



Розвиток сільських та периферійних територій

приток капіталу з різних джерел, вживати різноманітні заходи, спрямовані на вирішення низки соціальних, демографічних, кліматичних, техніко-технологічних, економічних проблем села, сприяти поширенню ділової ініціативи та розвитку підприємництва, раціоналізувати державну політику підтримки тощо.

Список літературних джерел:

1. Габор В. С. Розвиток малих форм господарювання в аграрному секторі / В. С. Габор // Агросвіт. – 2014. – № 21. – С. 18-21.
2. Збарський В. К. Малі форми господарювання як середовище формування середнього класу на селі / В. К. Збарський, Д. В. Грибова // Науковий погляд: економіка та управління. – 2019. – № 3. – С. 198-206. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2019_3_25.
3. Мазур А.Г. Тенденції економічного відтворення господарств населення в сільській місцевості / А.Г. Мазур, О.В. Дмитрик // Економіка. Фінанси. Менеджмент. – 2017. – № 2. – С. 55-68.
4. Малік М.Й. Тенденції і перспективи розвитку особистих селянських господарств / М.Й. Малік, О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2018. – № 1. – С.11-19.
5. Скрипник С. Категорії та критерії визначення малих форм господарювання на селі / С. Скрипник // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal* – 2016. – Vol. 2, № 2. – С. 27-35. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/areis_2016_2_2_5.
6. Статистична інформація // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Рогозян Ю.С., к.е.н.

Інститут економіко-правових
досліджень НАН України

СУЧАСНІ ПЕРЕДУМОВИ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПЕРИФЕРІЙНИХ ТЕРИТОРІЙ У СКЛАДІ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД УКРАЇНИ

Анотація. У дослідженні обґрунтовано необхідність позиціонування периферійних територій у складі об'єднаних територіальних громад, визначено економіко-правові передумови даного процесу. Розкрито значення позиціонування для периферійних територій об'єднаних територіальних громад в контексті їх сталого розвитку.

Ключові слова: передумови, позиціонування, периферійні території, об'єднані територіальні громади, сталий розвиток

Проблема дослідження та її актуальність. Динамічні інформаційно-технологічні зміни глобального середовища змушують замислюватися над питаннями формування позитивного іміджу не тільки суб'єктів міжнародного й



Розвиток сільських та периферійних територій

національного рівня, але й місцевого. Практика доводить, що за останні роки європейські адміністративно-територіальні одиниці активно імплементують положення розроблених маркетингових стратегій із метою створення позитивного іміджу території. Українські міста також дотримуються вищевказаних сучасних тенденцій та вже не перший рік активно реалізують заходи своїх маркетингових та комунікаційних стратегій, серед яких кращі практики мають Вінниця, Мелітополь, Яремче, Коломия, Енергодар, Івано-Франківськ, Кривий Ріг та Бердянськ [1]. Не дивлячись на наявність позитивного прикладу більших за розміром сусідів, новостворені в Україні адміністративно-територіальні одиниці першого рівня – об'єднані територіальні громади (далі – ОТГ) та території, що перебувають в їх складі, тільки розпочинають шлях до формування свого іміджу. Особливо важливим даний процес постає для периферійних територій українських ОТГ, оскільки адміністративно-територіальна віддаленість відсуває їх потреби на другий план. Вирішити дану проблему видається можливим завдяки грамотному позиціонуванню та формуванню позитивного іміджу віддалених територій ОТГ з метою підвищення їх конкурентоздатності та подальшого ефективного розвитку.

Предметом дослідження виступають теоретичні й прикладні аспекти визначення передумов позиціонування периферійних територій українських ОТГ.

Метою даного дослідження постає визначення сучасних передумов позиціонування периферійних територій ОТГ України. Для досягнення мети дослідження поставлено такі завдання: обґрунтувати необхідність позиціонування периферійних територій ОТГ; визначити економіко-правові передумови позиціонування периферійних територій ОТГ; розкрити значення позиціонування для периферійних територій об'єднаних територіальних громад в контексті їх сталого розвитку.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та реалізації завдань дослідження використано абстрактно-логічний метод (при обґрунтуванні необхідності позиціонування периферійних територій ОТГ); метод структурно-логічного аналізу (при визначенні економіко-правових передумов позиціонування периферійних територій ОТГ) та метод логічного узагальнення (при розкритті значення процесу позиціонування для периферійних територій ОТГ в контексті їх сталого розвитку).

Вихідні дані. В основу даного дослідження покладено положення теорії організації державної влади та місцевого самоврядування, наукові праці вітчизняних учених щодо позиціонування адміністративно-територіальних одиниць локального рівня, чинні нормативно-правові акти, звітні дані регіонів та ОТГ України, ресурси і видання мережі Internet, результати власних досліджень і розробок.

Результати дослідження. В сучасних умовах господарювання все більшого значення набувають дослідження, пов'язані з проблематикою сприйняття тієї чи іншої території її мешканцями, представниками наукового й підприємницького середовища та іншими стейкхолдерами, що прямо пов'язано з рівнем залучення внутрішніх та зовнішніх коштів до адміністративно-територіальної одиниці,



Розвиток сільських та периферійних територій

оскільки незнайома, а відтак – ненадійна місцевість викличе, найімовірніше, сумніви та питання, аніж бажання в неї інвестувати кошти.

Безперечно, імідж будь-якої території може сприйматися як позитивно, так і негативно, проте в більшості випадків виділення абсолютно крайніх позицій є неможливим через наявність великого набору кількісних та якісних характеристик, які можна трактувати як здобутки, так і прорахунки. Усвідомлення мешканцями периферійних територій ОТГ, представниками бізнес-структур та іншими внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами наявності таких сукупних характеристик і формуватиме репутацію даної місцевості. С. Пепчук зазначає в своєму дисертаційному дослідженні, що територія, яка має слабо виражену позитивну репутацію, потребує не просто активного розвитку позитивних характеристик, а дієвої стратегії позиціонування з комплексом заходів щодо закріплення позитивних характеристик і можливостей нівелювання негативних. Метою такої стратегії є формування стійкого позитивного іміджу, який, своєю чергою, відкриє новий виток розвитку місцевості вже з вираженою позитивною репутацією. Тобто, стійкий позитивний імідж можна «конвертувати» в репутаційний капітал і прями інвестиції [2].

У даному контексті важливо підкреслити необхідність формування позитивного іміджу саме для периферійних територій, що перебувають у складі ОТГ, оскільки вони виступають важливими складовими первинної адміністративно-територіальної ланки, з якою насамперед контактують інші суб'єкти місцевої влади й господарювання з метою консолідації зусиль (зокрема й фінансових) для вирішення спільних проблем. Очевидним є той факт, що найбільш привабливою територією, навіть якщо вона знаходиться на периферії громади, для залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій постає та, що володіє унікальними ресурсами й можливостями та вміє їх вигідно подати оточуючим.

Оскільки пріоритетним напрямом зовнішньополітичного курсу України постає процес її інтеграції до Європейського Союзу, в рамках якого наша країна зобов'язана гармонізувати свою законодавчу базу з європейською, в тому числі в контексті впровадження принципів сталого розвитку, що формує економіко-правові передумови позиціонування не тільки для регіонів, але й для ОТГ та їх складових частин. Положеннями чинної Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» передбачено реалізацію програми популяризації України в світі та просування її інтересів у світовому інформаційному просторі в якості одного з першочергових пріоритетів. Так, згідно зі стратегією впродовж 2020 року буде акцентуватися увага на створенні позитивного іміджу всієї країни та її адміністративно-територіальних елементів, формуванні і просуванні бренд-меседжів: Україна – країна свободи і гідності; Україна – країна, що реформується, незважаючи на виклики; Україна – хаб для інвестицій; Україна – країна високих технологій та інновацій; Україна – країна, приваблива для туризму; Україна – країна із визначними культурними та історичними традиціями [3].



Розвиток сільських та периферійних територій

Дані тези знайдуть своє обов'язкове продовження в Стратегії сталого розвитку України до 2030 року, проєкт якого розроблено представниками Програми розвитку ООН в Україні та Глобального екологічного фонду в рамках проєкту "Інтеграція положень Конвенцій Ріо в національну політику України" та прийнято за основу. Так, положеннями проєкту передбачено необхідність узгодження стратегій розвитку регіонів, міст і територіальних громад зі Стратегією сталого розвитку України з метою забезпечення гармонійного поєднання загальнонаціональних, регіональних і місцевих інтересів (в рамках операційної цілі 4.3. Зробити міста та населені пункти інклюзивними, безпечними, життєстійкими та збалансованими) [4]. Також нормами "Методичних рекомендацій щодо формування і реалізації прогностичних та програмних документів економічного та соціального розвитку об'єднаної територіальної громади" [5] зазначено про необхідність формування Плану розвитку кожної громади та її складових адміністративно-територіальних частин з урахуванням принципу сталого розвитку.

Важливо зазначити, що ОТГ, а тим більше, їх периферійні території, не зможуть імплементувати всі 17 глобальних та національних цілей сталого розвитку до своїх основних документів – стратегій розвитку з огляду на той факт, що деякі з цілей постають більш актуальними для національного рівня. Окрім цього, можливості місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо запровадження цілей сталого розвитку мають обмеження відповідно до встановлених повноважень. Проте, конкретні пріоритети сталого розвитку периферійних територій ОТГ можна визначити згідно з класичною тріадою компонентів: економічних, соціальних, екологічних, що є характерними для кожної адміністративно-територіальної одиниці першого рівня та які допоможуть територіям зорієнтуватися на шляху обрання основних напрямів свого позиціонування.

Окрім цього, вищевказані пріоритети реалізації чинної стратегії сталого розвитку та публічні заяви представників новоствореного уряду (зокрема, Міністерства закордонних справ України та Міністерства розвитку громад і територій України) також акцентують увагу на гострій необхідності формування позитивного іміджу на рівні периферійних територій ОТГ як найменш захищених елементів реформи децентралізації влади. Проте, у зв'язку з відсутністю в Україні аналітичних досліджень, пов'язаних з обґрунтуванням механізмів та кроків формування позитивного іміджу вищевказаних одиниць, важливо залучати до процесу їх позиціонування експертів наукового та професійного середовища, які зможуть розтлумачити представникам місцевої влади та мешканцям сутність та конкретні вигоди процесу позиціонування.

Власна імплікація отриманих результатів дослідження. Резюмуючи вищевказане, необхідно констатувати, що передумови для позиціонування периферійних територій ОТГ вже сформувалися, оскільки економіко-правові та адміністративно-територіальні аспекти життєдіяльності провокують віддалені території вживати рішучих дій з метою їх ефективного економічного та соціального



Розвиток сільських та периферійних територій

розвитку. З огляду на той факт, що периферійні суб'єкти господарювання в ОТГ отримують фінансову та організаційну допомогу за залишковим принципом, вкрай важливо для такої території віднайти унікальні характеристики, що допоможуть стати конкурентоздатними як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, віднайти точки зростання та зміцнення свого економічного потенціалу. Кожна периферійна адміністративно-територіальна одиниця має велику кількість своїх особливостей життєдіяльності та розвитку, тому подальші наукові та аналітичні дослідження в контексті даної тематики повинні бути спрямовані на визначення конкретних параметрів позиціонування територій ОТГ крізь призму реальних очікувань від цільових груп її споживачів (ключових стейкхолдерів), а також конкурентних та унікальних переваг самої місцевості. Оскільки позиціонування являє собою розробку та створення іміджу території таким чином, щоб він зайняв у свідомості стейкхолдерів гідне місце, відмінне від стану територій-конкурентів, очевидно, що параметри позиціонування повинні бути зрозумілими всім зацікавленим сторонам та, водночас, надаючи можливості конкретній громаді стати кращою або унікальною в якійсь сфері життєдіяльності.

Список літературних джерел:

1. Брендинг і маркетинг територій. У чому секрет найбільш успішних міст в Україні? Федерація канадських муніципалітетів/Проект міжнародної технічної допомоги "Партнерство для розвитку міст", 2019. – 58 с.
2. Пепчук С.М. Позиціонування регіону в системі конкурентних відносин: дис. ... канд. екон. наук. Черкаси: Черкаський державний технологічний університет, 2016. – 341 с.
3. Про Стратегію сталого розвитку "Україна - 2020": Указ від 12 січня 2015 року № 5//База даних "Законодавство України"/Адміністрація Президента України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
4. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року: проєкт. Представництво Програми розвитку ООН в Україні (UNDP), Представництво Глобального екологічного фонду (GEF). Київ, 2017. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf
5. Методичні рекомендації щодо формування і реалізації прогнозних та програмних документів економічного та соціального розвитку об'єднаної територіальної громади: Наказ Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України від 30.03.2016 № 75//База даних "Законодавство України"/ВР України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0075858-16>