні феномени не підпорядковуються законодавчим чи іншим національним системам норм і цінностей. Фактично відбувається формування світового «віртуального» співтовариства, яке характеризується новими універсальними цінностями та правилами споживчої поведінки.

Фактично під впливом цих складових сучасне ІТ-підприємництво перебуває на «вістрі» світового розвитку, саме у цій сфері виникають та апробуються нові бізнес-моделі, нові системи моніторингу глобального інформаційного поля сучасних ринків тощо.

ІТ-компанії України та окремі підприємці є дуже чутливими до зміни споживчих уподобань, швидко адаптуючи цінову політику, сервісні функції та систему доставки до поточних умов. Сьогодні споживач очікує від підприємців нижчих цін, вищих стандартів обслуговування, зручніших систем оплати, а також розвинутіших систем лояльності від ІТ-компаній, ніж у випадку здійснення угод у класичному вигляді.

В Україні в 2015—2016 рр. спостерігаються такі позитивні тренди в ІТ-бізнесі, як зростання обсягів продажу товарів у гривневому еквіваленті (+15—20 %), у той же час спостерігається зниження обсягів придбання товарів у валютному еквіваленті (–10—11 %). Така ситуація має наслідком номінальне зростання кількості угод зі зниженням вартості кожної з них. В окремих сегментах ІТ-підприємництва були зафіксовані значні інвестиції, наприклад: проект «Prozorro», проект «Zakaz.ua» та інші. Все більше іноземних компаній розпочинають входження на ринки України через використання он-лайн торговельних майданчиків. Поряд з цим відбувається подальше вдосконалення законодавчого регулювання всіх сфер ІТ-бізнесу, який визнано пріоритетним на державному рівні.

Поряд з позитивними трендами в українському IT-бізнесі чи не головним проблемним моментом є падіння купівельної спроможності населення через здешевлення гривні та сегментованості країни внаслідок політичної ситуації. Незважаючи на це, поступово відбувається здорожчання товарів на електронних майданчиках, які подекуди наближаються у ціновій політиці до оф-лайн магазинів.

В українському сегменті IT-бізнесу протягом 2015—2016 рр. сформувалися такі тренди, які визначають стратегії корпоративного розвитку суб'єктів господарювання:

- переведення Інтернет ресурсів на крос-платформну основу і розробка мобільних версій існуючих сайтів компаній, що зумовлено зростанням частки продажу через мобільні гаджети;
- розробка швидких і дешевих систем мобільних платежів, що дозволять прискорити і суттєво здешевити віртуальні операції. Інтеграція систем електронних грошей з банківською системою України та світу;
- розвиток систем мультимедіального маркетингу для встановлення тіснішого зв'язку зі споживачами та підтримки постійного спілкування з ними. Тут також варто згадати розвиток систем інтерактивної реклами, які не тільки впливають на інформованість споживачів товарів і послуг, але й намагаються «програмувати» їх споживчий вибір;
- розвиток аналітичних систем наповнення російськомовного та україномовного сегменту Інтернету, а саме збору та автоматичного опрацювання значних масивів інформації щодо діяльності чи присутності населення України у віртуальному середовищі, соціальних спільнотах тощо;
- віртуалізація функцій попереднього вибору товару шляхом розвитку он-лайн пробних версій інформаційних продуктів, контролю зі сторони споживача, залучення споживача до розвитку інформаційних продуктів;
- поширення інтерактивного контенту в віртуальних мережах, де споживачі долучаються до дій у ігровій манері, роблячи при цьому частково свій вибір. Наприклад, можливість формування та попереднього замовлення продукту он-лайн на безкоштовній основі, проектування складних систем кондиціонування та опалення тощо.

Відповідно до результатів дослідження міжнародної компанії «Gemius», яка спеціалізується на дослідженні Інтернет простору, в Україні приблизно 18,8 млн осіб віком від 14 років, які хоча б раз на місяць заходять до мережі з тих чи інших мотивів. Досить цікавим є той факт, що приблизно 90 % з цих користувачів заходять до Інтернету щоденно і лише 10 % з якоюсь періодичністю. Сегмент користувачів Інтернет в Україні зростає швидкими темпами, а приріст становить приблизно на 8–10 % щороку. Незважаючи на таку динаміку чисельність користувачів мережі прогнозовано буде зростати і надалі, так як рівень залучення населення України до користування Інтернет усе ж залишається достатньо низьким. Традиційно рівень використання IT-технологій залежить від місця проживання людини. Так у великих містах понад 50 % дорослого населення постійно підтримують зв'язок з різного роду он-лайн сервісами: електронною по-

штою, соціальними мережами, хмарними серверами зберігання даних тощо. У невеликих містах нашої країни ІТ-технологіями користуються до 50 % дорослого населення, а у сільській місцевості цей показник наближається до 30 %.

В Україні також зберігається суттєва різниця користування ІТ технологіями за віковою структурою користувачів. Молодші користувачі традиційно використовують електронні пристрої, Інтернет та інші інформаційні рішення набагато більше, ніж населення більш старшого віку. Найнижчий рівень використання ІТ-технологій віковою групою 55+, котрі тільки на 34 % використовують інформаційно-комунікаційні можливості сучасних технологій. Частка цієї вікової групи серед усього населення країни становить 29 %, що досить суттєво впливає на загальнодержавні тенденції у цій сфері.

Зростання рівня залучення населення України сприяє і той факт, що в малих містах з чисельністю близько 50 тис. чол. приблизно 77 % сімей мають комп'ютерну техніку, яка на 70 % під'єднана до мережі Інтернет. Фактично це і є той потенційний ринок споживання інформаційних продуктів населенням України, про який ми вже говорили.

Найбільшого поширення ІТ-технології здобули у більш традиційних і зрозумілих для українських бізнесменів сферах. Фактично організація обробки та зберігання баз даних є технологічною необхідністю у всіх без винятку галузях економіки. Незрозумілою залишається недооцінка сервісів підтримки інформаційної безпеки в нашій державі, підтвердженням чого виступає велика кількість «хакерських атак» і різного роду «зламів» інформаційних мереж, які знайшли своє висвітлення в засобах масової інформації 2016—2017 рр.

Слід також вказати на той факт, що українські ІТ-підприємства часто виконують роботи на замовлення іноземних компаній. Якщо управління базами даних, чи розвиток ігрових технологій не прив'язано до нормативно законодавчого поля окремої країни, то розробка систем торгівлі чи фінансово-платіжних систем безпосередньо регулюється законодавчими актами окремої країни. Звідси обмеженість залучення українських спеціалістів до реалізації проектів такого роду, але вони можуть приймати участь як партнери на окремих етапах робіт.

Незважаючи на значний відсоток внутрішнього споживання ІТ-послуг, слід нагадати, що Україна вже сьогодні є локацією до понад 90 дослідницьких центрів світових компаній, як от: Samsung, Ericsson, Boeing, Oracle, Siemens, Wargaming, ABBYY та ін. Сьогодні близько 13 тис. чол. працюють ІТ-інженерами в різних дослідницьких центрах міжнародних компаній, про які ми також згадували раніше. Найбільша частка працює у сфері «чистих» ІТ-технологій — розробка програмного забезпечення. Орієнтація ІТ-сектору України на співпрацю зі світовою інформаційною спільнотою визначає підвищені вимоги до працівників цієї сфери, а також відповідний рівень їх заробітної плати.

Досить значний відсоток українських спеціалістів зайнятий у сегменті розвитку телекомунікаційних технологій та ігорному бізнесі. Сьогодні багато проектів у цих сегментах ІТ ринку, які здобули світову популярність, мають у складі своїх розробників Українські компанії. Найвідомішими з яких виступають корпорації GlobalLogic, Ciklum, Luxoft, Epam, Sigma, SoftServe та інші.

Фактично високий рівень кваліфікації трудових ресурсів ІТ-сектору виступає однією з ключових конкурентних переваг України у світовому вимірі. За даними Dou.ua SalariesReport 2015 39 % ІТ-фахівців мають рівень освіти вище середнього, 30 % — середній рівень освіти, 11 % — високий рівень освіти, 16 % спеціалістів мають рівень освіти нижче середнього і тільки 4 % базову освіту. Така кваліфікаційна структура трудових ресурсів визначається вітчизняною системою освіти. Так, 78 % ІТ-спеціалістів України мають закінчену вищу освіту, 12 % — мають незакінчену вищу освіту, 6 % — мають декілька вищих освіт, 1 % — навчалися в аспірантурі, решта 4 % отримували профільну підготовку іншим способом.

Слід відзначити, що управлінці ІТ-сфери є одними з найдорожчих спеціалістів на ринку України. Наприклад, заробітна плата керуючого проектами за 2011—2016 рр. коливалася в межах 2,4—2,0 тис.дол.США. Заробітна плата керівника робочих груп (teamleader) за цей же період коливалася в межах 2,5—2,9 тис.дол.США, а старшого керівника програм — від 3,2 до 4,0 тис.дол.США. Навіть молодший технічний персонал отримує заробітні плати в межах 1,0—2,0 тис. дол.США.

Відзначимо, що рівень заробітних плат дещо відрізняється за регіонами України. Так найвищі заробітки отримують ІТ-фахівці у Києві — приблизно 2 180 дол.США за оцінкою 2015 р.; в Одесі — 1 723 дол. США; у Львові — близько 1 500 дол. США; у Харкові — 1 613 дол. США; у Дніпропетровську — 1 500 дол. США. (*Джерело: Lviv IT Cluster; Dou.ua and Djinni.co (other areas)*).

Становлення та розвитку вітчизняного ІТ-сектору наповнено історіями успішного розвитку малих підприємств і приватних підприємств. У цій сфері бізнесу, як у ніякій іншій, підприємництво є основним рушійним стимулом розвитку. Фактично більшість великих національних компаній можна вважати успішними стартапами, які своєчасно залучили інвестиції. Згідно результатів дослідження всесвітньовідомої консалтингової компанії А.Т. Kearney [3] можна представити такі пропорції відбору ІТ стартапів в Україні:

- близько 400 ІТ стартапів реалізуються в Україні щорічно, до яких відносять нові проекти будь-якого спрямування;
- близько 200 проектів (50 %) визнаються перспективними після попереднього розгляду інвесторами, а інші 50 % проектів відхиляються через низьку якість їх опрацювання;
- з 200 проектів, які приймаються у подальшу розробку тільки 5 проектів здобувають стабільне фінансування через залучення капіталу венчурних фондів;
- з тих же 200 успішних проектів, близько 55 отримують фінансування з нестабільних джерел: власні кошти, фінансування існуючими партнерами, друзями, отримання коштів від бізнес-ангелів, різних місцевих чи міжнародних інвестиційних фондів;
- разом з цим, близько 10 проектів, з раніше відібраних 200, «іммігрують» закордон, де й отримують подальший розвиток;
- з усіх проектів які залишилися в країні (5 + 55 проектів), 20 отримують подальше стабільне фінансування і розвиваються як малі ІТ-компанії, а 40 відхиляються внаслідок своєї неадекватності;

– з 20 успішних стартапів, які перетворилися у малі інноваційні підприємства, приблизно 1—2 компанії стають дійсно ринково успішними і розвиваються у лідерів ринку України.

Таким чином можна констатувати, що тільки 0,5 % проектів, які були подані на отримання фінансування на початковій стадії, перетворюються дійсно в комерційно привабливі компанії, лідерів різних ІТ-секторів. Або ці ж 2 малі підприємства, які виростають у успішні великі компанії, складають 3,3 % від 60 проектів, які отримали фінансування з різних джерел на другій і третій стадіях.

Доцільно також вказати на обсяги доступного фінансування українським ІТ-підприємцям за різними фазами проектів. Незважаючи на значну кількість інвестиційних угод на початковій фазі зародження, обсяг фінансування на цій стадії сягає тільки 15—20 % від загального обсягу. Фаза розробок локалізує від 30 % до 51 % загального обсягу фінансування. Фаза впровадження акцептує від 22 % до 30 % загальних інвестицій. Таким чином можна констатувати, що незначні за чисельністю угоди більш пізніх стадій розвитку проектів, як правило, є суттєвішими за сумами вкладених ресурсів.

Відзначимо, що у переважній більшості ІТ-проекти в Україні розвиваються за рахунок вітчизняних джерел фінансування, частка яких становить приблизно 52—55 % від загальних інвестицій, а частка іноземного капіталу коливається в межах 26—30 %. Решта ж коштів мають інші джерела, або внутрішні кошти проектів, або субсидування різного роду. За нашими оцінками приблизно 15—27 % фінансування, взагалі, надходить в українські стартапи через непрозорі схеми фінансування: нецільове використання коштів; заниження суми інвестицій; приховування даних щодо власників чи джерел надходження коштів тощо.

Існування такої практики фінансування українських ІТ-компаній має наслідком недовіру іноземних інвестиційних компаній до вітчизняних пропозицій, високий рівень ризику участі в таких проектах, недовіру чи заниження реальної вартості ІТ-проектів на міжнародних фондових біржах.

Висновки. Відзначимо, що ІТ-підприємці працюють на ринках України, які на наш погляд ще недостатньо сформувалися чи не досягли рівня своєї зрілості, про що свідчить і динаміка їх зростання. Разом з цим усіх користувачів інформаційних продуктів і покупців товарів на основі ІТ-платформ можливо розбити на такі основні групи:

- користувачі інформаційних продуктів, які часто ними користуються, активні у віртуальному середовищі, є частими учасниками електронних комерційних угод різних типів;
- користувачі, які здійснюють попередній вибір товару чи об'єкту у традиційних місцях (класичних магазинах), але купують товари чи замовляють інформаційні рішення за допомогою ІТ технологій;
- користувачі, які проводять попередній моніторинг інформації на основі ІТ-засобів, але переважно здійснюють комерційні угоди не в віртуальному середовищі.

Кожна з указаних груп користувачів має власну модель споживчої поведінки і відповідно вимагає побудови різних маркетингових стратегій від підприємств.

В Україні найпопулярнішими та найдієвими інструментами реклами в віртуальному середовищі виступають форуми, огляди різних сфер бізнесу, коментарі інших користувачів, тобто інформація, яка створена іншими користувачами інформаційних рішень.

Більш швидко та вільно розвиваються формати купівлі-продажу у великих містах, де споживачі мають нижчий рівень упередженості до віртуальних угод, а також можливість ознайомитися з досвідом інших користувачів тим чи тим сервісом. Але незважаючи на це й факт, вважаємо, що найбільший потенціал розвитку ІТ-підприємництва саме у регіонах України, хоча це й вимагає адекватного розвитку логістики у регіональному вимірі, наявності складських приміщень і відповідних служб по всій країні.

Література

1. Olga Andrienko-Bentz. Export-oriented segment of Ukraine's IT services market: Status quo and prospects [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.eba.com.ua/static/export_it_industryfinal_29092016.pdf
2. Phillip J. Hatch. Technology Market Assessment: Ukraine 2016. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.akholi.com/wp-content/uploads/2016/02/Ukraine-Technology-Exports-2016.pdf>
3. Soeren Grabowski. Barbara Weiten. Mariia Koleonidis. Chris Burgess. Anna Boyko. Digital Entrepreneurship in Ukraine. How Ukraine can build a world-class digital ecosystem. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://outsourcingreview.org/digital-entrepreneurship-in-ukraine-report-analysis/>
4. Информационные ресурсы и системы: реализация, моделирование, управление / Попов И.И. — М.: ТПК «Альянс». — 1996. — 408 с.
5. Трансформаційні процеси та економічне зростання в Україні / за ред. акад. НАН України В. М. Гейця. — Харків : Форт, 2003. — 440 с.
6. Устенко С. В. Производственные модели наукоемких предприятий / С. В. Устенко // БизнесИнформ : научный информационный журнал. — Харьков : ХНЕУ, 2006. — № 11. — С. 95–101.

References

1. Olga Andrienko-Bentz. Export-oriented segment of Ukraine's IT services market: Status quo and prospects [Elektronnij resurs] — Rezhim dostupu: http://www.eba.com.ua/static/export_it_industryfinal_29092016.pdf
2. Phillip J. Hatch. Technology Market Assessment: Ukraine 2016. [Elektronnij resurs] — Rezhim dostupu: <http://www.akholi.com/wp-content/uploads/2016/02/Ukraine-Technology-Exports-2016.pdf>
3. Soeren Grabowski. Barbara Weiten. Mariia Koleonidis. Chris Burgess. Anna Boyko. Digital Entrepreneurship in Ukraine. How Ukraine can build a world-class digital ecosystem. [Elektronnij resurs] — Rezhim dostupu: <http://outsourcingreview.org/digital-entrepreneurship-in-ukraine-report-analysis/>
4. Informacionnyye resursy i sistemy: realizacija, modelirovanie, upravlenie / Popov I.I. — M.: TPK «Al'jans». — 1996. — 408 s.

5. Transformacijni procesi ta ekonomichne zrostanja v Ukraïni / za red. akad. NAN Ukraïni V. M. Gejcsja. — Harkiv : Fort, 2003. — 440 s.
6. Ustenko S. V. Proizvodstvennye modeli naukoemki hpredprijatij / S. V. Ustenko // BiznesInform : nauchnyj informacionnyj zhurnal. — Har'kov : HNEU, 2006. № 11. — S. 95–101.

УДК 352.07:353.2

Фашевський М.І.,
д-р геогр. наук, професор
Білоконь І.В.,
канд. екон. наук, доцент
кафедра регіоналістики і туризму
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

РЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ТА МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

Fashevsky M.I.,
PhD Geographical Science,
Professor
Bilokon I.V.,
PhD Economics, Researcher,
Associate professor Department of regionalistics
and tourism at Kyiv National Economics
University by V. Hetman

REGIONAL ADMINISTRATION AND LOCAL GOVERNMENT: THEORETICAL FOUNDATIONS

Анотація. У статті розглянуто проблеми реформування системи місцевого самоврядування, створення децентралізованої моделі влади та вдосконалення механізмів формування та функціонування територіальних громад сіл, селищ та їх об'єднаних структур. Обґрунтовано пропозиції щодо поліпшення механізму формування об'єднаних територіальних громад, конкретизації цілей, які забезпечували б зростання рівня і якості життя населення з урахуванням особливостей і різноманітності типів об'єднаних територіальних громад, умов їх функціонування та врахування законодавства з питань державної політики регіонального розвитку.

Abstract. The article addresses the problem of reforming the system of local government, a decentralized model of government and improve the mechanisms of formation and functioning of territorial communities of villages, towns and their joint structures. Grounded proposals to improve the formation mechanism combined local communities, specifying objectives that would ensure the growth of quality of life and allowing for the diversity of types and united local communities, their operation conditions and taking into account legislation on the state policy of regional development.

Ключові слова: державне управління, регіональне управління, децентралізація, міське самоврядування, територіальна громада.

Keywords: public administration, regional administration, decentralization, local government, local community.