


doi: <https://doi.org/10.15407/econlaw.2019.01.044>

УДК 332


В.А. УСТИМЕНКО, член-кор. НАН України, член-кор. НАПрН України,
д-р юрид. наук, проф., Заслужений юрист України, директор
Інститут економіко-правових досліджень НАН України, м. Київ, Україна

 orcid.org/0000-0002-1094-422X

І.В. ЗАБЛОДСЬКА, д-р екон. наук, проф., директор
Луганська філія Інституту економіко-правових досліджень НАН України, м. Сєверодонецьк, Україна

 orcid.org/0000-0002-1410-6194


С.О. БУРБЕЛО, провідний економіст
Луганська філія Інституту економіко-правових досліджень НАН України, м. Сєверодонецьк, Україна

 orcid.org/0000-0001-5558-8989

Д.В. ЗАБЛОДСЬКА, економіст
Луганська філія Інституту економіко-правових досліджень НАН України, м. Сєверодонецьк, Україна

 orcid.org/0000-0002-5670-597X

П.О. САЄНКО, економіст
Луганська філія Інституту економіко-правових досліджень НАН України, м. Сєверодонецьк, Україна

 orcid.org/0000-0002-0205-8359

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ

Ключові слова: ідентифікація, позиціонування, об'єднані територіальні громади, методичний інструментарій.

Викладено науково-практичне обґрунтування розробки методичного інструментарію ідентифікації та позиціонування об'єднаних територіальних громад. Розроблено структурно-логічну схему обґрунтування розробки такого інструментарію для об'єднаних територіальних громад Луганської та Донецької областей, сформовано перелік комплементарних аналітичних процедур. До методичного інструментарію віднесено: методичні рекомендації щодо ідентифікації об'єднаних територіальних громад України; карти позиціонування об'єднаних територіальних громад Луганської та Донецької областей; методичні рекомендації щодо позиціонування об'єднаних територіальних громад Луганської та Донецької областей.

Актуальність. Виклики, що постають сьогодні перед Україною, зумовлюють необхідність розвитку об'єднаних територіальних громад (ОТГ), які вже сформувалися відповідно до законодавства України задля реалізації державної регіональної політики. Реформа влади, розпочата в Україні 2014 року, призвела до створення понад 800 ОТГ, які зіткнулися з багатьма викликами, зокрема з відсутністю ідентифікації самих громад через велику їхню кількість та через брак унікальних назв і плутанину в назвах ОТГ та регіонів, де вони створені. Наприклад, у Донецькій області створено Черкаську ОТГ і Миколаївську ОТГ, в Чернігівській області створено Макіївську ОТГ (назва міста в Донецькій області), у Донецькій, Луганській і Одеській областях створено Лиманські ОТГ [1].

© В.А. УСТИМЕНКО,
І.В. ЗАБЛОДСЬКА,
С.О. БУРБЕЛО,
Д.В. ЗАБЛОДСЬКА,
П.О. САЄНКО, 2019

Процес розвитку ОТГ передбачає розробку стратегічних документів (стратегій розвитку) та інших нормативно-правових актів локального характеру. Але на практиці у багатьох ОТГ виникли питання щодо власної ідентифікації, тобто визначення унікальних ознак, притаманних лише даній громаді, які мають бути покладені в основу розробки стратегій їхнього розвитку. Законодавство здебільшого врегульовує правові та економічні аспекти процесу розвитку ОТГ, а питання ідентифікації та позиціонування залишаються малодослідженими.

Через вищевказані обставини виникає потреба розробки відповідного методичного інструментарію ідентифікації та позиціонування об'єднаних територіальних громад, але спочатку доречно сформулювати набір критеріїв ідентифікації ОТГ, а потім — ознаки, які дадуть змогу визначити унікальність тієї чи іншої громади. Це допоможе сформулювати максимально ефективну позицію відповідної ОТГ серед багатьох інших. Для позиціонування ОТГ своєчасним є використання економічних, соціальних та екологічних переваг, аналіз та оцінка яких здійснюватимуться за результатами якісних та глибоких теоретичних і практичних досліджень у контексті концепції сталого розвитку.

Необхідність ідентифікації та позиціонування особливо відчувають ОТГ, наближені до зони конфлікту на Сході України (в Луганській і Донецькій областях). Сьогодні ці громади ідентифікуються тільки завдяки назвам, які співпадають із назвами міст або селищ у областях, де вони сформовані, і тому позиціонуються вони лише як ОТГ, що наближені до зони конфлікту. Розробка методичного інструментарію ідентифікації та позиціонування ОТГ Луганської та Донецької областей є дуже актуальною та своєчасною, бо існує нагальна потреба у репозиціонуванні цих ОТГ задля їхнього подальшого ефективного розвитку.

Аналіз останніх досліджень. Термін позиціонування був уведений наприкінці 1970-х рр. Джеком Траутом і Елом Раесом у книзі «Позиціонування. Битва за розуми» (*Positioning: The Battle for Your Mind*), виданій у США в 1980 р. [2, 3]. Філіп Котлер, ґрунтуючись на їхніх працях, виділяє такі види позиціонування: атрибутивне позиціонування, позиціонування переваг, позиціонування застосування, угода позиціонування, конкурентне позиціонуван-

ня, позиціонування категорії, позиціонування якості / престижу, цінове позиціонування. Позиціонування переваг є найпоширенішим видом позиціонування в конкурентному світі [4, с. 121].

Розуміючи сутність глобальної конкуренції за ресурси, ринки збуту, споживачів тощо, сучасні науковці спрямовують зусилля на пошук критеріїв ідентифікації та ефективного позиціонування територій. Сьогодні вже існує вітчизняний досвід вирішення цієї проблеми.

Баранівська міська ОТГ Житомирської області — чи не перша об'єднана громада, яка має не лише стратегію розвитку, але й власну айдентику. У її розробці громаді допоміг Інститут громадянського суспільства у рамках упровадження проекту «Підтримка розбудови інституційної спроможності об'єднаної територіальної громади» за фінансової підтримки «Вестмінстерської фундації за демократію» (Лондон, *SWIP 1RT*, Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії) [5]. Цікавий досвід ідентифікації та позиціонування ОТГ знайшли на Буковині. Там пройшла медіа-школа «Агенти громад» — проект ТРК Буковина спільно з громадською організацією «Буковинський центр виборчих технологій». У рамках проекту представники об'єднаних громад разом із професійними журналістами готували презентації унікальних характеристик своїх ОТГ [6].

У колі вітчизняних науковців НАН України: В.А. Устименка, І.В. Заблудської, Ю.С. Рогозян, С.І. Гречаної [7—10] також усвідомлена необхідність виконання досліджень, спрямованих на формування методичного інструментарію ідентифікації та позиціонування ОТГ.

Метою статті є обґрунтування розробки методичного інструментарію ідентифікації та позиціонування об'єднаних територіальних громад Луганської та Донецької областей.

Результати досліджень. Ідентифікація ОТГ (від лат. *indenticus* — тотожній, *facio* — роблю [11]) — це процедура встановлення схожості / відмінностей ОТГ за допомогою визначених критеріїв і відповідних ознак, комбінування яких і відбиває унікальність конкретної ОТГ на фоні інших. Ідентифікація ОТГ потрібна для визначення унікальних характеристик, притаманних саме цій громаді, задля проведення *SWOT*-аналізу та розробки стратегії розвитку ОТГ. Логічним завершенням пла-

нування розвитку ОТГ є її позиціонування — наявне або бажане сприйняття суспільством (стейкхолдерами) переваг ОТГ, які можуть бути досягнуті (розвинуті) за результатами реалізації стратегії розвитку ОТГ і за допомогою бренду та / або айдентики.

Ідентифікація та позиціонування ОТГ мають відбуватися за такими основними напрямками: визначення та використання переваг ОТГ, формування її привабливості для інвесторів, жителів, суб'єктів господарювання, кваліфікованих кадрів шляхом виявлення позитивних відмінностей ОТГ від інших громад. Саме через ці завдання, які сьогодні актуалізувалися завдяки процесу децентралізації, використання інструментів ідентифікації та позиціонування — на часі. Особливо це стосується ОТГ, створених на територіях Луганської та Донецької областей, оскільки вони мають принципові відмінності у позиціонуванні і потребують допомоги з боку науковців. До визначення критеріїв ідентифікації та параметрів позиціонування ОТГ мають бути максимально залучені мешканці громади, представники бізнесу, громадянського суспільства, експерти. У процес має бути включено багато різних людей, думок, ідей. Тільки тоді може з'явитися ідея, яка виділить громаду серед інших, а головне — сформує у більшості мешканців відчуття причетності до життя своєї ОТГ, до її майбутнього. Усе це не лише згуртовує громаду, але й збільшує її бюджет, адже такою територією більше починають цікавитися інвестори тощо. Економічна значущість вдалого позиціонування ОТГ проявляється у збільшенні її доходів та підвищенні спроможності громади унаслідок додаткового надходження інвестицій, активізації підприємницької діяльності, збільшення обсягів продажу брендіваних товарів.

Позиціонування об'єднаної громади (території, регіонів, міст) передбачає врахування її відмінностей від усіх інших ОТГ та акцентування уваги саме на її перевагах. Безперечно, що візуальна приваблива та сучасна символіка відіграє ключову роль для позиціонування, проте найвдалішим інструментом у даному контексті стає створення бренду (процес брендуння), який має нематеріальний образ і який неможливо зруйнувати зовнішніми факторами. Наприклад, бренд «Париж — місто закоханих!» провокує закоханих зі всього світу

приїздити саме туди, а бренд «Америка — це свобода!» приваблює людей до країни через безмежні можливості [12]. Варто також звернути увагу на досвід Польщі в даному контексті. Польські міста почали активно шукати свою ідентичність на кілька десятиліть пізніше, ніж найбільші європейські метрополії, тому їхні бренди відносно слабші. Так, відповідно до рейтингу європейських міст за силою бренду (розглянуто 72 міста Європи з населенням понад 450 000 жителів), польські міста зайняли такі позиції: Краків (18 місце, 63 бали), Вроцлав (20 місце, 61 бал), Варшава (28 місце, 52 бали), Лодзь і Познань (32 місце, по 48 балів), Гданськ (37 місце, 39 балів). Одні міста визначали свою ідентичність дуже побіжно, без глибокого аналізу того, що їх насправді вирізняє. Скажімо, Вроцлав використав ідею позиціонувати себе як місто проповіді святого Йоана Павла II у 1997 р. під час відправи її в місті. Частина міст, однак, сягнула глибше, визначаючи свої унікальні особливості. З метою ефективного позиціонування міст польські експерти часто використовують піраміду ідентичності — інструмент, що визначає такі базові параметри [13, с.102—106].

На даний момент повністю реалізованого успішного проекту з позиціонування території в Україні через її бренд не існує. Однак є успішні спроби у формуванні туристичного бренду. Найперший приклад — Львів. Буквально за кілька років він став містом-казкою, який притягує юрми туристів. Зовсім недавно щось подібне розпочато у Вінниці, знаменитої своїм фонтаном та міським трамваем.

На рис. 1 подано структурно-логічну схему обґрунтування розробки методичного інструментарію ідентифікації та позиціонування ОТГ Луганської та Донецької областей.

Схема на рис. 1 містить нормативно-правову складову, яка охоплює: Наказ Міністерства регіонального розвитку, будівництва та ЖКГ України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо формування і реалізації прогнозних та програмних документів соціально-економічного розвитку об'єднаної територіальної громади» від 30.03.2016 № 75, Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку розроблення регіональних стратегій розвитку і планів заходів з їх реалізації, а також проведення моніторингу та оцінки результативності реалізації зазначених

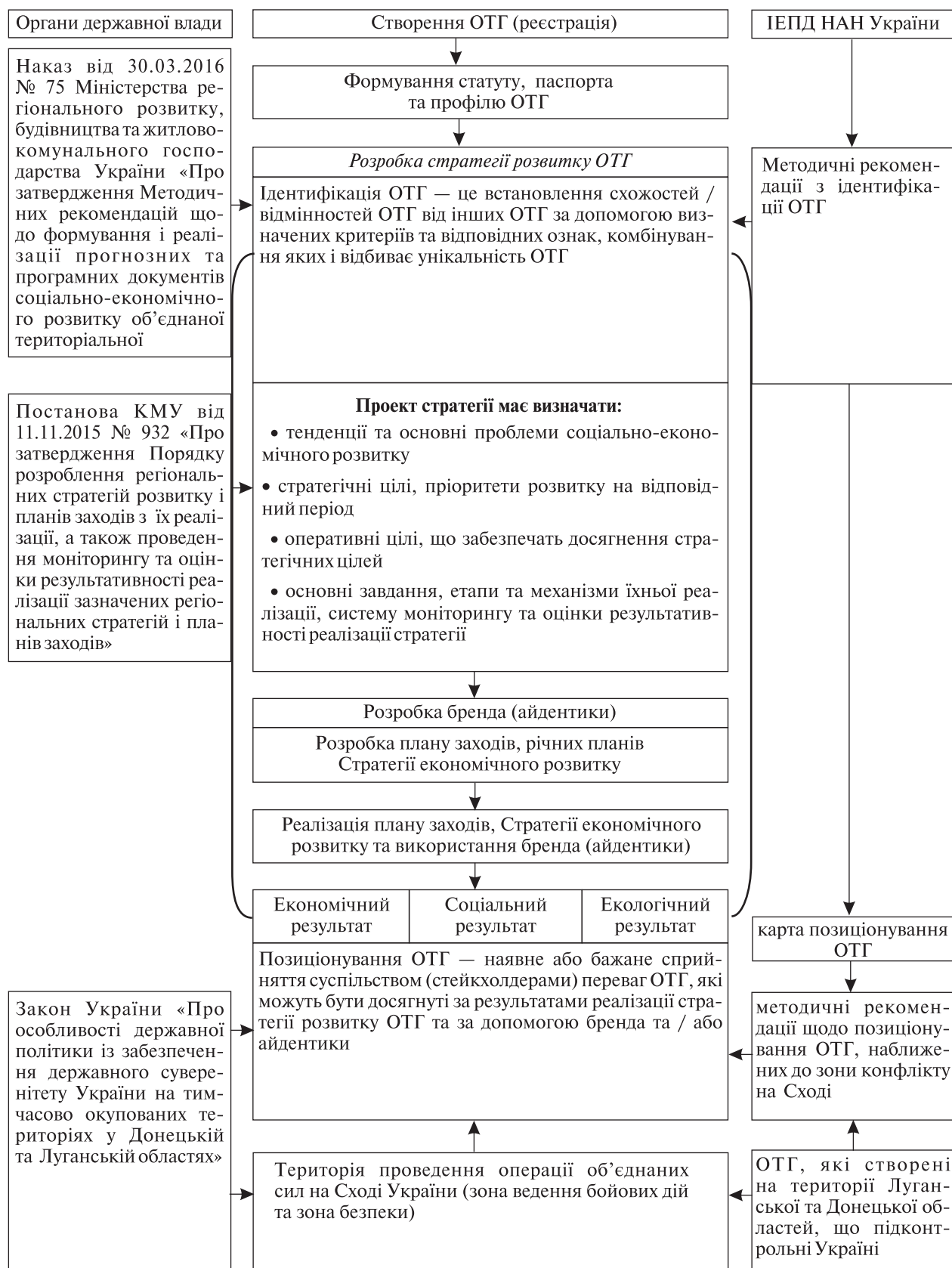


Рис. 1. Структурно-логічна схема обґрунтування розробки методичного інструментарію ідентифікації та позиціонування ОТГ Луганської та Донецької областей

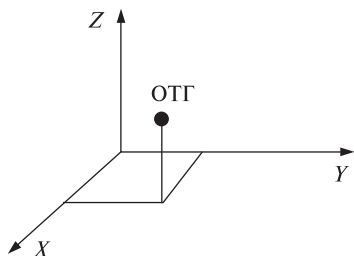


Рис. 2. Підхід до побудови карти позиціонування ОТГ, де осі — це параметри позиціонування ОТГ: X — економічний; Y — соціальний; Z — екологічний

регіональних стратегій і планів заходів» від 11.11.2015 № 932 і Закон України «Про особливості державної політики із забезпечення державного суверенітету України на тимчасово окупованих територіях у Донецькій та Луганській областях» від 18.01.2018 № 2268-VIII.

Теоретичною основою методичного інструментарію ідентифікації та позиціонування ОТГ Луганської та Донецької областей є сукупність способів і принципів наукового пізнання, загальних і спеціальних методів та прийомів. У ході формування методичного забезпечення ідентифікації та позиціонування ОТГ Луганської та Донецької областей мають бути використані положення теорії децентралізації, теорії позиціонування, теорії соціальної самоорганізації, методи матричного, картографічного, факторного, компаративного, статистичного, ситуаційного аналізу та підходи: системний, комплексний, структурно-логічний, процесний та інші методичні інструменти.

Отже, задля проведення ідентифікації та позиціонування ОТГ Луганської та Донецької областей пропонуємо такі комплементарні аналітичні процедури: узагальнення досвіду європейських країн щодо використання інстру-

ментів ідентифікації та позиціонування ОТГ; узагальнення вітчизняного досвіду щодо використання інструментів їхньої ідентифікації та позиціонування; запровадження моніторингу стратегій розвитку ОТГ на Сході України в контексті використання інструментів ідентифікації та позиціонування; обґрунтування та визначення критеріїв ідентифікації ОТГ України; розроблення методичних рекомендацій щодо ідентифікації ОТГ України; побудування карти позиціонування ОТГ Луганської та Донецької областей; розроблення методичних рекомендацій щодо позиціонування ОТГ Луганської та Донецької областей.

Під час розробки методичних рекомендацій щодо ідентифікації ОТГ України для визначення критеріїв та ознак доцільно використовувати принцип *maxmin* (таблиця).

Кількісні значення ознак при цьому мають бути встановлені за результатами емпіричних досліджень.

Ще одним методичним інструментом є карти позиціонування ОТГ — картографічний інструмент визначення позицій ОТГ за перевагами в економічній, екологічній та соціальній сфері, які досягнуті завдяки реалізації стратегії розвитку ОТГ, використанню брендів та / або айдентики. Карти позиціонування ОТГ варто будувати за допомогою тривимірної системи координат (рис. 2).

Науково-практичне обґрунтування розробки методичного інструментарію ідентифікації та позиціонування ОТГ і сформований перелік комплементарних аналітичних процедур дали змогу виокремити такі методичні інструменти: методичні рекомендації щодо ідентифікації ОТГ України; карти позиціонування ОТГ Луганської та Донецької областей; мето-

Застосування принципу *maxmin* для визначення критеріїв та ознак

Критерії	Ознаки			
Географічний / територіальний	Регіон розташування ОТГ	Площа ОТГ	Кількість населених пунктів ОТГ	...
Економічний	Обсяг доходів ОТГ	Середня заробітна плата	Кількість підприємств	...
Соціальний	Кількість опорних шкіл	Кількість лікарень	Чисельність внутрішньо переміщених осіб	...
Демографічний	Чисельність населення	Чисельність пенсіонерів
Історичний	Наявність історичних пам'яток	Кількість музеїв
...

дичні рекомендації щодо позиціонування ОТГ Луганської та Донецької областей. Використання запропонованих методичних інструментів допоможе регіональним органам влади, органам місцевого самоврядування, ОТГ готувати та реалізовувати обґрунтовані управлінські рішення щодо розвитку ОТГ у зв'язку зі Стратегіями їхнього розвитку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Децентралізація дає можливості. URL: <https://decentralization.gov.ua/gromada> (дата звернення: 10.10.2018).
2. Ries A., Trout J. Positioning. The Battle for Your Mind. McGraw-Hill Education, 2001. 224 p.
3. Траут Дж., Райс Ел. Новое позиционирование. СПб.: Питер, 2002. 115 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер, 2006. 146 с.
5. Інститут громадського суспільства. URL: www.csi.org.ua (дата звернення: 10.10.2018).
6. Буковинський центр виборчих технологій. URL: <https://ca.ligazakon.net/document/26035846/balances> (дата звернення: 10.10.2018).
7. Досвід об'єднання територіальних громад на сході України: економіко-правові аспекти: колективна монографія. За наук. ред. В.А. Устименка та І.В. Заблудської. Київ: ВІСТКА, 2017. 209 с.
8. Заблудська І.В., Литвінова І.М., Касьянова В.О. Технологія проведення ребредингу території (регіону) на сході України. *Технологія-2018: XXI матеріали міжнар. наук.-техн. конф.* (20–21 квіт. 2018 р., м. Сєверодонецьк). Ч. II. Сєверодонецьк, 2018. С. 183–184.
9. Гречана С.І., Рогозян Ю.С. Картографічний метод для забезпечення розвитку співпраці об'єднаних територіальних громад. *Економіка України*. 2017. № 10. С. 65–73.
10. Рогозян Ю.С. Збір інформації та процедура вивчення громадської думки для розробки Стратегії розвитку об'єднаної територіальної громади. *Економіка та держава*. 2017. № 8. С. 49–52.
11. Ідентифікація. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Ідентифікація> (дата звернення: 12.09.2018).
12. Анхольт С., Хильдрет Д. Бренд Америка: мать всех брендов. Москва: Добрая книга, 2010. 232 с.
13. Прич М.І. Позиціонування як елемент стратегії бренду міста: досвід Польщі. *Територіальний розвиток та регіональна економіка*. 2017. № 4 (14). С. 102–106.

Надійшла 22.12.2018

REFERENCES

1. Detsentralizatsiia daie mozhlyvosti. URL: <https://decentralization.gov.ua/gromada> [in Ukrainian].
2. Ries A., Trout J. Positioning. The Battle for Your Mind. McGraw-Hill Education, 2001. 224 p.
3. Traut Dzh., Rais El. Novoe pozitsionirovanie. SPb.: Piter, 2002. 115 p. [in Russian]
4. Kotler F. Marketynh menedzhment. SPb.: Piter, 2006. 146 p. [in Russian]
5. Instytut hromadskoho suspilstva. URL: www.csi.org.ua [in Ukrainian].
6. Bukovynskiy tseentr vyborchkykh tekhnolohii. URL: <https://ca.ligazakon.net/document/26035846/balances> [in Ukrainian].
7. Dosvid obiednannia terytorialnykh hromad na skhodi Ukrainy: ekonomiko-pravovi aspekty: kolektyvna monohrafiia. Za nauk. red. V.A. Ustyomenka ta I.V. Zablodskoi. Kyiv: VISTKA, 2017. 209 p. [in Ukrainian].
8. Zablodska I.V., Litvinova I.M., Kasianova V.O. Tekhnolohiia provedennia rebre-dynhu terytorii (rehionu) na skhodi Ukrainy. *Tekhnolohiia-2018: XXI materialy mizhnar. nauk.-tekhn. konf.* (20-21 kvit. 2018 r., m. Sievierodonetsk). Ch. II. Sievierodonetsk, 2018. P. 183-184 [in Ukrainian].
9. Hrechana S.I., Rohozian Yu.S. Kartohrafichnyi metod dlia zabezpechennia rozvytku spivpratsi ob'iednanykh terytorialnykh hromad. *Ekonomika Ukrainy*. 2017. No. 10. P. 65-73 [in Ukrainian].
10. Rohozian Yu.S. Zbir informatsii ta protsedura vyvchennia hromadskoi dumky dlia rozrobky Stratehii rozvytku obiednanoi terytorialnoi hromady. *Ekonomika ta derzhava*. 2017. No. 8. P. 49-52 [in Ukrainian].
11. Identyfikatsiia. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Identyfikatsiia> [in Ukrainian].
12. Anhol't S., Hil'dret D. Brend Amerika: mat' vseh brendov. Moscow: Dobraja kniga, 2010. 232 p. [in Russian].
13. Prych M.I. Pozytionuvannia yak element stratehii brendu mista: dosvid Polshchi. *Terytorialnyi rozvytok ta rehionalna ekonomika*. 2017. No. 4(14). P. 102-106.

Received 22.12.2018

В.А. Устименко

Институт экономико-правовых исследований НАН Украины, г. Киев, Украина

І.В. Заблодская, С.О. Бурбело, Д.В. Заблодская, П.О. Саенко

Луганский филиал Института экономико-правовых исследований НАН Украины, г. Северодонецк, Украина

ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ОБЪЕДИНЕННЫХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ОБЩИН: МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Изложено научно-практическое обоснование разработки методического инструментария идентификации и позиционирования объединенных территориальной общин. Разработана структурно-логическая схема обоснования разработки методического инструментария идентификации и позиционирования объединенных территориальных общин Луганской и Донецкой областей, сформирован перечень комплементарных аналитических процедур. К методическому инструментарию отнесены: методические рекомендации по идентификации объединенных территориальных общин Украины; карты позиционирования объединенных территориальных общин Луганской и Донецкой областей; методические рекомендации по позиционированию объединенных территориальных общин Луганской и Донецкой областей.

Ключевые слова: идентификация, позиционирование, объединенные территориальные общины, методический инструментарий.

V.A. Ustyenko

Institute of Economic and Legal Researches of the NAS of Ukraine, Kyiv, Ukraine

<http://orcid.org/0000-0002-1094-422X>

I.V. Zabłodska

Luhansk Branch Institute of Economic and Legal Researches of the NAS of Ukraine, Severodonetsk, Ukraine

<http://orcid.org/0000-0002-1410-6194>

S.O. Burbelo

Luhansk Branch Institute of Economic and Legal Researches of the NAS of Ukraine, Severodonetsk, Ukraine

<http://orcid.org/0000-0001-5558-8989>

D.V. Zabłodska

Luhansk Branch Institute of Economic and Legal Researches of the NAS of Ukraine, Severodonetsk, Ukraine

<http://orcid.org/0000-0002-5670-597X>

P.O. Saenko

Luhansk Branch Institute of Economic and Legal Researches of the NAS of Ukraine, Severodonetsk, Ukraine

<http://orcid.org/0000-0002-0205-8359>

IDENTIFICATION AND POSITIONING OF THE UNITED TERRITORIAL MUNICIPALITIES: METHODOLOGICAL TOOLS

The article substantiates the need for identification and positioning of the amalgamated territorial communities of Ukraine. It is determined that the identification of amalgamated territorial communities (ATCs) is a procedure for establishing the similarity / differences of ATCs using certain criteria and relevant characteristics, the combination of which reflects its uniqueness against the background of other amalgamated territorial communities. Positioning of amalgamated territorial communities is the existing or desired perception by society (stakeholders) of the benefits of ATCs, which can be achieved by the results of the implementation of the ATC development strategy and with the help of brand and / or identity.

The structural-logical schema base for the development of methodological tools for the identification and positioning of the amalgamated territorial communities of the Luhansk and Donetsk regions has been developed. A list of complementary analytical procedures necessary for the development of methodological tools, which includes: guidelines for the identification of the amalgamated territorial communities of Ukraine; positioning maps of amalgamated territorial communities of the Luhansk and Donetsk regions; guidelines for the positioning of the amalgamated territorial communities of the Luhansk and Donetsk regions. When developing guidelines for the identification of the amalgamated territorial communities of Ukraine, it is proposed to use the maxmin principle to define criteria and characteristics. To build a positioning map of the amalgamated territorial communities in the Luhansk and Donetsk regions it is proposed to use a three-dimensional coordinate system.

Key words: identification, positioning, amalgamated territorial communities, methodological tools.