

Ю. Л. Чепелевський

## Особливості формування іміджу міста в контексті євроінтеграції

*Визначено основні аспекти стратегічного планування іміджу міста. В Україні як демократичній країні, де головним джерелом влади є народ, стратегічне планування, зокрема у сфері містобудівної діяльності, має відбуватися для людей і разом з людьми. Система планування має бути прозорою. Всі кроки мають бути зрозумілими, їх необхідно пояснювати й відкрито обговорювати, надаючи важливого значення участі громади. Визначено етапи стратегічного планування, які представляють відповідні завдання і мають бути виконані на основі місцевих громадських, бізнесових і промислових організацій, що дають змогу отримати всебічну інформацію про їхні проблеми й потреби. Представлено європейський досвід участі громади у стратегічному плануванні, зокрема на прикладі м. Барселони (Іспанія) і м. Гамбурга (Німеччина). Участь громади у формі партнерства на всіх етапах (як у процесі розроблення, так і реалізації та моніторингу досягнутих результатів) сприятиме оптимізації процесу реулювання містобудівної діяльності в нашій країні.*

*Ключові слова: імідж, містобудівна діяльність, стратегічне планування, консультування, партнерство*

**Постановка проблеми.** Сьогодні вітчизняна практика стратегічного планування менш ефективна, якщо порівнювати її з відповідною практикою деяких розвинених країн. Саме це зумовлює доцільність і потребу у вивченні зарубіжного досвіду планування в частині адаптації окремих аспектів. Завдяки вивченню та імплементації передового зарубіжного досвіду можна удосконалювати управління містами, прискорювати процеси формування якісного середовища проживання, найбільш ефективно використовувати наявні міські ресурси. У процесі спільного обговорення загальних проблем і пошуку шляхів їх розв'язання люди та організації починають краще розуміти один одного, мають змогу узгоджувати свої інтереси з інтересами інших груп і територіальної громади загалом.

**Аналіз останніх досліджень.** Формуванню та обґрунтуванню теоретико-методологічних засад і науково-методичного інструментарію стратегічного розвитку іміджу міст присвячено роботи таких вчених, як О. Міхеєв, І. Важенін, Ф. Котлер, Т. Гердт. Серед досліджень з означеної проблематики є нечисленні роботи українських науковців – Є. Ліфанової, О. Бобровської, О. Панасюк, В. Кривошеїна та ін.

**Метою статті** є дослідження імідж-стратегії міста на глобальному та європейському рівнях.

**Основні результати дослідження.** Як вважають автори, сьогодні основні елементи міжнародного іміджу України переважно пов'язані з громадською непокорю та невдоволеністю внутрішньою та зовнішньою політикою, яку проводить уряд, наявністю жертв серед учасників Євромайдану, катуваннями громадян і відкриттям кримінальних справ проти активістів, прийняттям низки «диктаторських» законів від 16.01.2014 р., які лише завдяки потужному невдоволенню громадськості були скасовані. З іншого боку, «саме Євромайдан певним чином врятував імідж України в світі. Одним із незаперечних позитивних наслідків Майдану є те, що світ почав чітко розрізняти українську владу і українців» [1].

Україні слід серйозно корегувати власну імідж-стратегію на глобальному та європейському рівнях. У процесі розроблення та обговорення імідж-стратегій розвитку головним аспектом є потреба в широкій участі мешканців. Вивчення думки громадян, місцевих громадських, бізнесових і промислових організацій

дає змогу отримати всебічну інформацію про їхні проблеми й потреби, що дозволяє визначати першочергові завдання, пріоритети розвитку. Імідж міста залежить від стратегії його розвитку, яка має бути вибором мешканців міста. Бо хто краще від тих людей, які безпосередньо проживають на певній території, знає про «плюси» і «мінуси», проблеми й труднощі, які виникають у повсякденному житті. Саме думки цих людей щодо певних територій є найбільш обґрунтованими та унікальними. А ще атмосфера довіри й готовність долучитися до процесу планування майбутнього свого міста, міста своїх дітей і внуків сприяє тому, щоб мешканці висловлювали свої думки, зокрема критику, зауваження, конструктивні пропозиції. Це стосується і містобудівної діяльності.

Вважаємо, що слід імплементувати досвід стратегічного планування Німеччини, де участь громади є законодавчо урегульована. Ст. 18 «Учасники державного стратегічного планування» Закону України «Про державне стратегічне планування» варто доповнити словом «мешканці». Адже, як пишуть науковці, на позначення особи, яка проживає в певній місцевості (у селі, місті, області та ін.), правильно вживати слово «мешканець».

Цілком погоджуємося з думкою дослідників, що саме мешканці є суб'єктом права на місцеве самоуправління, відповідно, вони мають право бути суб'єктами стратегічного планування розвитку муніципалітету.

Водночас ключова участь громади у стратегічному плануванні м. Барселони (Іспанія) і м. Гамбурга (Німеччина) може слугувати орієнтиром для розвитку українських міст, зокрема в регулюванні містобудівної діяльності.

Як свідчать стратегічні документи Барселони, реалізація першого стратегічного плану (El I Plan Estratégico Económico y Social de Barcelona 2000), другого стратегічного плану (El II Plan Estratégico Económico y Social de Barcelona 1994) і третього стратегічного плану (III Plan Estratégico Económico y Social de Barcelona 1999-2005) була досить ефективною.

Розглядаючи ступінь громадської участі на етапі розроблення стратегічного плану, можемо простежити динаміку від консультування, характерного для першого, другого та третього стратегічних планів міста Барселони, до партнерства, що було характерним для першого стратегічного плану метрополії Барселони 2003 р. Розглядаючи ступінь громадської участі на етапі реалізації стратегічного плану, можемо простежити динаміку від консультування, що було характерне для першого та другого стратегічних планів м. Барселони, до партнерства, що було характерне для здійснення третього стратегічного плану м. Барселони.

Отже, динаміку від консультування до партнерства можна простежити як на етапі розроблення, так і на етапі реалізації стратегічних планів Барселони. Якщо розглядати динаміку змін у системі управління у процесі реалізації стратегічних планів Барселони, то можна простежити таку еволюцію:

- перший стратегічний план (El I Plan Estratégico Económico y Social de Barcelona 2000) – громадська участь і досягнення консенсусу між усіма стейкхолдерами; ефективність роботи місцевих органів влади; зростання децентралізації;
- другий стратегічний план (El II Plan Estratégico Económico y Social de Barcelona 1994) – громадська участь і досягнення консенсусу між усіма стейкхолдерами;
- третій стратегічний план (III Plan Estratégico Económico y Social de Barcelona 1999–2005) – громадська участь і досягнення консенсусу між усіма стейкхолдерами;
- перший стратегічний план метрополії Барселони 2003 р. – консенсус і діалог між адміністрацією, економічними акторами, некомерційними організаціями та громадою.

Досвід Барселони засвідчив, що саме завдяки співпраці всіх сфер міста і громадській участі, досягненню консенсусу щодо спільного бачення стратегії розвитку міста можна досягнути успішного розвитку міста у всіх сферах, зокрема у сфері містобудівної діяльності. Також концепція розвитку м. Гамбурга, що є успішним прикладом стратегічного планування («Гамбург – зростаюче місто»),

засвідчує активну позицію жителів у процесі її реалізації. Варто імплементувати досвід стратегічного планування м. Барселони і м. Гамбурга в налагодженні співпраці влади – бізнесу – мешканців у формі партнерства.

Відповідно до трьох виокремлених етапів муніципальної системи стратегічного планування (розроблення, реалізація, моніторинг досягнутих результатів) [2], вважаємо важливою участю громади на всіх етапах стратегічного планування:

- у процесі розроблення;
- у процесі реалізації;
- під час моніторингу досягнутих результатів.

Завдяки цьому можна простежити логічний зв'язок, що охоплює три складові: проблема → розв'язання → результат.

Українським містам слід імплементувати досвід стратегічного планування Барселони та Гамбурга, забезпечивши участь громади у формі партнерства на всіх етапах – як у процесі розроблення, так і реалізації та моніторингу досягнутих результатів. Завдяки налагодженню співпраці влади – бізнесу – мешканців у формі партнерства формується взаєморозуміння, взаємна довіра та повага, а також відповідальність за майбутнє міста.

Відповідно до визначених завдань громадської участі (діагностування проблем і потреб, виявлення можливих альтернативних рішень, оцінювання наслідків різних альтернативних рішень) [2], слід зосередити увагу на тому, щоб забезпечити активну участь громадськості в цих процесах.

Особливо важливим вважаємо процес діагностування проблем і потреб. Адже, як відомо, лікування значною мірою залежить від правильно поставленого діагнозу. А діагноз визначають на підставі внутрішніх і зовнішніх ознак. Вирішальними є внутрішні, які не одразу помітні, які можливо виявити тільки «зсередини». Саме вивчення громадської думки дає змогу виявити внутрішні, тільки мешканцям певних територій відомі проблеми.

Новітній спосіб імплементувати досвід стратегічного планування м. Барселони і м. Гамбурга – це відповідне використання інтернет-платформи, завдяки якій все населення має змогу брати участь у процесі обговорення питань різних сфер діяльності, включно з містобудівною. Важливе значення має проведення електронних громадських обговорень на онлайн-платформі у складі містобудівного кадастру для вивчення громадських інтересів у процесі планування територій. Водночас це сприятиме реалізації завдання у сфері громадського контролю, яке у проєкті розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції публічного управління у сфері містобудівної діяльності та затвердження плану заходів з її реалізації» [3] визначено як «запровадження електронних громадських обговорень в онлайн-платформі у складі містобудівного кадастру щодо врахування громадських інтересів у процесі планування територій на місцевому рівні».

Щодо використання інтернет-платформи, то йдеться про обговорення на інтернет-форумах, створення спеціалізованого сайту / сторінки в мережі «Інтернет». Це дає змогу охопити багато людей, формується атмосфера довіри й готовності долучитися до цього процесу. Мешканці відчувають свою приналежність до покращення життєдіяльності свого міста чи селища. На сайті мешканці зможуть розміщувати коментарі, зокрема анонімно. Через відсутність прямого контакту з дослідником збільшується ймовірність отримання правдивих і щирих відповідей. Інтернет-платформа дозволяє долучати додаткові матеріали (звіти, карти, візуалізацію тощо), що унаочнює викладене й допомагає кращому сприйняттю. Отримані відповіді мешканців можна сортувати, аналізувати, на підставі їх створювати короткотерміновий і довготерміновий план дій, який,

оформлений у вигляді звіту, можна подавати в Інтернеті, а його скорочений варіант – розсилати поштою мешканцям.

Водночас варто через інтернет-платформу стимулювати мешканців брати участь у різноманітних конкурсах за винагороду. Наприклад, у конкурсі «Разом створимо майбутнє», «Реконструкція площі Шевченка», «Місто, в якому я житиму» тощо.

Також варто долучати національні і регіональні онлайн-медіа. Як свідчать результати дослідження «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 році», яке проводила соціологічна компанія «InMind» на замовлення міжнародної неприбуткової організації Internews [4], перше місце серед джерел інформації, яким найбільше довіряють українці, належить національним і регіональним онлайн-медіа. У деяких національних і регіональних онлайн-медіа слід створювати відповідні рубрики, де подавати коментарі фахівців, приклади досвіду інших регіонів, інформацію про різні заходи, які відбуваються в межах стратегічного планування, включно зі сферою містобудівної діяльності, щодо удосконалення інфраструктури, забудови, реконструкцій вулиць чи площ.

**Висновки.** Підсумовуючи, зазначимо, що у співпраці влади, бізнесу та мешканців у стратегічному плануванні головну роль відіграють мешканці, які найкраще знають, що, як і навіщо слід зробити для створення такого матеріального середовища, в якому б потреби людей були задоволені якнайкраще. Це засвідчує зарубіжний досвід найкращих міст, в яких до стратегічного планування залучається широке коло мешканців, які визначають образ майбутнього свого міста чи іншого населеного пункту. Недаремно майстер-плани називають «документами згоди», які спрямовані на формування успішного міста – комфортного, привабливого для мешканців, інвесторів і туристів. Водночас від рівня розвитку міст головним чином залежить рівень розвитку країни.

На підставі вивчення участі громади у стратегічному плануванні м. Барселони (Іспанія) і м. Гамбурга (Німеччина) вважаємо за необхідне:

- участь громади законодавчо закріпити, доповнивши формулювання ст. 18 «Учасники державного стратегічного планування» Закону України «Про державне стратегічне планування» словом «мешканці»;
- забезпечити участь громади у співпраці між владою і бізнесом на всіх етапах (розроблення, реалізація, моніторинг) у всіх напрямках розвитку містобудівної діяльності;
- активно використовувати інтернет-платформу для проведення громадських обговорень, зокрема містобудівного кадастру, вивчення громадських інтересів у процесі планування територій.

Потрібно створювати спеціалізовані сайти / сторінки в мережі «Інтернет», охоплюючи велику кількість людей, формуючи атмосферу довіри й готовності долучитися до процесу планування, а через інтернет-платформу стимулювати мешканців брати участь у різноманітних конкурсах у сфері містобудівної діяльності за винагороду. Національні і регіональні онлайн-медіа слід заохочувати до створення відповідних рубрик, подання коментарів фахівців, висвітлення досвіду інших регіонів та інформації про різні заходи, які відбуваються в межах стратегічного планування, включно зі сферою містобудівної діяльності.

#### Список використаних джерел

1. Міхеєва О. К. *Соціологія міста*: навч. посіб. Донецьк: Ноулідж, 2010. 464 с.
2. Ліфанова С. В. Роль територіальної громади у формуванні іміджу міста. *Державне управління та місцеве самоврядування*: зб. наук. пр. 2012. Вип. 4. С. 299-307. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/dums\\_2012\\_4\\_39.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/dums_2012_4_39.pdf)
3. Цибульська Ю. О. Імідж як маркетинговий інструмент розвитку території. *66-та студентська науково-технічна конференція. Секція «Економіка і менеджмент»*: збірка тез доповідей / Національний університет «Львівська політехніка». Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2009. С. 521-523.
4. Панасюк О. Ю. *Формирование имиджа: стратегия, психотехники, психотехнологии*. М.: Омега-Л, 2007. 266 с.
5. Кривошеїн В. В. Імідж міста: соціально-політичний вимір. *Грані*. 2014. № 6. С. 76-82.

6. Шаповалов Д. Запоріжжя: місто величного ДніпроГЕСу та дивовижних музеїв. ТСН: сайт. 26.11.2014. URL: <http://tsn.ua/blogi/themes/tourism/zaporizhzhya-misto-velichnogo-dniprogesu-ta-divovizhnih-muzeviv-393863.html>

#### References

1. Miheyeva, O. K. (2010). *Sotsiologiya mista [Sociology of the city]*: Manual. Donetsk. [in Ukrainian].
2. Lifanova, Ye. V. (2012). Rol' terytorial'noyi hromady u formuvanni imidzhu mista [The role of territorial communities in shaping the image of the city]. In *Derzhavne upravlinnyia ta mistseve samovryaduvannya [Public administration and local government]*: Vol. 4 (pp. 299-307). Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/dums\\_2012\\_4\\_39.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/dums_2012_4_39.pdf) [in Ukrainian].
3. Tsybulska, Yu. O. (2009). Imidzh yak marketynhovy instrument rozvytku terytoriyi [Image as a marketing tool for territory development]. In *66-ta students'ka naukovo-tekhnichna konferentsiya. Sektsiya «Ekonomika i menedzhment» [66th student scientific and technical conference. Section «Economics and Management»]*: Collection of abstracts. Lviv: Lviv Polytechnic National University Publishing. (pp. 521-523). [in Ukrainian].
4. Panasyuk, O. Yu. (2007). Formirovaniye imidzha: strategiia, psikhotehniki, psikhotehnologii [Image formation: strategy, psychotechnics, psychotechnology]. M.: Omega-L. [in Russian].
5. Kryvoshein, V. V. (2014). Imidzh mista: sotsial'no-politychnyy vymir [City image: socio-political dimension]. *Hrani – Faces*, 6, 76-82. [in Ukrainian].
6. Shapovalov, D. (2014, Nov 26). Zaporizhzhya: misto velychnoho DniproHESu ta divovyzhnykh muzeviv [Zaporozhye: the city of the majestic Dnieper HPS and amazing museums]. TNS: Website. Retrieved from <http://tsn.ua/blogi/themes/tourism/zaporizhzhya-misto-velichnogo-dniprogesu-ta-divovizhnih-muzeviv-393863.html> [in Ukrainian].

#### **Chepelevskyy Yu. L. Features of city image formation in the context of European integration.**

*The article identifies the main aspects of strategic planning of the city image. In Ukraine as a democratic country, where the people are the main source of power, strategic planning, in particular in urban planning should be carried out for the people and together with the people. The stages of strategic planning are identified. They represent the relevant tasks, which should be accomplished on the basis of local public, business, and industrial organizations, thus obtaining comprehensive information about their problems and needs. The mechanisms used in the foreign practice of strategic planning are analyzed (on the example of Barcelona (Spain) and Hamburg (Germany)). Community participation in strategic planning of Barcelona (Spain) and Hamburg (Germany) demonstrates its important role in Barcelona's acquisition of the City of the Future Award (2015) and Hamburg's high 23rd place in the 2010 World Quality of Life Ranking. The paper establishes that the cooperation of cities and society is the ground for the successful strategy; the community is a full participant in strategic planning. The main thing in the development strategy is to reach a consensus between the government-business-residents on a common vision of such development. In Germany, the planning law provides for community participation in all planning processes, and the entire population of the city can participate in the process of resolving issues using the Internet platform. Ensuring community participation in the form of partnership at all stages - both in the development process and in the implementation and monitoring of results will help optimize the process of regulating urban planning in our country.*

*Keywords: image, urban planning, strategic planning, consulting, partnership.*

*Чепелевський Юрій Леонідович – аспірант кафедри європейської інтеграції та права Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України (e-mail: tetis74@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8820-4846>).*  
*Chepelevskyy Yuriy Leonidovych – Postgraduate of the Department of European integration and law of the Lviv Regional Institute of Public Administration of the National Academy of Public Administration.*

Надійшло 22.02.2021 р.