

підприємств дало можливість виявити та якісно оцінити диференціацію інвестиційної активності в областях України, різну інвестиційну привабливість, розбіжність між потенційною й реальною інвестиційною привабливістю, а також зональні диспропорції у масштабах інвестиційного процесу.

Отже, для розвитку кредитування аграрних підприємств доцільним є удосконалення інвестиційної діяльності та підвищення кредитоспроможності господарств. Розвиток іпотечного кредитування буде здійснюватися лише за умови прозорого ціноутворення на сільськогосподарські землі. У середньостроковій перспективі вартість землі буде становити близько чверті її грошової оцінки за умов наявності нормативно встановленого мінімального рівня орендної плати. Підвищенню інвестиційної привабливості та ефективності діяльності підприємств АПК необхідний стабільний інвестиційний клімат, державна непряма підтримка через передбачувану податкову, амортизаційну, цінову і кредитну політику. Доцільно продовжити зменшення облікової ставки за надані комерційними банками кредити. Перспективним напрямом подальшої активізації інвестиційної діяльності в АПК і, особливо в сільському господарстві, є технічне переоснащення підприємств, удосконалення технологій виробництва, зростання реінвестицій прибутку й амортизаційних відрахувань, створення економічних умов для іноземних інвестицій, стимулювання довгострокового банківського кредитування, розвитку лізингових відносин та іпотеки землі, а також залучення коштів населення.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Гаман П. І. Державний вплив на функціонування інвестиційного ринку в Україні // Інвестиції: практика та досвід. — 2011. — № 23. — С. 84–86.
2. Майданевич П. М. Методологічні засади оцінювання інвестиційної привабливості підприємств / П. М. Майданевич // Актуальні проблеми економіки. — 2012. — № 7. — С. 125.
3. Вінниччина у цифрах [Електронний ресурс]: стат. зб. — Вінниця, 2012. — 173 с. — Режим доступу : <http://www.agro-business.com.ua>
4. Інвестиційний портал Вінниччини [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.vininvest.gov.ua/ukr/aktiv/invest_kadr.html
5. Лопатюк Р.І. Стан інвестиційного забезпечення сільського господарства / Р.І. Лопатюк // Вісник Хмельницького національного університету. — Хмельницький, 2014. — № 2. — С. 120-124.
6. Ліндсей Ф.А. Перебудова в промисловості: Американський досвід [Текст] / Ф. А. Ліндсей, А. Франклин — К. : [б.в.], 1996.— С. 36 — Моніторинг економіки України.

УДК 657.471:339.187.44

ФРАНЧАЙЗИНГ: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

Макарович В.К., ст. викладач кафедри обліку і аудиту ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (Україна)
Климко Т.Ю., к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і аудиту ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (Україна)
Балог Ш.Ш., асистент кафедри обліку і аудиту ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (Україна)

Макарович В.К., Климко Т.Ю., Балог Ш.Ш. Франчайзинг: обліковий аспект.

В статті розглядається сутність франчайзингу, як своєрідного виду співпраці між суб'єктами господарювання, в рамках яких одна сторона (франчайзер) зобов'язується передати іншій стороні (франчайзі) за винагороду на визначений строк або без такого, комплекс виключних прав на використання торгового знаку, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і/або спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, а також інших об'єктів виключних прав, що охороняються законом. Визначено необхідність та доцільність укладання договору франчайзингу. Запропоновано порядок облікового відображення господарських процесів, пов'язаних із франчайзинговими взаємовідносинами, в системі рахунків бухгалтерського обліку відповідно у франчайзера та у франчайзі, залежно від умов оплати за отримані права користування нематеріальним активом. Закріплення даної методики обліку франчайзингових операцій в обліковій політиці дозволить підвищити якісний рівень їх проведення та відображення в обліку, а також забезпечити своєчасний контроль за станом їх здійснення.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, фандрейзинг, нематеріальний актив, роялті, паушальний платіж, франшиза, право користування, бухгалтерський облік.

Макарович В.К., Климко Т.Ю., Балог Ш.Ш. Франчайзинг: учетный аспект.

В статье рассматривается сущность франчайзинга, как своеобразного вида сотрудничества между субъектами ведения хозяйства, в рамках которых одна сторона (франчайзер) обязывается передать другой стороне (франчайзи) за вознаграждение на определенный срок или без такого, комплекс исключительных прав на использование торгового знака, фирменного наименования, услуг, технологического процесса и/или специализированного оборудования, ноу-хау, коммерческой информации, а также других объектов исключительных прав, которые охраняются законом. Определена необходимость и целесообразность заключения договора франчайзинга. Предложен порядок учетного отражения хозяйственных процессов, связанных с франчайзинговыми взаимоотношениями, в системе счетов бухгалтерского учета соответственно во франчайзера и во франчайзи, в зависимости от условий оплаты за полученные права пользования нематеріальным активом. Закрепление данной методики учета франчайзинговых операций в учетной политике позволит повысить качественный уровень их проведения и отражения в учете, а также обеспечить своевременный контроль за состоянием их осуществления.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, фандрейзинг, нематеріальний актив, роялті, паушальний платеж, франшиза, право пользования, бухгалтерский учет.

Makarovich V. Klimko T. Balog Sh. Franchising: accounting.

The article considers the essence of franchising as a form of cooperation between economic entities, in which one party (the franchisor) undertakes to transfer to another party (franchisee) for compensation for a specified period or without, the complex of exclusive rights to use a trademark, trade names, services, process and/or specialized equipment, know-how, commercial information, as well as other objects of exclusive rights protected by law. Identified the need and advisability of entering into a franchise agreement. Proposed order account the reflection of economic processes associated with franchise relations in the system of accounts in accordance franchisor and franchisee, depending on the conditions of payment for the right to use an intangible asset. Pinning this method of accounting for franchise operations in the accounting policy will allow to improve the quality of their execution and accounting, as well as to ensure timely monitoring of their implementation.

Keywords: franchising, franchisor, franchisee, fundraisin, intangible asset, royalty, lump-sum tax, franchise, record-keeping.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку вільної ринкової економіки дедалі загострюється конкурентна боротьба. Основними факторами, що визначають конкурентоспроможність суб'єкта господарювання, є якість та ціна запропонованої на ринку продукції. Ведення успішної діяльності можливе тільки за умов використання сучасного обладнання, найновіших технологій та запровадження ефективної системи організації і управління виробництвом, які забезпечують високу якість виготовлення продукції за умови її низької собівартості. Одним із перспективних шляхів покращення ринкового становища українських господарюючих суб'єктів та

підвищення їх конкурентоспроможності є співпраця з успішними фірмами на умовах франчайзингу.

Позитивні зміни, що намітилися за останні роки, в практичній діяльності на вітчизняному ринку франчайзингу поки що не підтримані аналогічними змінами в його науково-теоретичному забезпеченні. Нині мало якісної наукової літератури з питань франчайзингу. Майже відсутні монографічні дослідження цієї проблеми. При чому, та їх частина, яка є в наявності, пов'язана в більшій мірі з дослідженнями правових аспектів франчайзингової діяльності. Усе це свідчить про те, що питання облікового відображення франчайзингу поки що, не отримали в нашій країні належного науково-теоретичного розгляду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням франчайзингу присвячені дослідження таких вчених, як О.В. Золотова, О.Є. Кузьміна, О.П. Корольчук, І.В. Рикової, А.В. Цират, А.В. Череп та інших. Дослідження науковців, в своїй більшості, присвячені питанням розкриття інформації про роль франчайзингу в управлінні бізнес-процесами. Фрагментарно дослідження обліку франчайзингу розглянуто в працях Н.А. Борейко, О.В. Маковійчук, О.І. Недбайло, Ю.С. Серпенінової. При цьому залишається неврахованим та недостатньо дослідженим питання методики облікового відображення на рахунках бухгалтерського обліку франчайзингу для учасників даних операцій.

Мета наукової статті. Метою та завданням дослідження є розкриття облікової сутності франчайзингу, як особливого виду співпраці між підприємствами та обґрунтування методики відображення господарських операцій, пов'язаних із франчайзинговими відносинами, в бухгалтерському обліку.

Результати дослідження. Питання ефективності (результативності) франчайзингових операцій є центральними в процесі дослідження ролі і значення франчайзингу як способу управління поточною господарською діяльністю підприємств. У світі налічується більше двох тисяч франчайзингових мереж, що об'єднують близько 767 тисяч фізичних і юридичних осіб. Одна франчайзингова мережа може включати в середньому до 380 організацій. Міжнародна асоціація франчайзингу (МАФ) виділяє понад 75 підвидів франчайзингу [1].

Франчайзинг надає великі можливості для розвитку малого і середнього підприємництва за рахунок залучення в виді зовнішніх інвестицій реальних (матеріальних і нематеріальних) активів, а також застосування ефективних форм організації господарської діяльності. Однак, на сьогодні, не існує єдиного підходу до сутності франчайзингових операцій.

В наукових джерелах зустрічаються різні тлумачення поняття «франчайзинг». В процесі дослідження нами здійснено узагальнення та систематизація визначень поняття «франчайзинг», які наводяться вітчизняними науковцями та Міжнародною асоціацією франчайзингу. Результати дослідження наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Поняття «франчайзинг» в наукових літературних джерелах

№	Автор	Визначення
1	Маковійчук О.В. [2, С. 257]	Франчайзинг – договірні відносини, на основі яких одна сторона передає іншій стороні за платню на певний строк чи безстроково права на використання торговельної марки, фірмового найменування, ноу-хау тощо, надає їй консультативну чи технічну допомогу у виробництві і реалізації продукції, виконанні робіт і наданні послуг.
2	Момот Л.В. [3, С. 173]	Франчайзинг є системою взаємовигідних партнерських відносин, яка сполучає в собі елементи купівлі-продажу та в основному є самостійною формою договірних відносин незалежних господарюючих суб'єктів.
3	Роглев Х.Й. [4, С. 24]	Франчайзинг – це ліцензійна угода, метод ведення продажів, при якому окремому франчайзі-підприємству надається право надавати послуги під управлінням моделі маркетингу, що розроблена франчайзером.
4	Серпенінова Ю.С. [5, С. 257]	Франчайзинг – це передача права інтелектуальної власності франчайзером франчайзі на платних умовах.
5	Сухорська-Кравець У.Р. [6, С. 236]	Франчайзинг – це вид господарської діяльності, спрямований на просування товарів та послуг шляхом делегування функцій основної фірми операторам.
6	Міжнародна асоціація франчайзингу [1]	Франчайзинг – це угода або ліцензійні відносини між двома юридично незалежними сторонами, що передбачає отримання особою або групою осіб (франчайзі) права на продаж продукту або надання послуги, використовуючи товарний знак, фірмове найменування або методи роботи іншого бізнесу (франчайзера), у зв'язку з чим франчайзі зобов'язаний платити франчайзеру за отримані права, а франчайзер – забезпечити ці права та підтримку франчайзі.

Результати аналізу визначень сутності «франчайзингу», які пропонують вітчизняні науковці та Міжнародна асоціація франчайзингу дають можливість виокремити, що під франчайзингом розуміють спеціальну форму ліцензування, спосіб організації та функціонування бізнесу (підприємницької діяльності), ділове співробітництво, спосіб просування та збуту товарів і послуг, систему контрактних відносин.



Рис. 1. Механізм франчайзингу.

Франчайзинг можна розглядати як підвид фандрейзингу. Оскільки, під фандрейзингом розуміють залучення грошових коштів та інших ресурсів (людських, матеріальних, інформаційних тощо), які організація не може забезпечити самостійно, та які є необхідними для реалізації певного проекту або своєї діяльності в цілому [7]. Франчайзинг, в свою чергу, виступає організаційною формою залучення капіталу.

Вважаємо, що за своєю сутністю франчайзинг визначається як форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами, в рамках яких одна сторона (франчайзер) зобов'язується передати іншій стороні (франчайзі) за винагороду на визначений строк або без такого, комплекс виключних прав на використання торгового знаку, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і/або спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, а також інших об'єктів виключних прав, що охороняються законом.

З цього твердження виходить, що між контрагентами за домовленістю відбуваються економічні відносини, умови яких доцільно зафіксувати в документі, що має юридичну силу. Цей документ носить назву договір франчайзингу й укладається, щоб регулювати всі аспекти франчайзингових відносин. У типовому договорі зазначаються передані права на використання нематеріальних активів, умови їх використання, строк дії правового документу, умови та розміри оплати, відповідальність сторін договору у разі невиконання ними обов'язків, а також інші умови залежно від характеру переданих дозволів.

Взаємозв'язок між учасниками франчайзингу при здійсненні франчайзингових операцій зображено на рис. 1.

Залежно від предмету франчайзингу розрізняють наступні його види [8, С.129]:

- товарний франчайзинг (франчайзинг продукту або торгової марки) полягає в наданні права (франшизи) на продаж готового товару. При цьому франчайзером являється виробник цього товару, який передає його дилерові (франчайзі).

- виробничий франчайзинг (франчайзинг на виробництво продукції) припускає продаж фірмою, що володіє технологією виготовлення якогось-небудь продукту, початкової сировини підприємствам-франчайзі.

- діловий франчайзинг (франчайзинг бізнес-формату) зводиться до продажу франчайзером фізичним або юридичним особам ліцензії (франшизи) на право відкриття магазину або мережі магазинів для продажу покупцям набору продуктів і послуг під ім'ям франчайзера.

Об'єкт договору франчайзингу можна ідентифікувати серед інших активів як нематеріальні активи, використання яких перевищує 12 місяців. Важливим аспектом франчайзингових відносин є те, що при таких операціях передається тільки право на використання певних нематеріальних активів. Це означає, що не відбувається переходу права власності на зазначені об'єкти.

В нашому дослідженні розглянемо відображення в обліку операцій, пов'язаних зі створенням нематеріальних активів. При прийнятті НМА до обліку у франчайзера визначається його первісна вартість, в яку включаються усі витрати, пов'язані з придбанням або створенням об'єкту інтелектуальної власності.

Всі витрати відображаються на активному субрахунку 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів», а при введенні активу в експлуатацію (за умови відповідності критеріям визнання) списуються по кредиту на відповідний субрахунок синтетичного рахунку 12 «Нематеріальні активи» формуючи первісну вартість даного необоротного активу (табл.2).

Таблиця 2

Облік операцій зі створення нематеріального активу у франчайзера

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	Відображено фактичні витрати на створення нематеріального активу	154	20, 28, 66, 64
2	Відображено витрати згідно рахунків підрядників	154	631, 685
3	Відображено ПК із ПДВ за роботи, послуги сторонньої організації	641	631, 685
4	Введено в експлуатацію нематеріальний актив	12	154

Вартість створення торгової марки в обліку відображається по-іншому: витрати на створення торгових марок (товарних знаків) не визнаються активом, а підлягають відображенню у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені [9; п. 9]. Вважаємо що, витрати на створення торгової марки повинні відноситись до маркетингових витрат, тобто мають пряме відношення до збуту продукції, та всі такі витрати відображаються за дебетом рахунку 93 «Витрати на збут».

В момент надання права користування власними нематеріальними активами у франчайзера виникає довгострокове право грошової вимоги до франчайзі згідно з умовами договору, в якому зазначено загальну суму винагороди, дату проміжних платежів і термін дії договірних умов. Оскільки заборгованість погашатиметься частковими платежами протягом дії договору, то разом із визнанням дебіторської заборгованості виникатимуть доходи майбутніх періодів, які списуватимуться на інші доходи від операційної діяльності на розмір отриманих від франчайзі доходів.

Якщо франчайзинговим договором визначено, що франчайзі сплачуватиме винагороду у вигляді фіксованих відсотків від виручки (роялті), тоді загальна вартість франшизи наперед не відома. У такому випадку не може виникати дебіторська заборгованість, оскільки не можемо достовірно визначити її суми [10; п. 5]. Звідси виходить, що доходи тоді відразу нараховуються при настанні дати проміжкових виплат.

Специфічність відображення в обліку франчайзингових операцій полягає в тому, що у франчайзі не виникає право власності на нематеріальні активи, тобто він не має права відобразити їх у складі своїх активів. Враховуючи цю позицію, принципу повного висвітлення [11; ст. 4], отримані права на використання нематеріальних активів, як результати франчайзингових взаємовідносин, мають відобразитися на позабалансових рахунках. Нами рекомендується відкриття нового рахунку до класу 0 під назвою 012 «Права на використання нематеріальних активів, отримані від франчайзера»: збільшення залишку слід відображати при отриманні таких прав, а зменшення – при закінченні дії договору франчайзингу.

Отримання права на використання досліджуваного виду необоротних активів франчайзі відображає в обліку по дебету рахунку 39 «Витрати майбутніх періодів» одночасно із відображенням факту виникнення кредиторської заборгованості перед франчайзером. При здійсненні проміжкових виплат зменшуються як витрати майбутніх періодів, так і сума кредиторської заборгованості одночасно із віднесенням сплачених сум на витрати діяльності. Якщо витрати на виплату «плаваючих» роялті нараховуються після закінчення обумовленого в договорі проміжків часу, то такі витрати включаються до складу витрат звітного періоду.

Враховуючи вищевказане нами запропоновано наступний порядок відображення на рахунках бухгалтерського обліку господарських процесів, пов'язаних із франчайзинговими взаємовідносинами (табл.3).

Оскільки франчайзингові операції не передбачають переходу права власності на нематеріальні активи, то дані операції не підлягають оподаткуванню податком на додану вартість. Однак, досліджувані операції мають вплив на розмір податку на прибуток, оскільки операції спричиняють зміни у величині названого податку: у франчайзера виникає дохід, а в франчайзі — витрати на суму винагороди згідно з умовами договору франчайзингу.

Висновки та пропозиції.

Незважаючи на значні напрацювання, здійснені вченими, питанням визначення сутності франчайзингу та його місця в управлінні підприємством приділяється недостатньо уваги. Крім того, серед дослідників відсутня єдина позиція щодо сутності франчайзингу. Існуюча варіативність наукових підходів до визначення сутності поняття «франчайзинг» у його теоретичному та практичному аспектах підтверджує багатогранність та багатоаспектність даного поняття. Проведене дослідження дозволило визначити, що за своєю сутністю франчайзинг визначається як форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами в рамках яких одна сторона (франчайзер)

зобов'язується передати іншій стороні (франчайзі) за винагороду на визначений строк або без такого, комплекс виключних прав на використання торгового знаку, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і/або спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, а також інших об'єктів виключних прав, що охороняються законом. Таке твердження, в свою чергу, сприяє теоретичному обґрунтуванню підходів до раціональної організації обліку і здійснення контролю франчайзингових операцій.

Таблиця 3

Облік франчайзингових операцій

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
Облік операцій у франчайзера			
А – загальна сума винагороди наперед визначена			
1	Надано право на використання нематеріального активу франчайзі	183	69
2	Визнано дохід одночасно із зменшенням доходів майбутніх періодів	69	719
3	Зменшено довгострокову дебіторську заборгованість на суму нарахованих доходів	373	183
4	Отримано проміжкову винагороду від франчайзі згідно з умовами договору	311	373
В – винагорода сплачується у вигляді роялті			
1	Відображено нарахування доходів за поточний проміжковий період	373	719
2	Отримано роялті від франчайзі згідно з умовами договору	311	373
Облік операцій у франчайзі			
А – загальна сума винагороди наперед визначена			
1	Отримано право на використання нематеріального активу від франчайзера	39	685
2	Відображено отримане право на використання нематеріального активу від франчайзера	012	-
3	Визнано витрат одночасно із зменшенням суми витрат майбутніх періодів	23,91-94	39
4	Виплачено проміжкову винагороду франчайзеру згідно з умовами договору	685	311
В – винагорода сплачується у вигляді роялті			
1	Відображено витрати за плату роялті за поточний проміжковий період	23,91-94	685
2	Виплачено роялті згідно з умовами договору	685	311
3	Передано право на використання нематеріального активу франчайзеру при закінченні дії договору франчайзингу	-	012

Виходячи з того, що не існує єдиної закріпленої методики облікового відображення франчайзингу та оподаткування таких операцій, нами запропоновано пропозиції з удосконалення облікового відображення операцій франчайзингу в системі рахунків бухгалтерського обліку відповідно у франчайзера та у франчайзі. Закріплення даної методики обліку франчайзингових операцій в обліковій політиці дозволить, на наш погляд, підвищити якісний рівень їх проведення та відображення в обліку, а також забезпечити своєчасний контроль за станом їх здійснення.

Перспективним напрямком подальших досліджень є відображення результатів франчайзингових операцій у фінансовій звітності.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Міжнародна асоціація франчайзингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchise.org/what-is-a-franchise>
2. Маковійчук О.В. Сутність та економічні підходи до трактування поняття «франчайзинг» / О.В. Маковійчук // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. -2012. - № 2 (23). - С. 171-180.
3. Момот Л. В. Бухгалтерський облік франшизи / Л. В. Момот, О. В. Овдій // Наукові праці НУХТ. - 2010. - № 35. - С. 173-178.
4. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: навчальний посібник / Х.Й. Роглев. – К. : Кондор, 2005. – 408с.
5. Серпенінова Ю.С. Франчайзинг: сутність та порядок відображення в обліку / Ю.С. Серпенінова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький – 2014. – № 1. – С. 256-260.
6. Сухорська-Кравець У.Р. Франчайзинг як вид інноваційної діяльності підприємств в Україні / У.Р. Сухорська-Кравець // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки..-Хмельницький. - 2005. - №2,Т.1 -С. 236-239.
7. Жданова И.Ф. Англо-русский экономический словарь [Текст] / И. Ф. Жданова, Э. Л. Вартумян. - М. : Русский язык, 1995. - 873 с.
8. Родинова Н.П. Франчайзинг как способ организации эффективного бизнеса/ Н.П.Родинова, А.Н. Романова // Справочник экономиста. 2010. №5 (83). С. 128-136.
9. П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» від 18.10.1999р. № 242 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>
10. П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість» від 08.10.1999р. № 237 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99>
11. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999р. № 996 XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

УДК 339.926

СТРАТЕГИЯ ВОЗРОЖДЕНИЯ ЭКОНОМИКИ ДОНЕЦКОЙ ОБЛАСТИ В ПОСТ-КРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Макогон Ю.В., д.э.н., заведующий кафедры “Международная экономика” Донецкого национально университета, г. Винница, Украина
 Гудаков А. К., аспирант кафедры "Международная экономика" Донецкого национального университета, г. Винница, Украина

Макогон Ю.В., Гудаков О.К. Стратегія відродження економіки Донецької області в пост-кризовий період.

У статті розглядається стратегія відродження економіки Донецької області в пост-кризовий період. Стаття дає коротку характеристику соціально-економічної ситуації в Донецькій області за останній період. Наводиться аналіз промислово-господарської бази регіону, на сучасному етапі. Дається опису структури і динаміки розвитку малого та середнього бізнесу в регіоні. У статті наводиться SWOT аналіз області, на основі якого дається характеристика сильних і слабких сторін економічного розвитку регіону. Аналізуються основні загрози і можливості для реалізації економічного потенціалу області, в умови загострення політичної та економічної ситуації в регіоні. У статті