

<https://doi.org/10.15407/econlaw.2021.03.047>

УДК 332.1:303.62(477.61/62)

І.В. ЗАБЛОДСЬКА, д-р екон. наук, проф., директор
Луганська філія Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень
імені В.К. Макутова НАН України», м. Северодонецьк, Україна

orcid.org/0000-0002-1410-6194

С.І. ГРЕЧАНА, канд. екон. наук, доц.,
старш. наук. співроб. відділу проблем міжрегіонального співробітництва
Державна установа «Інститут економіко-правових досліджень
імені В.К. Макутова НАН України», м. Київ, Україна

orcid.org/0000-0002-4669-3258

РЕЗУЛЬТАТИ АНКЕТУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ЩОДО ЇХ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

Ключові слова: територіальна громада, Луганська та Донецька області, анкетування, опитування, ідентифікація, позиціонування, якість життя.

Узагальнено результати анкетування територіальних громад щодо їх ідентифікації та позиціонування, яке проводилось на підконтрольних українському уряду територіях Луганської та Донецької областей. Визначено думки респондентів з приводу якості життя населення в громадах і впливу на неї реформи децентралізації, а також бачення ними унікальності громади, уявлення про її імідж та позиціонування. Обґрунтовано, що результати можуть бути екстрапольовані на всі громади регіону як підґрунтя для оптимізації процесу стратегічного планування їх розвитку, що сприятиме підвищенню якості життя населення.

Вступ. Територіальні громади в боротьбі за фінансові ресурси, інвесторів, мешканців, туристів тощо мають спрямовувати свої зусилля на формування власного позитивного іміджу як вагомому конкурентного ресурсу в боротьбі за підвищення якості життя населення. Створений привабливий образ сприяє не тільки залученню інвестицій та налагодженню нових партнерських зв'язків, просуванню інфраструктурних і соціальних проєктів, лобюванню важливих питань місцевого розвитку чи інтересів громади, але й буде підґрунтя для прискорення соціально-економічного розвитку громади і зростання рівня та якості життя її мешканців.

Однак сприйняття цілісного іміджу територіальної громади, що відображається у масовій або індивідуальній свідомості, може мати суттєві розбіжності серед мешканців, представників бізнесу чи влади, а також представників різних населених пунктів територіальної громади. Крім того, його реальний та бажаний образи також можуть

Цитування: Заблodsька І.В., Гречана С.І. Результати анкетування територіальних громад щодо їх ідентифікації та позиціонування задля підвищення якості життя населення. *Економіка та право*. 2021, № 3. С. 47–58. <https://doi.org/10.15407/econlaw.2021.03.047>

значно різнитись, як і сприйняття мешканцями власної якості життя. Це актуалізує потребу здійснення ідентифікації та позиціонування відповідної локальної території, проведення відповідного опитування для вивчення думок цільової аудиторії стосовно цього питання, задля визначення тригерів майбутнього розвитку та побудови підґрунтя створення (зміни) іміджу території через модифікацію стратегій соціально-економічного розвитку для напрацювання відповідних управлінських рішень щодо підвищення якості життя в громаді.

Зазвичай для отримання певних більш-менш об'єктивних висновків щодо унікальних ознак територіальної громади, її іміджу чи позиціонування в регіональному соціумі застосовуються комплексні маркетингові дослідження із залученням фахівців та експертів. Вони є доволі вартісними та складними за методологією й організацією, що робить їх майже недоступними для територіальних громад, хіба за сприяння певних наукових чи громадських інституцій, а довгий термін їхнього виконання — майже даремними в сенсі практичного використання. Наразі все частіше в реаліях життя територіальних громад застосовуються інструменти соціологічного опитування, які в сфері визначення якості життя, особливо його ірраціональної складової, що відображає поверхнево-емоційне прийняття людьми, набувають певної показовості та інформативності.

Тому було проведено анкетування територіальних громад Луганської та Донецької областей, що розташовані на підконтрольних українському уряду територіях, задля отримання масиву інформації щодо суб'єктивних ознак унікальності й привабливості територіальних громад, їх переваг та недоліків з точки зору певних цільових груп, бажаних напрямів їхнього перспективного розвитку, на основі аналізу якого може бути створено підґрунтя для оптимізації процесу стратегічного планування розвитку таких громад, що сприятиме підвищенню якості життя населення.

Метою статті є представлення результатів анкетування, яке було проведено авторами та стосувалось визначення думки респондентів щодо якості життя в громадах та сприйняття її змін в процесі реформи децентралізації, бачення ними унікальності громади, уявлення про імідж громади та її позиціонування.

Анкетування проводилось у формі онлайн-опитування з використанням інструментарію *Google Forms* у травні 2021 р. Для інформування територіальних громад щодо можливої участі були задіяні різні канали мультимедійного зв'язку. Головна увага спрямовувалась на цільове запрошення представників територіальних громад. Кожній громаді Луганської та Донецької областей було розіслано персональне звернення з проханням долучитися до участі в онлайн-опитуванні та посиланням на анкету. Відповідне запрошення також було поширено на офіційній сторінці Луганської філії Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень імені В.К. Макутова НАН України» та персональних сторінках громадських активістів регіону в мережі *Facebook*. Наразі заповнену *Google*-форму надіслали 67 представників з 19 територіальних громад.

Оскільки анкетування є формалізованим опитуванням, анкета, що використовувалась у дослідженні¹, не тільки мала обґрунтоване наповнення, але й будувалась за чіткою структурою та певною впорядкованістю. Вона містила 20 запитань, розділених на два умовних блоки, кожний з яких має певне інформаційне навантаження:

ідентифікація територіальної громади — охоплює питання, присвячені визначенню сприйняття респондентами якості життя населення в громаді та її змін через реформу децентралізації, характерних особливостей громади, її переваг та недоліків;

позиціонування територіальної громади — містить питання щодо визначення рис привабливості громади та перспективних, з позиції мешканців, напрямів її розвитку, бачення місця громади в країні та регіоні, стану брендингу та відношення до реклами іміджу (образу) громади.

Для зручності обробки та з метою підвищення інформативності отриманих даних в анкету було додано блок запитань щодо окремих відомостей про респондента (назва громади, термін проживання, вид діяльності) з дотриманням вимог анонімності.

Оскільки в дослідженні було поставлене завдання максимально охопити все населення

¹ Доступно за посиланням: URL: <https://forms.gle/vYebPHCNwhSWvDB87>

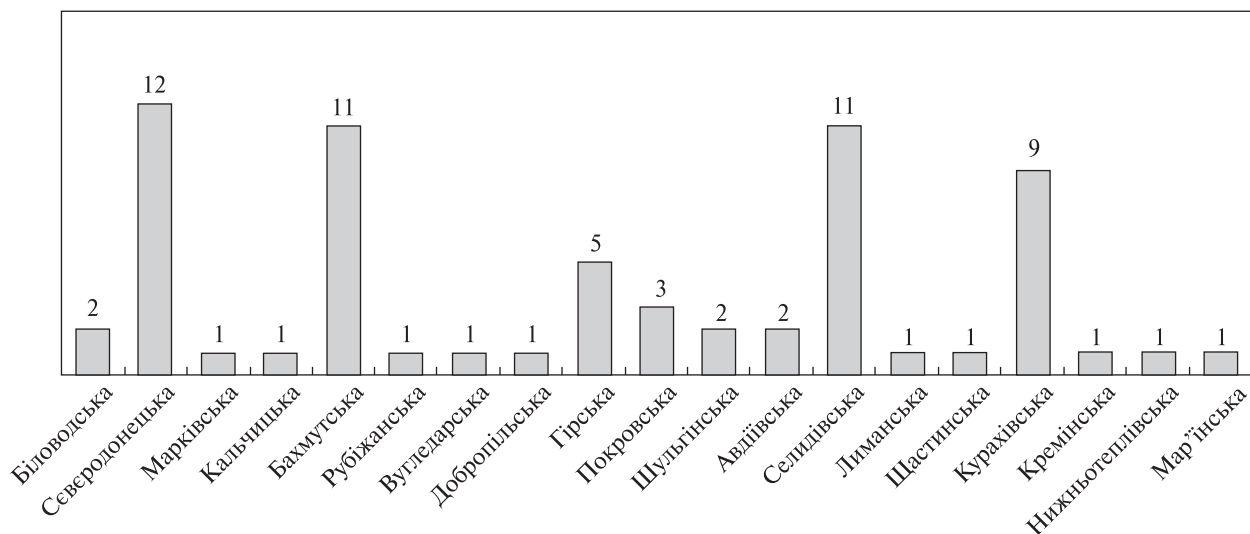


Рис. 1. Представництво територіальних громад в анкетуванні

громад регіону, а не конкретну групу чи територію, цільовою аудиторією анкетування виступили безпосередні мешканці територіальних громад в Луганській та Донецькій областях, а також особи, що потенційно зацікавлені у підвищенні якості життя населення: представники бізнесу, бувші та ймовірні мешканці, інвестори, студенти, туристи тощо.

Лідерами серед територіальних громад, мешканці яких взяли участь в анкетуванні, виявились Северодонецька, Бахмутська та Селидівська територіальні громади (рис. 1).

Загалом в анкетуванні було представлено 19 територіальних громад, дев'ять з яких розташовані в Луганській області, а 10 — у Донецькій. Більшу активність виявили міські територіальні громади, їхня кількість в опитуванні становить 14 проти п'яти сільських та селищних. Усі респонденти є мешканцями тих територіальних громад, які вони представляли. Майже 75 % опитаних проживають на відповідних локальних територіях більше 10 років, 7,5 % понад п'ять років, інші — з моменту утворення громад.

Більше 40 % респондентів є співробітниками органів місцевого самоврядування, ще 31,3 % представляють бюджетну сферу, відповідно, 14,9 та 9 % опитаних є підприємцями та найманими працівниками. Взяли участь в анкетуванні також два студенти та один пенсіонер.

Початкова група запитань блока щодо ідентифікації територіальних громад стосувалась сприйняття респондентами власних громад як середовища для життя, а відповіді на ці запитання допоможуть ідентифікувати загальний



Рис. 2. Розподіл відповідей респондентів за твердженнями, що характеризують відношення до власної громади, %

теперішній образ громади та його позитивні складові. Більшість з опитаних респондентів позитивно оцінює якість життя в громаді, хоча і вважає зміни на краще недостатніми. Питома вага тих, кому комфортно живеться в цих населених пунктах, хто хотів би, щоби там жили їхні діти, та рекомендує громаду, перевищує 40 %, а разом з тими, хто не планує її покидати, хоча і має певні претензії чи вважає умови

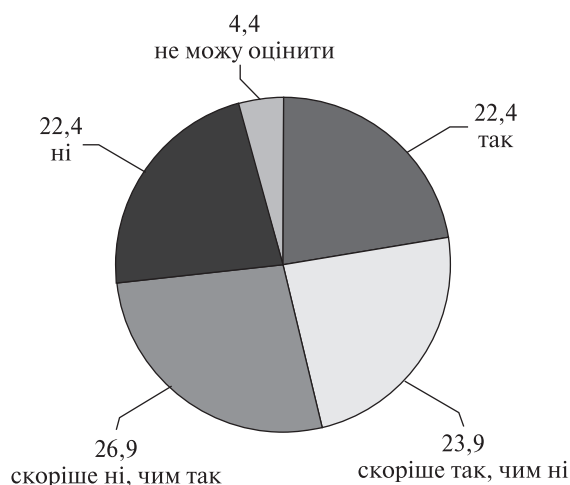


Рис. 3. Результати відповідей на запитання «Чи відчули Ви зміни на краще в результаті створення Вашої Громади?», %

життя достатніми, цей показник становить більше 85 % (рис. 2).

Найбільше респондентів, що констатували своє захоплення життям у громаді, представляють Бахмутську міську територіальну громаду (п'ять відповідей з семи). До них доєдналось по одному представнику Щастинської та Курахівської міських територіальних громад.

Однак, незважаючи на переважання позитивного сприйняття мешканцями образу їхньої територіальної громади, більшість з них не пов'язує його формування та покращення з реформою децентралізації (рис. 3).

Позитивні зрушення, що відбулися в громаді з моменту її створення, бачать 22,4 % (15 респондентів) опитаних, основна маса з яких є мешканцями Курахівської (п'ять відповідей) та Бахмутської (чотири відповіді) міських територіальних громад. Показово, що саме стільки ж респондентів (22,4 %) не бачать жодних позитивних змін у громадах, серед яких є три представники Бахмутської громади, але найбільше негативних відгуків щодо процесів розвитку надали респонденти з Селидівської ОТГ (шість відповідей).

Майже половина опитаних (47,8 %) у відповідях на питання щодо переваг, які надала громаді децентралізація, не змогли визначити бодай якусь сферу, а пристали до запропонованого варіанта «Реформування тільки почалося, тому ніяких переваг поки немає» (рис. 4). Ознаками найпозитивніших зрушень у відповідях респондентів є покращення якості адміністративних послуг (32,8 %), зростання дина-

міки життя в громаді (25,4 %) та поява нових інструментів впливу на владу (20,9 %).

Найменше відзначено вплив таких чинників як зручність транспортної інфраструктури (9 %), рівень медичної допомоги (6 %) та освіти (4,5 %). Жоден респондент не згадав серед переваг децентралізації покращення якості довілля, що свідчить про не стільки відсутність уваги органів місцевого самоврядування до цього питання, скільки про наявність серйозної проблеми, що притаманна громадам усього регіону та потребує вирішення.

За можливості позначити п'ять варіантів відповідей за цим питанням, всього 14 респондентів обрали більш ніж дві ознаки позитивних зрушень, що може свідчити про відсутність показних переваг розвитку громади в умовах реформи децентралізації, хоча не слід відкидати просте небажання витратити зайвий час на роздуми. Аналіз анкет з обраним варіантом «інше» засвідчив наявність серед опитаних мешканців таких, які взагалі не бачать переваг від створення територіальної громади. До того ж відповіді розділились на ті, що просто констатували відсутність переваг, зі сформульованими недоліками (наприклад, призначення військово-цивільної адміністрації гальмує розвиток та унеможливує громадські ініціативи), а також ті, де висловлювалось негативне ставлення не стільки до децентралізації, скільки до місцевої влади.

Відповіді на запитання «Які ідентифікатори Вашої Громади Ви можете виокремити?» показали, що респонденти бачать достатньо багато переваг та особливостей розвитку власної громади (рис. 5).

Значна частина респондентів виділили три та більше ідентифікаторів, не пов'язуючи їх із досягненнями децентралізації. Однією з вагомих причин такого сприйняття результатів реформування є те, що більшість учасників опитування представляє громади, створені протягом останнього року. Саме тому між відповідями на це та попереднє питання відсутня кореляція.

Загалом кількість обраних ідентифікаторів перевищила число виділених в попередньому питанні переваг створення громади більш ніж у 1,5 раза, що свідчить про великий інтерес до теми унікальності громади. Найчастіше особливими ознаками територіальних громад називали доступність адміністративних послуг,



Рис. 4. Результати відповідей на запитання «Що позитивного дала Вашій Громаді децентралізація?»

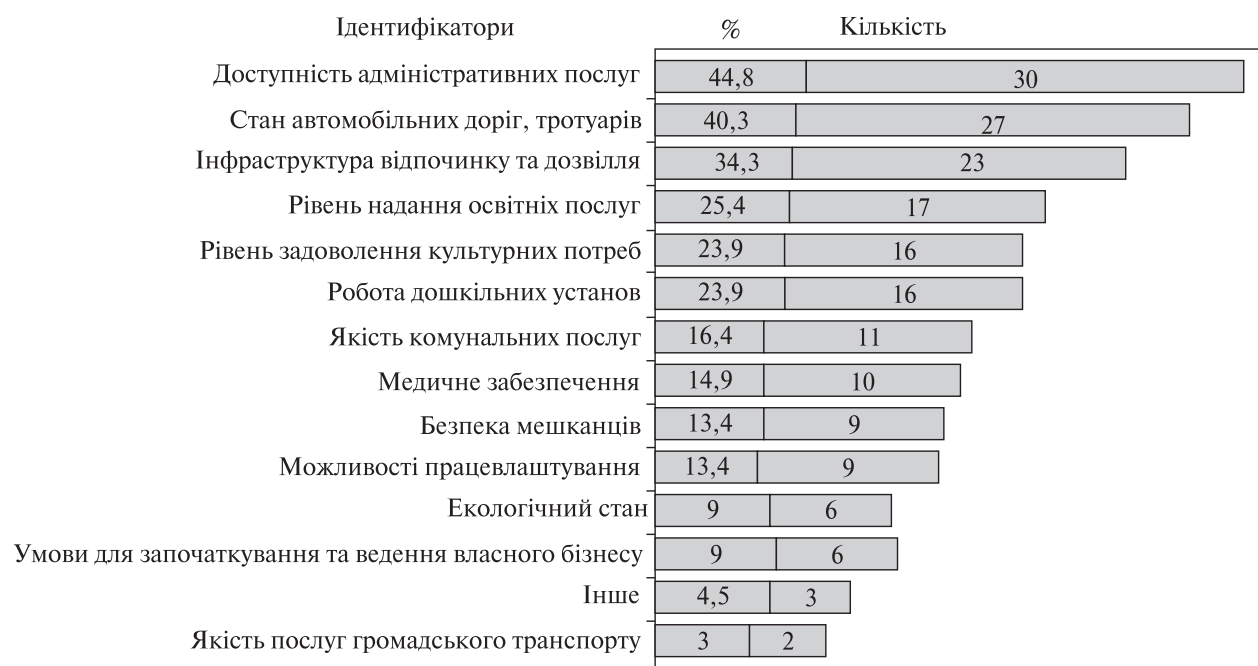


Рис. 5. Результати відповідей на запитання «Які ідентифікатори Вашої Громади Ви можете виокремити?»

стан автомобільних доріг і тротуарів, інфраструктуру відпочинку та дозвілля. До часто згадуваних належать також рівень надання освітніх і культурних послуг. Враховуючи, що основна маса респондентів представляє міські громади, набір саме цих ідентифікаторів є достатньо прогнозованим.

Найменше респонденти вирізняють власні громади за якістю послуг громадського транспорту. Вважають це відповідним ідентифіка-

тором представники Гірської та Авдіївської громад. У відповідях «Інше» не було запропоновано жодних власних варіантів ідентифікаторів. Респонденти обирали цей пункт для надання відповіді «ніяких» чи незадоволення органами місцевого самоврядування.

Варто звернути увагу також на вибір ознаки «Екологічний стан». Враховуючи, що за попереднім запитанням жоден респондент не виділив покращення стану довкілля, а також те,

що обрали цю відповідь представники обізнаних з цією темою населених пунктів (Курякове та Покровськ входять до першої п'ятірки найзабрудненіших міст Донеччини, а Кременна та Біловодськ розташовані в достатньо екологічних місцях), можна визнати дуальність вибору даного ідентифікатора, тобто як такого, що характеризує не тільки переваги, але й важливі недоліки громади.

Таблиця 1. Розподіл відповідей респондентів щодо завад розвитку Громади

Заважає розвитку громади...	Кількість	%
Безробіття	33	49,3
Зношеність інженерних мереж (водопостачання, каналізація)	32	47,8
Недостатня громадська ініціативність та активність мешканців	30	44,8
Відсутність зовнішніх інвестицій	18	26,9
Низька якість (відсутність) дорожнього покриття між населеними пунктами громади	18	26,9
Поширення злочинності, алкоголізму, наркоманії	17	25,4
Засміченість довкілля	15	22,4
Недостатня інформованість про громаду за її межами	14	20,9
Несприятливі умови для розвитку підприємництва	13	19,4
Діяльність органів місцевого самоврядування не спрямована на формування її позитивного іміджу	12	17,9
Недостатня кваліфікація співробітників органів місцевого самоврядування	12	17,9
Низька ефективність роботи голови громади та органів місцевого самоврядування щодо підвищення її унікальності	11	16,4
Населення громади є переважно пенсійного віку	11	16,4
Відсутність можливості для самореалізації, забезпечення змістовного дозвілля	9	13,4
Відсутність внутрішніх інвестицій	7	10,4
Забрудненість питної води	6	9
Несприятливі природні умови та географічне розташування громади	5	7,5
Відсутність закладів вищої освіти	5	7,5
Низька якість середньої освіти	4	6
Низька якість дошкільної освіти	1	1,5

Для визначення ознак, що сповільнюють розвиток територіальних громад, точніше його гальмівних точок, було задано запитання: «Що, на Вашу думку, заважає розвитку Громади?». Респондентам було запропоновано обрати не більше п'яти відповідей, запропоновані варіанти яких готувалися на основі ретельного аналізу звітів різних соціологічних та громадських опитувань за схожою тематикою (зокрема у територіальних громадах для підготовки стратегій).

Саме на це запитання було отримано найбільше відповідей (273 відповіді проти 185 та 122 за попередніми запитаннями), що свідчить не стільки про те, що в сучасних умовах децентралізації проблематика розвитку громад переважає успіхи реформи, скільки про обізнаність і швидше сприйняття негараздів життєдіяльності громади, чим її переваг і перспектив. Зведені результати відповідей наведені в табл. 1.

Найбільше заважають розвитку громади, на думку опитуваних, безробіття, зношеність інженерних мереж, а також недостатня громадська ініціативність та активність мешканців. Варіанти таких відповідей мають значну перевагу, що й не дивно. Через безробіття громади втрачають не тільки мешканців, які вимушені виїздити з локальних територій у пошуках роботи, але й недоотримують податки до місцевого бюджету. Зношеність інженерних мереж призводить до того, що всі зароблені громадою кошти чи їх лівова частина повинні витратитися на відновлення або підтримку в робочому стані старих водогонів та каналізаційних систем. А от потрапляння до топового переліку відсутності ініціативи та активності у громадян є доволі новим трендом. Зрозуміло, що за відсутності в територіальній громаді мешканців, які є не тільки економічно чи юридично обізнаними, але й соціально активними громадянами, покращення якості життя людей цієї локальної території, як і розвиток такої громади, стають серйозним питанням. Тому такі відповіді — це, з одного боку, результат усвідомлення вагомості партисипації для активізації розвитку, а з іншого — перекладання частини проблем, що місцева влада не в змозі чи не бажає вирішити, на начебто пасивну громадськість.

Наразі орієнтовно 18 % опитаних вважають, що органи місцевого самоврядування не заці-

Позитивні зміни		
Моя громада приваблює...	%	Кількість
безпроблемним наданням та користуванням адміністративними послугами	35,8	24
комфортним проживанням	29,9	20
зручним транспортним розташуванням	28,4	19
підтримкою місцевих культурних традицій та розвитком народної творчості	26,4	18
наявністю історичних, архітектурних чи природних пам'яток	14,9	10
інше	13,4	9
розвитком зеленого туризму	10,4	7
інноваційним розвитком	6	4
розвитком локального бізнесу	4,5	3
розвитком торгівлі, проведенням виставок та ярмарків	4,5	3
розвитком оздоровче-туристичних послуг	4,5	3

Рис. 6. Розподіл відповідей респондентів за ознаками привабливості громади

кавлені або неспроможні через низьку кваліфікацію сприяти розвитку громади. Трохи менше (16,4 %) винуватять у гальмуванні розвитку персонально Голову громади. Однак слід зазначити, що такі варіанти відповідей обирали, в основному, підприємці чи наймані працівники, а співробітники органів місцевого самоврядування та бюджетних установ визначали поганий вплив на розвиток відсутності ініціативи та активності у громадян. Тільки вісім респондентів визначили відповідальність за гальмування розвитку усіх груп зацікавлених (владу і громадян) проти 22, які обрали «винними» пасивних громадян, і 14, що обрали такими представників влади.

На думку учасників опитування, найменший негативний вплив на розвиток громади чинять низька якості дошкільної та середньої освіти, несприятливі природні умови та географічне розташування, а також відсутність закладів вищої освіти.

Також респондентам було поставлене питання щодо їхньої думки з приводу негативно впливу на розвиток громад близькості до зони збройного конфлікту. Більше 70 % з них, а саме 47 осіб, відповіли ствердно, що в сумарному рейтингу причин гальмування соціально-економічного розвитку громад саме цей чинник посідає перше місце.

З метою визначення сприйняття мешканцями переваг їх територіальних громад, які можуть бути досягнуті у стратегічній перспективі за допомогою бренду чи айдентики, в анкеті було запитання щодо їх бачення іміджу та позиціонування громади. На першому етапі для визначення ознак привабливості локальної території респондентам було запропоновано обрати не більше п'яти варіантів серед десяти підготовлених відповідей, з можливістю додати до них свої пропозиції (рис. 6).

У продовження тенденції щодо складності виділення позитивних характеристик території проживання респонденти надали найменшу кількість відповідей (120) з-поміж усіх інших питань закритого типу (з декількома можливими відповідями). Крім того, скористались варіантом «інше», розширивши тим самим коло принад власної територіальної громади, виявили бажання тільки дев'ять учасників анкетування, надавши водночас масові відповіді «нічим не приваблює» (так відреагували представники Селидівської (2), Гірської (3) та Северодонецької громад).

Привабливість власної громади, на думку більшості респондентів, — це насамперед: безпроблемне надання та користування адміністративними послугами (так вважає 24 особи), комфортне проживання (20), зручне тран-



Рис. 7. Результати відповідей на запитання «Яким, на Вашу думку, є основний ресурс Громади для подальшого розвитку?»

спортне розташування (19), підтримка місцевих культурних традицій та розвиток народної творчості (18). Наразі найпопулярніший варіант відповіді щодо надання адміністративних послуг корелює з відповідями на четверте та п'яте запитання (рис. 4 та 5). Однак різна кількість (в абсолютному вимірі) таких відповідей за трьома питаннями свідчить (якщо відкинути хаотичний вибір респондента) про відсутність в уяві мешканців чіткого зв'язку досягнень реформи децентралізації зі змінами якості життя населення в громаді, до того ж найбільша частина опитаних вважає такі результати унікальними (30 респондентів обрали цю рису головним ідентифікатором громади).

Аналізуючи нижній сегмент оцінки респондентами привабливості власної громади, можна зазначити, що в регіоні недостатньо територій з хорошими умовами для розвитку зеленого туризму та якісним рекреаційним потенціалом, тим більше, що учасники опитування є переважно мешканцями міст. Однак саме в міських громадах менше перепон для розвитку локального бізнесу чи проведення виставок-ярмарків, чого, виходячи з отриманих відповідей, не відбувається в поточних умовах або це не оцінюється респондентами як певна перевага.

Саме для визначення таких недооцінених ресурсів, які мають нерозкритий потенціал розвитку, в анкету було додано запитання «Яким, на Вашу думку, є основний ресурс Громади для подальшого розвитку?» (рис. 7).

Очікувано, що на вибір відповідей вплинуло місце проживання респондентів. Переважан-

ня міських мешканців у загальній масі учасників опитування зумовило потрапляння до трійки лідерів варіантів: вигідне географічне становище (35,8 %) та зручна транспортна доступність (28,4 %), водночас більшість анкет містила сполучення обох відповідей (11 з 19). Серед мешканців сільських та селищних громад останню відповідь обрав тільки один респондент, який представляв Кальчицьку територіальну громаду.

Визначення місцевої влади однією з основних рушійних сил розвитку територіальної громади також є доволі очікуваною в умовах децентралізації, коли органи місцевого самоврядування отримали ширші повноваження та більшу відповідальність щодо забезпечення життєдіяльності локальних територій і поліпшення якості життя мешканців. Висока питома вага даної відповіді (31,3 % чи 21 відповідь) тим більш передбачувана, що 12 з 67 респондентів оцінювало дії місцевої влади як гальмівні для громади (табл. 1), а також те, що значну кількісну перевагу серед учасників опитування мають працівники органів місцевого самоврядування та бюджетної сфери.

Доволі непередбачуваною є недооцінка розвиткових можливостей потенційно активних людських ресурсів — мешканців та підприємців громади. Майже половина опитаних була невдоволена низькою ініціативністю та активністю мешканців під час вирішення важливих питань життєдіяльності громади (табл. 1), але використовувати цей ресурс для розвитку вважають за можливе удвічі менше респондентів. Свої голоси на користь залучення активних гро-

мадян віддали тільки 15 учасників опитування, стільки ж на боці місцевих підприємств і підприємців. І хоча разом такі відповіді становлять значний для даного анкетування відсоток (44,8), відчувається низька довіра до реалізації потенціалу впливу громадського ресурсу.

Найнижче оцінили учасники опитування можливий позитив від розвитку ремесел і культурних традицій, що може бути пов'язане зі специфікою сфери життєдіяльності респондентів, які представляють місцини зі слабким історико-культурним корінням та національною ідентичністю.

До відповідей «Інше» за даним запитанням потрапили переважно негативні відгуки, хоча є й конструктивна пропозиція, наприклад, розвиток вільних житлових та нежитлових приміщень, залучення якого як ресурсу в умовах близькості до лінії розмежування та постійного потоку міграції тимчасово переміщених осіб має високий потенціал.

Враховуючи низьку активність респондентів у виборі альтернатив із запропонованих готових варіантів, відповіді на запитання «Як позиціонується Ваша Громада?», до якого не було підготовлених формулювань, були очікувано номінальними (у більшості) та доволі часто відписками для годиться. Зрозуміло, що годі було чекати від позаекспертної спільноти професійних відповідей на вузькофахове запитання, проте наведені пропозиції додали певної інформативності опитуванню. Найлагідніше та доброзичливо представили власну громаду мешканці Бахмутської ОТГ — Саме гарне місто Землі та Громада щасливих людей. Деякі респонденти процитували місію міста Покровськ зі Стратегії його розвитку або декілька уривків з опису брэнда Бахмута. Багато учасників опитування (з Лиманської, Северодонецької, Шувльгінської, Марківської та ін. громад) використали доволі відомі слогани, підлаштувавши їх до особливостей власної громади, наприклад: Лиманщина — гостинна і відкрита; центр відпочинку та зеленого туризму; громада направлення на розвиток і інновації; соціально направлена громада; самодостатній центр з розвиненим сільським господарством, відкритий для інвестування; активна громада рівних прав та можливостей; Громада, відкрита до добра; Громада, де на тебе завжди чекають, тощо. Близько 20 респондентів тим чи іншим чином ухилилися від надання відпо-

віді (не знаю, ніяк, важко відповісти, уявлення не маю). Група респондентів, що у багатьох попередніх запитаннях вирізнялась несхвальними відгуками у бік власної громади, формулювали відповіді в негативному контексті, а саме: фінансово неспроможна, пасе задніх моя Громада, безперспективна.

Констатована в ході опитування тенденція більшої акцентуації респондентів на проблемах, ніж на досягненнях територіальних громад, достатньо яскраво проявилась у процесі визначення бачення мешканцями іміджу, позиціонування власної громади та її просування. Великий блок компактних запитань, які потребували простої відповіді, показали, що навіть доволі обізнані та активні мешканці мають слабе уявлення щодо стану цих процесів у громаді, тим більше не бачать їх у перспективі (табл. 2).

Більша частина опитаних високої думки про імідж власної територіальної громади в регіоні, що корелює з кількістю мешканців, які позитивно оцінюють життям у власній гро-

Таблиця 2. Розподіл відповідей респондентів щодо іміджу, брэндингу та реклами територіальних громад (%)

Питання	Відповіді		
	позитивні	негативні	відсутні
На Вашу думку, імідж вашої Громади у регіональному соціумі	50,7	14,9	34,3
	<i>так</i>	<i>ні</i>	<i>не знаю</i>
Чи має ваша Громада брэнд?	40,3	31,3	28,4
Чи має Ваша Громада логотип?	49,3	19,4	31,3
Чи має Ваша Громада фірмовий знак?	32,8	25,4	41,8
	<i>так</i>	<i>ні</i>	<i>важко відповісти</i>
Чи потребує, на Вашу думку, Громада, яку Ви представляєте, реклами власного іміджу (образу)?	56,7	13,4	29,9
Чи вважаєте Ви за доцільне пов'язувати рекламу товарів чи послуг, що виробляються в Громаді, з назвою Громади?	62,7	13,4	23,9
Як Ви вважаєте, чи знають Вашу територіальну Громаду в Україні?	41,8	25,4	32,8

маді, а саме ті респонденти, котрі виказали захоплення громадою (рис. 2), та переважна більшість тих, що визначили комфортність проживання. Цікаво, що три респонденти (два з Северодонецької громади та один з Нижньотеплівської), які вважають свою громаду комфортною для проживання, визначили відсутність її привабливого іміджу в регіоні.

Думку про позитивне сприйняття іміджу власної громади в уявленні населення Луганської та Донецької областей висловили представники майже всіх громад, що брали участь в опитуванні, окрім Гірської, Добропільської, Мар'їнської, Марківської, Нижньотеплівської, Рубіжанської та Селидівської територіальних громад. Найбільший негативний імідж має, за кількістю голосів мешканців, Селидівська територіальна громада. Таку відповідь надали 6 з 11 респондентів, що брали участь в анкетуванні.

Як показує розподіл відповідей за питаннями щодо наявності у громад бренда, логотипа та фірмового знака, населення переважно не слідкує за станом цих процесів, не звертає уваги на присутність логотипа чи фірмових знаків в інформаційних матеріалах та рекламі громади, хоча більшість опитаних (62,7 %) визначила, що вона має там бути. На сьогодні дуже небагато територіальних громад Донецької та Луганської областей можуть пишатися наявністю власного бренда, хоча більшість вже має впізнаваний логотип чи фірмовий знак. Як свідчить інформація на офіційних сайтах громад, що взяли участь в анкетуванні, тільки вісім мають розроблені нові унікальні бренди, інші користуються офіційною гербовою символікою. У наданих відповідях мало хибних тверджень щодо наявності бренда (дві відповіді) чи його відсутності (п'ять відповідей), однак багато респондентів прямо зазначають, що не володіють такою інформацією, що свідчить про недостатню популяризаційну роботу органів місцевого самоврядування в даній царині, яка має активізуватись, оскільки більшість опитаних вважає за доцільне рекламу власного іміджу (образу) громади чи не визначилися з відповіддю.

Також потрібно зазначити, що позитивний імідж та впізнаваність територіальних громад обмежуються, на думку опитаних, територією Донецької та Луганської областей. Більшість сумнівається, що їхні громади знають в Украї-

ні (32,8 %), чи думає, що не знають (25,4 %). Цілком зрозумілими є такі відповіді мешканців малих чи сільських територіальних громад, але, наприклад, Северодонецьк (тільки чотири відповіді, що знають про нього в Україні) є на сьогодні адміністративним центром Луганської області, тому доволі часто звучить у загальнонаціональних новинах. Поясненням може слугувати негативне відношення респондентів до власної громади, що віддзеркалюється у подальших відповідях та знайшло підтвердження у співставленні обраних такими респондентами варіантів.

Проте причину низької впізнаваності територіальних громад можна розглядати і в іншій площині. Відповіді на запитання «Які Громади в Луганській і Донецькій областях Ви знаєте?» продемонстрували дійсну відсутність у регіональному соціумі (на прикладі вибірки опитування) обізнаності не тільки про розвиток, досягнення та проблеми територіальних громад, що створені в регіоні, але й простих відомостей щодо їх створення чи існування. Зрозуміло, що офіційні та статистичні дані присутні та доступні зацікавленим користувачам у будь-який час в онлайн-овому чи оффлайн-овому режимах. Однак навряд чи пересічний мешканець регіону буде цілеспрямовано шукати інформацію про інші територіальні громади, їхні умови життя та особливості. Тому перелік громад, які згадували респонденти, трохи перевищив два десятки (у Луганській і Донецькій областях їх 72), але більшість назв не повторювалась. Більше трьох згадувань має тільки Соледарська територіальна громада, по три — Бахмутська, Рубіжанська, Новопсковська, Біловодська та Мар'їнська територіальні громади.

Аналіз пояснень до поставленого в анкеті запитання про обізнаність щодо громад регіону показав, що доволі поширеним є згадування сусідніх ОТГ. Відомості про віддаленіші громади респонденти отримують у межах професійної діяльності (співпраця громад, бізнес, конференції, навчання) або завдяки спілкуванню з родичами та знайомими. Однак, як зауважив один з респондентів, через байдужість влади та брак комунікації спостерігається відсутність інформації про інші територіальні громади для широкого загалу (враховуючи мешканців, що не мають доступу до інтернету).

Висновки. Мета проведення анкетування досягнута, інформація щодо ідентифікаторів територіальних громад, ознак їхньої привабливості, змін якості життя в процесі реформи децентралізації та сприйняття їх мешканцями, бачення позиціонування громад та бажаних напрямів перспективного розвитку, ролі брэнда та реклами громади у формуванні її іміджу та місця в соціумі зібрана в достатньому обсязі.

Визначено, що більшість опитаних респондентів позитивно оцінюють життєве середовище своїх громад, не пов'язуючи, однак, зміни на краще в якості життя з децентралізацією. Суб'єктивний погляд мешканців на унікальність власної громади формують різні ідентифікатори, але перевага надається доступності адміністративних послуг, стану автомобільних доріг і тротуарів, інфраструктурі відпочинку та дозвілля. Привабливість громади, на думку опитаних, більшою мірою визначається доступністю та рівнем адміністративних послуг, комфортністю проживання та зручним транспортним розташуванням. Основними перепонами для підвищення якості життя, як і першочерговими ресурсами для її покращення, більшість опитаних вважає неефективну місцеву владу, а також недостатню ініціативність та активність мешканців. Більш ніж 70 % респондентів виділили негативний вплив на розвиток їхньої громади близькість зони збройного конфлікту.

І хоча визначені провідні ідентифікатори та перепони розвитку є доволі суб'єктивними, вони відображають уяву мешканців про буденність та майбутнє локальних територій. Завдяки їм констатована тенденція більшої акцентуації респондентів на проблемах, ніж на досягненнях громад, а також певної байдужості щодо майбутнього власної громади, яка у процесі формулювання бачення іміджу саме цієї громади та її позиціонування найяскравіше проявилась у кількості невизначених варіантів.

Виявлені розбіжності в оцінці унікальності й привабливості територіальних громад респондентами в різних містах та селищах дають підстави до проведення ґрунтовнішого цільового аналізу аналітичних, зокрема і статистичних, даних щодо соціально-економічного розвитку громад. За порівняння таких суб'єктивних оцінок з умовно об'єктивними показниками ідентифікаційних профілів територіальних громад є можливість отримати реальне бачення іміджу громади, підґрунтя для його оптимізації, основу для позиціонування та просування.

Опитування представників територіальних громад за обґрунтовано сформованою та чітко структурованою анкетною, а також кількісно-якісна систематизація отриманих відповідей дає підстави для оптимізації процесу стратегічного планування розвитку територіальних громад, що сприятиме підвищенню якості життя їх населення.

I.V. Zabłodska

Luhansk branch of State Organization “V. Mamutov Institute of Economic and Legal Research of NAS of Ukraine”, Sievierodonetsk, Ukraine
orcid.org/0000-0002-1410-6194

S.I. Hrechana

State Organization “V. Mamutov Institute of Economic and Legal Research of NAS of Ukraine”, Kyiv, Ukraine
orcid.org/0000-0002-4669-3258

RESULTS OF THE TERRITORIAL COMMUNITIES' SURVEY ON THEIR IDENTIFICATION AND POSITIONING TO IMPROVE THE LIFE QUALITY OF POPULATION

The results of the territorial community's survey on their identification and positioning to improve the quality of life, which conducted among representatives of territorial communities of Luhansk and Donetsk regions located in the territories controlled by the Ukrainian government, were generalized. Its purpose was to determine the opinion of the respondents regarding the quality of life in the communities, their vision of the community uniqueness, as well as an idea of its image and positioning. Information collected on identifiers and signs of the communities' attractiveness, the attitude of community residents to changes in the quality of life in the reform process, the desired directions for the future communities' development, a vision of their positioning, the role of community branding and advertising.

It was determined that the majority of the interviewed respondents positively assess the living environment of their communities, and not, however, associating changes for the better with decentralization.

The subjective residents' vision of their own community formed by the following main identifiers, such as the availability of administrative services, the condition of highways and sidewalks, infrastructure for recreation and leisure. The community attractiveness, according to the respondents, determined by the availability and level of administrative services, comfort of living and convenient transport location. The main obstacles for improving the quality of life, as well as the primary resources for its improvement, are considered by the majority of respondents to be ineffective local authorities, as well as lack of initiative and activity of residents.

More than 70% of respondents identified a negative impact on the development of the proximity of their community to the zone of armed conflict.

The tendency of the respondents to focus more on problems than on the achievements of communities ascertained. In addition, trend of greater accentuation of respondents on the issues, as well as a certain indifference about the future of their community, in the process of determining the positioning of their own community and the vision of its image manifested most clearly in the number of uncertain options.

It substantiates that the results obtained can be extrapolated to all communities in the region, and are the basis for optimizing the strategic planning process for the development of territorial communities, which will contribute to improving the life quality of population.

Keywords: territorial community, Luhansk and Donetsk regions, questionnaires, survey, identification, positioning, quality of life.