

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-21>

УДК 334.02

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК МУЛЬТИПЛІКАТОР ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ У СТРАТЕГІЧНО ПРІОРИТЕТНИХ СФЕРАХ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ, РЕГІОНУ Й ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

ENTREPRENEURSHIP AS A MULTIPLIER OF BUSINESS ACTIVITY IN STRATEGIC PRIORITY AREAS OF THE NATIONAL ECONOMY, REGION AND TERRITORIAL COMMUNITY

Кубіній Наталія Юріївнакандидат економічних наук, професор,
Ужгородський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5025-3434>**Белей Наталія Петрівна**старший викладач, аспірант,
Ужгородський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6452-6173>**Ножов Едвард Миколайович**аспірант,
Ужгородський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9281-6116>**Kubiniy Nataliya, Beley Natalia, Nozhov Edvard**
Uzhhorod National University

Доведено, що підприємництво доцільно розглядати як інструмент формування поточних та стратегічних конкурентних переваг для бізнесу, територіальної громади, регіону та національної економіки. Дослідження дозволяє стверджувати, що підприємництво виконує крім інших функцію мультиплікатора, тобто посилює активізацію діяльності у суміжних галузях економіки. Висвітлено, що найкращий результат буде отримано при інтеграції в межах одного підприємницького актора тих видів діяльності, що відносяться до стратегічних. Тому, інтеграція сільського господарства у вигляді фермерства та туризму в рамках одного підприємницького актора дозволяє останньому виконувати функцію мультиплікатора, що створює ефект синергії. Синергія в контексті даного дослідження – це явище, що відображає комбінований вплив підприємництва в туризмі з фермерством.

Ключові слова: підприємництво, інноваційне підприємництво, стратегічний розвиток, стратегічне управління, туризм, конкурентна перевага, фермерство, сільське господарство, регіональна економіка, національна економіка, територіальна громада, пріоритет.

Entrepreneurship is a phenomenon that combines the practical sphere of activity with the necessity and expediency of researching its theoretical depth. The purpose of the study is to deepen the theoretical content of entrepreneurship based on the study of its functional load within the strategic spheres of economic development. The study showed that entrepreneurship should be considered as a tool for the formation of current and strategic competitive advantages for the business itself, for the territorial community, for the region and the national economy. Modern scientific thought outlines the following functions of entrepreneurship: organizational function, resource function, and creative-innovative function. The conducted research allows us to state that entrepreneurship performs another strategically important function – the function of a multiplier, that means the following: it increases the activation of activities in related sectors of the economy. We believe and sure that the best result will be obtained by integrating strategic activities within one entrepreneurial actor. Thus, in Zakarpattia Oblast, as well as in other regions of Ukraine, tourism and agriculture are strategically selected. It is proved statistically that tourism and



agriculture are the important strategic branches of the world economy. That is why these areas that give the greatest multiplicative result can be prioritized. Therefore, the integration of agriculture in the form of farming and tourism within the framework of one entrepreneurial actor allows the latter to perform the function of a multiplier, which creates a synergy effect. Synergy in the context of this research is a phenomenon that reflects the combined impact of entrepreneurship in tourism with entrepreneurship-farming, that is, the result of their joint activity will be higher than the sum of the results of activities separately in tourism and separately in agriculture. In other words, business, community, region, country get an additional result without additional costs. Thus, the synergy effect is a strategic competitive advantage.

Key words: entrepreneurship, innovative entrepreneurship, strategic development, tourism, competitive advantage, farming, agriculture, regional economy, national economy, territorial community, priority.

Постановка проблеми. Одним з основних напрямів розвитку регіональної економіки, соціуму та бізнесу територіальних громад виступає підприємництво, котре забезпечує не тільки накопичення товарної маси, що переводить на новий рівень економіку території та її ринки, але й слугує розвитку соціального стану регіональної спільноти, що в сукупності формує системні та довготривалі конкурентні переваги. Підприємництво є феноменом, який поєднує практичну сферу діяльності з необхідністю та доцільністю дослідження його теоретичної глибини. Це обумовлене тим, що підприємництво, з одного боку, виступає сферою діяльності окремої людини, в процесі підприємницької діяльності окрема особа реалізує власні амбіції, життєві цілі та культурні цінності. З іншого боку, підприємництво – це економічне та соціально-інституційне явище, його ефективність залежить від оточуючого середовища, стану економіки та управління в регіоні, інтенцій територіальної громади та інших факторів, що в результаті або сприяє, або гальмує розвиток бізнесу.

Важливим аспектом успіху підприємництва та його позитивного впливу на розвиток економіки країни, регіону або територіальної громади є його розкрашування в стратегічно значимих сферах активності. Підприємництво виступає найбільш важливим інструментом розвитку стратегічно значимих видів діяльності, котрі озвучені як такі, що надають найбільшу кількість різноманітних бонусів територіальній громаді, регіону та країні в цілому. Все це обумовило актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему підприємництва вивчали вітчизняні та закордонні дослідники. Так, відомий британський дослідник підприємництва Крістос Калантарідіс у співавторстві (Zografia Vika, Christos Kalantaridis, 2020), розглядаючи поштовхи підприємництва, вважає, що «entrepreneurial choices, in our view, are influenced by meanings of place that are neither objective nor shared but individual: shaped by

direct experiences and through experiencing the experiences of others over a two-dimensional time (i.e. internally as part of an individual life 'journey' as well as externally as chronological events)» [7]. Д. Сагар з однодумцями (Dr. Sagar G., Dr. Byram Anand, Prof. Perumalla Varalaxmi, Dr. Aparna Singh, Dr. Shilpi Raj, 2023) доводить, що «understanding the impact of entrepreneurship on economic growth is crucial for policymakers, economists, and business leaders seeking effective strategies for sustainable development» [4]. Українські дослідники також залучені в дискусію про підприємництво, його теоретичне та практичне значення. Так, доцільно виділити Ю. Бажала, котрий досліджує важливість для розвитку України екосистеми й вважає, що потрібно «забезпечувати генерацію інновацій не лише на стадіях наукових, проектно-конструкторських і технологічних розробок, а й на фінальній стадії інноваційного циклу – комерціалізації створених нових наукових і технологічних знань» [8], що підкреслює роль підприємництва. В наших попередніх дослідженнях була розкрита роль інтенцій [3] в розвитку підприємництва та його успішної активності. Разом з тим, недостатньо вивченим є поведінка підприємництва як мультиплікатора розвитку стратегічних галузей регіональної та національної економік, до котрих віднесено в даному дослідженні туризм та аграрне виробництво.

Постановка завдання. Метою дослідження є поглиблення теоретичного контенту підприємництва на основі дослідження його функціонального навантаження в межах стратегічних сфер розвитку економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важелем соціально-економічного розвитку регіону виступає підприємництво, котре, за визначенням законодавства, виступає як «самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та

одержання прибутку» [9]. Наукова думка не сформувала єдину теорію підприємництва, причинами чого, як вважає А.Жигір, є «неоднозначність явища підприємництва упродовж всього процесу історичного розвитку; різноманітність методології та інструментарію досліджень; мінливість у мотивації діяльності підприємця; нечіткість розподілу функціональних особливостей діяльності підприємця і власника, підприємця і менеджера; відсутність соціальних характеристик прошарку підприємців» [10]. В межах даного дослідження вважаємо правомірним розглядати підприємство як інструмент формування поточних та стратегічних конкурентних переваг як для безпосередньо бізнесу, так і для територіальної громади, регіону, національної економіки. Підприємство відіграє такі ролі, котрі не притаманні іншим видам людської діяльності. По-перше, формує клас, коло людей, що спрямовані на розвиток, є мобільними й креативними, а це надає імпульс бізнесу на нано- або мікро-рівні. Історичний погляд на економіку показує, що в основі всіх якісних перетворень у сфері бізнесу лежить підприємство, пошук та реалізація нових ідей. По-друге, підприємство – це своєрідний колективний «кулак» територіальної громади, котрий створює базу для її якісного довготривалого функціонування та, відповідно, якісного життя членів громади. Підприємницька діяльність є основою фінансового благополуччя громади, що реалізується через його масштаби сум податків, що сплачуються в казну громади. По-третє, підприємство є основою розвитку регіональної економіки, що підтверджено прикладами регіональних досягнень, що привели до яскравого економічного тріумфу таких країн як США, Німеччина та ін. Практика показує, що депресивні регіони в будь-якій країні стають такими за причинами, серед яких найбільш впливовою є відсутність активного підприємницького впливу. Наступним моментом значення та ролі підприємства можливо відмітити вибір ним стратегічних пріоритетів розвитку, котрі створюють довготривалі конкурентні переваги. Так, вибір сфери діяльності як пріоритетного виду активності дозволяє підприємству застосовувати різноманітні стратегії: фокусування на витратах, диверсифікації лінійки послуг або товарів, виборі інноваційного спрямування в межах обраного виду діяльності і т.п.

Дія підприємства як інструмента реалізується через функції, котрі воно виконує. Підприємство виконує широке коло функцій,

серед яких традиційно виділяються наступні: А). Організаційна. В широкому розумінні передбачає здійснення планування, аналізу та контролю за бізнесом та оточенням. Б). Ресурсна. Підприємство є таким інструментом, котрий дозволяє залучити в бізнес ресурси в оптимальному обсязі та відповідної якості. В). Креативно-інноваційна. Існує думка, що «інноваційність стала основною функцією підприємця» [13]. Ми вважаємо інноваційність не функцією, а характерною рисою підприємства, котра визначає вказаний вид діяльності як такий, що слугує розвитку економіки, соціальної сфери, культури країни, регіону або окремої територіальної громади. Що стосується функції підприємства, рекомендуємо її визначати як комерціалізацію новацій, котра перетворює ідеї на інновацію. Це твердження обумовлене визначенням інноваційної діяльності, що представлено Законом про інноваційну діяльність в редакції 2023 року: «Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг» [11].

Крім вказаних функцій, підприємство виконує функцію мультиплікатора. Мультиплікатор в економіці вперше було застосовано Кейнсом, котрий, використовуючи ідеї Р.Кана про зайнятість та громадські роботи [2], запропонував методіку розрахунку впливу інвестицій на розвиток економіки, представив мультиплікатор як «коефіцієнт, що служить заходом помножуючого впливу позитивного зворотного зв'язку на вихідну величину керованої системи» [12].

В умовах сьогодення мультиплікатор застосовується достатньо широко не тільки для аналізу впливу інвестицій, але як інструмент розрахунку впливу певної активності бізнесу, галузей, регіонів або національної економіки на результати діяльності. Виділяються види економічної діяльності, в межах яких підприємство виконує функцію мультиплікатора. Серед таких галузей перше місце займає туристична діяльність, котра викликає активізацію бізнесу в готельній справі, ресторанному обслуговуванні, транспорті і т.д. Туризм є стратегічним напрямком розвитку економіки будь-якого рівня внаслідок свого значення та масштабування останнім часом. Доведене, що "tourism not only creates jobs in the tertiary sector, it also encourages growth in the primary and secondary sectors of industry. This is known as the multiplier effect which

in its simplest form is how many times money spent by a tourist circulates through a country's economy" [5]. Про масштабування туризму свідчать дані світової статистики. Так, тільки на східному напрямку відбувається значний приріст туристичної активності: "Several destinations reported extraordinary growth in arrivals in Q1 2023 versus Q1 2019, including Qatar (+98%), Saudi Arabia (+64%), Albania (+54%), Sint Maarten (+51%) and Ethiopia (+46%)..." [6]. Що стосується наших сусідів, "in Europe, some of the strongest results this period were reported by Albania (+56% over 2019), Andorra (+31%), Armenia (+30%), Liechtenstein (+19%) and Serbia (+17%)" [6].

Для подальшої активізації підприємництва як мультиплікатора у сфері туризму вважається за потрібне наступне: «розвинена індустрія туризму і інфраструктура регіону; наявність багатих туристичних екологічно чистих ресурсів; розвинена економіка регіону і його споживча сфера; високий туристичний імідж регіону; наявність імпортозамінних товарів і послуг; активний в'їзд і виїзд туристів в регіони» [15].

Другою стратегічною сферою розвитку економіки виступає сільське господарство, значення якого визначено наступними доказами. "The global agricultural production of primary crops grew by 54 percent between 2000 and 2021, as mentioned above, reaching 9.5 billion tonnes in 2021 that were used as food, feed or inputs to be transformed into products ranging from biofuels to cosmetics" [1]. Підприємництво у сфері сільського господарства у формі фермерства привносить нові ідеї та нові імпульси в процес аграрного виробництва, а «створюване на даному етапі аграрної реформи підприємницьке середовище сприяє формуванню нового господаря-підприємця на селі, який через володіння власністю на основі

особистої відповідальності та самостійно прийнятих рішень забезпечує для себе матеріальну вигоду, беручи одночасно на себе відповідальність за можливий ризик» [14].

Мультиплікативний ефект, як й в туризмі, у сфері агроекономіки полягає в активізації транспортних послуг, переробної промисловості, створення мережі логістичних хабів й т.д. В умовах інтеграції туризму та фермерства, мультиплікативний ефект посилюється за рахунок синергії, що утворюється шляхом, представленим на рис. 1.

Зона А відображає базовий стан підприємництва при об'єднанні туризму та фермерства. Зона В показує мультиплікативний вплив від активізації підприємництва у сфері туризму. Зона С візуалізує мультиплікативний ефект при активізації підприємцем фермерства. Зона L – це синергетичний, додатковий ефект, що отримує підприємницька структура внаслідок інтеграції туризму та фермерства. Синергія в контексті даного дослідження – це явище, котре відображає комбінований вплив підприємництва в туризмі з підприємництвом – фермерством, тобто результат їх спільної діяльності буде вище, ніж сума результатів діяльності окремо в туризмі та окремо в сільському господарстві. Синергія, що отримана підприємницьким актором, територіальною громадою, регіональною та національною економіками, надає стратегічні конкурентні переваги за рахунок додаткового ефекту. Крім цього, важливим фактором підвищення ефективності підприємництва та посилення його функції як мультиплікатора та синергії внаслідок поєднання туризму та аграрної сфер будуть наступні заходи регіональної влади. Впровадження стратегічного управління на системній основі, в межах якого одним з елементів системи буде конвергенція туризму та фермерства. Формування

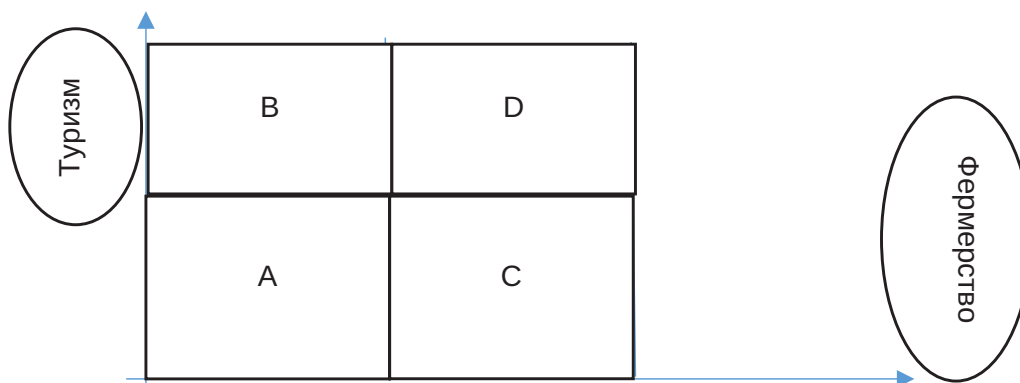


Рис. 1. Ефекти інтеграції фермерства та туризму

Джерело: складено Белей Н. П.

системного підходу до розвитку культури, в межах якої туризм й фермерство будуть займати вагоме місце внаслідок їх ролі в процесі людського розвитку регіону. Особливу увагу доцільно приділити роботі транспорту в регіоні. Однією з обструкцій у сфері транспортного обслуговування як туризму, так й аграрного виробництва є високі тарифи. Регіональній владі доцільно впровадити механізми мотивації впровадження транспортними організаціями гнучкої системи ціноутворення, котра буде сприяти підприємництву в туризмі та сільському господарстві. Таким чином, пріоритетними для інноваційного підприємництва, застосовує організаційні інновації, а також як наслідок для стратегічного розвитку бізнесу, громади, регіону, країни можуть бути визначені сфери діяльності, що дають найбільший мультиплікативний результат, що посилюється синергійним ефектом.

Висновки. Дослідження показало, що підприємництво доцільно розглядати як інструмент формування поточних та стратегічних конкурентних переваг для безпосередньо бізнесу, для територіальної громади, для регіону та національної економіки. Сучасна наукова думка окреслює наступні функції підприємництва: організаційну, ресурсну та креативно-інноваційну.

Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що підприємництво виконує функцію мультиплікатора, тобто посилює активізацію діяльності у суміжних галузях економіки. Вважаємо, що найкращий результат буде отримано при інтеграції в межах одного підприємницького актора видів діяльності, що відносяться до стратегічних. Так, в Закарпатській області, як й інших регіонах України, стратегічними виділені туризм та сільське господарство. Тому, інтеграція сільського господарства у вигляді фермерства та туризму в рамках одного підприємницького актора дозволяє останньому виконувати функцію мультиплікатора, що створює ефект синергії. Синергія в контексті даного дослідження – це явище, котре відображає комбінований вплив підприємництва в туризмі з підприємництвом – фермерством, тобто результат їх спільної діяльності буде вище, ніж сума результатів діяльності окремо в туризмі та окремо в сільському господарстві. Іншими словами, бізнес, громада, регіон, країна отримують додатковий результат без додаткових витрат. Таким чином, ефект синергії є стратегічною конкурентною перевагою.

В подальших дослідженнях заплановано побудувати модель стратегічного управління підприємництвом в регіоні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Agricultural production statistics 2000-2021 URL: <https://www.fao.org/3/cc3751en/cc3751en.pdf> (дата звернення: 07.11.2023).
2. Kahn P. The Relation of Home Investment to Unemployment. *The Economic Journal (Wiley-Blackwell)*. 1931. 41 (162): 173–198.
3. Kubiniy N., Kubiniy V. Intention for trust in a synergic economic system. *Стратегічні імперативи сучасного менеджменту*: зб. матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції [Електронний ресурс]. К.: КНЕУ, 2022. С.23-25. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/6770/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D1%96%20%D1%96%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B8%20%D1%81%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%83.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=23> (дата звернення: 15.10.2023).
4. Sagar G., Byram Anand, Perumalla Varalaxmi, Aparna Singh, Shilpi Raj. The Role of Entrepreneurship in Economic Growth and Development. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*. 2023. 10(1S.) pp. 5940–5955.
5. Tourism Multiplier Effect. Barselona Field Studies Center. URL: <https://geographyfieldwork.com/TouristMultiplier.htm> (дата звернення: 07.11.2023).
6. World Tourism Barometer. UNWTO. Volume 21. Issue 2. May 2023 URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/UNWTO_Barom23_02_May_EXCERPT_final.pdf?VersionId=gGmuSXLwfm1yoemsRrBI9ZJf.Vmc9gYD (дата звернення: 07.11.2023).
7. Zografia Bika, Christos Kalantaridis. Time, Entrepreneurial Experience(s), and the Meaning of Place: A Study of Migration Discontinuities. *Academy of Management proceedings*. Vol. 2020. № 1 URL: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/AMBPP.2020.14387abstract> (дата звернення: 07.11.2023).
8. Бажал Ю. М. Інноваційна екосистема як чинник забезпечення прогресивних структурних змін в економіці. *Наукові записки НаУКМА. Економічні науки*. 2022. Том 7. Випуск 1. С. 3–9. DOI: <https://doi.org/10.18523/2519-4739.2022.7.1.3-9> (дата звернення: 07.11.2023).

9. Господарський кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19–20, № 21–22, ст.144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 20.10.2023).
10. Жигір А. Сутність підприємництва та чинники його економічного розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 20. С. 28–33.
11. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 36, ст. 266 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 20.10.2023).
12. Кейнс Дж. М. Трактат про грошову реформу: Загальна теорія зайнятості, процента та грошей: реферат – дайджест. Асоціація укр. банків. Серія: Вершини економічної думки. Київ : АУБ, 1999. 189 с.
13. Луцяк В. Характеристики і функції підприємництва та деякі теоретико-методологічні завдання маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2014. № 2. С. 208–219.
14. Пархоменко Л. А., Фротер О. С. Аграрні проблеми та розвиток фермерства в українській економічній думці. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-94> (дата звернення: 07.11.2023).
15. Підвальна О. Г. Богуславська С. І. Оцінка економічного впливу індустрії туризму регіону: мультиплікативний ефект. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2021. Том 32 (71). № 3. С. 85–89. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/32_71_3/16.pdf (дата звернення: 07.11.2023).

REFERENCES:

1. Agricultural production statistics 2000–2021. Available at: <https://www.fao.org/3/cc3751en/cc3751en.pdf> (accessed November 07, 2023).
2. Kahn R. (1931) The Relation of Home Investment to Unemployment. *The Economic Journal* (Wiley-Blackwell). Vol. 41 (162), pp. 173–198. (In English)
3. Kubiniy N., Kubiniy V. (2022) Intention for trust in a synergic economic system. *Stratehichni imperatyvy suchasnoho menedzhmentu: zb. materialiv VI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*. K.: KNEU, pp. 23–25.
4. Sagar G/, Byram Anand, Perumalla Varalaxmi, Aparna Singh, Shilpi Raj (2023) The Role of Entrepreneurship in Economic Growth and Development. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*. Vol. 10(1S.), pp. 5940–5955. (In English)
5. Barselona Field Studies Center. Tourism Multiplier Effect. Available at: <https://geographyfieldwork.com/TouristMultiplier.htm> (accessed November 07, 2023).
6. UNWTO. (2023) World Tourism Barometer. Volume 21. Issue 2. Available at: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-05/UNWTO_Barom23_02_May_EXCERPT_final.pdf?VersionId=g-GmuSxIwfM1yoemsRrBI9ZJf.Vmc9gYD (accessed November 07, 2023).
7. Zografia Bika, Christos Kalantaridis. (2020) Time, Entrepreneurial Experience(s), and the Meaning of Place: A Study of Migration Discontinuities. *Academy of Management proceedings*. Vol. 1. Available at: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/AMBP.2020.14387abstract> (accessed November 07, 2023).
8. Bazhal Yu. M. (2022) Innovatsiina ekosystema yak chynnyk zabezpechennia prohresyvykh strukturnykh zmin v ekonomitsi [Innovative ecosystem as a factor of ensuring progressive structural changes in| the economy]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Ekonomichni nauky – Scientific notes of NaUKMA. Economic sciences*. Tom 7. Vol. 1, pp. 3-9. URL: <https://doi.org/10.18523/2519-4739.2022.7.1.3-9> (accessed November 07, 2023).
9. Hospodarskyi kodeks Ukrainy. (2003) Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR). Vol. 18–22, p. 144. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (accessed October 20, 2023).
10. Zhyhir A. (2015). Sutnist pidpriemnytstva ta chynnyky yoho ekonomichnoho rozvytku [The essence of entrepreneurship and factors of its economic development] *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience*. Vol. 20, pp. 28–33. (In Ukrainian)
11. Pro innovatsiinu diialnist: Zakon Ukrainy (2002) [About innovative activity: Law of Ukraine] vid 04.07.2002 №40-IV. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR). Vol. 36, pp. 266. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (accessed October 20, 2023).
12. Keins Dzh. M. (1999) Traktat pro hroshovu reformu: “Zahalna teoriia zainiatosti, protsenta ta hroshei”: referat – daidzhest [A Treatise on Monetary Reform: The General Theory of Employment, Interest, and Money: Abstract – Digest]. *Asotsiatsiia ukr. bankiv. Seriya: Vershyny ekonomichnoi dumky – Series: Peaks of economic thought*. Kyiv: AUB, 189 p.
13. Lutsiak V. (2014) Kharakterystyky i funktsii pidpriemnytstva ta deiaki teoretyko-metodolohichni zavdannia marketynhu [Characteristics and functions of entrepreneurship and some theoretical and methodological tasks of marketing] *Marketynh i menedzhment innovatsii – Marketing and innovation management*, vol. 2, pp. 208–219. (In Ukrainian)

14. Parkhomenko L. A., Froter O. S. (2021) Ahrarni problemy ta rozvytok fermerstva v ukrainskii ekonomichnii dumtsi [Agrarian problems and the development of farming in Ukrainian economic thought]. *Ekonomika ta suspiilstvo – Economy and society*. Vol. 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-94> (accessed November 07, 2023)
15. Pidvalna O.H. Bohuslavska S.I. (2021) Otsinka ekonomichnoho vplyvu industrii turyzmu rehionu: multiplikatyvnyi efekt [Assessment of the economic impact of the tourism industry in the region: the multiplicative effect]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Ekonomika i upravlinnia – Scientific notes of TNU named after V. I. Vernadskyi. Series: Economics and management*. Tom 32 (71). Vol. 3, pp. 85–89. Available at: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/32_71_3/16.pdf (accessed November 07, 2023).