

генеральним партнером World Cleanup Day, що охоплює 156 країн. Біосфера першою в Україні провела плогінг – традицію шведського походження поєднати пробіжку з прибиранням парку. У 2020 р. запущено асортиментну лінійку GoGreen, яка об'єднала найбільш екологічно відповідальну продукцію корпорації: біорозкладні та придатні до компосту пакети для сміття, ватні диски та палички з органічної бавовни [2].

Література:

1. Корпорація «Біосфера». URL: <https://eba.com.ua/member/korporatsiya-biosfera-2/#:~:text=звернення:07.02.2024>. (дата звернення: 07.02.2024).
2. Офіційний сайт Корпорації Біосфера. URL: <https://biosphere-corp.com/ua/zagalna-informaciya/> (дата звернення: 07.02.2024).
3. «Біосфера» планує придбати виробника товарів для дому та гігієни з Дніпра. URL: <https://forbes.ua/news/biosfera-planue-privbati-velikogo-virobnika-tovariv-dlya-domu-ta-gigieni-iz-dnipra-05022024-18983> (дата звернення: 07.02.2024).
4. Корпорація «Біосфера» запускає власний онлайн-магазин SFERA.UA. URL: <https://biosphere-corp.com/ua/news/korporacziya-biosfera-zapuskaye-vlasnyj-onlajn-magazyn-sfera-ua/> (дата звернення: 07.02.2024).
5. «Біосфера» купила торговельну марку Alufix та завод у Європі. URL: <https://forbes.ua/company/biosfera-kupila-torgivelnu-marku-alufix-v-evropi-ta-zavod-v-rumunii-17112022-9827> (дата звернення: 07.02.2024).

СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МУНІЦИПАЛЬНОГО УТВОРЕННЯ

Таран О.М., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6226-4907>
Дегтяр О.В., здобувачка першого (бакалаврського) рівня ВО,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

В Україні, імідж якої останнім часом суттєво змінився, є нагальна потреба у формуванні та підтриманні оновленого іміджу в очах світової спільноти, запровадження нових засад управління іміджем держави. Роботу в цьому напрямі першочергово необхідно здійснювати через розробку відповідної стратегії створення та формування іміджу муніципальних утворень. Ця стратегія, на думку О.В. Кулеби, повинна

забезпечити створення інформаційної атмосфери, сприятливої для політичного та соціально-економічного розвитку України, і, зокрема, сприйняття нашої держави світовим співтовариством як надійного, передбачуваного партнера, що є прихильним до справи зміцнення демократичних засад суспільного життя та подальшої лібералізації економіки, має розвинуту індустріальну базу, висококваліфіковані трудові ресурси, значний інноваційний, науково-технічний, промисловий, сільськогосподарський та туристичний потенціали, а також багаті культуру та історію [1].

Муніципальне утворення є об'єктом муніципального управління. Згідно українського законодавства до муніципального утворення відноситься територіальна громада села, або об'єднання де кількох сіл, селища, міста, які мають відповідну територію, у межах якої здійснюється місцеве самоврядування, є муніципальна власність, місцевий бюджет і виборні органи місцевого самоврядування. Муніципальне утворення є складною соціально-економічною системою, що складається з декількох тісно взаємодіючих і взаємозалежних елементів: населення, природногеографічного середовища, містоутворюючої бази й системи життєзабезпечення, що обслуговує функціонування, збереження й розвиток усього муніципального утворення [2, с. 32].

Мельник А.Ф. акцентує увагу на тому, що «стратегічне управління – це один із системоутворюючих інструментів муніципального менеджменту, який дає змогу забезпечувати ефективний розвиток муніципального утворення в напрямі досягнення обґрунтованих цілей та завдань в умовах змінюваного зовнішнього і внутрішнього середовища на основі раціонального використання конкурентних переваг та всіх складових його соціально-економічного потенціалу» [3, с. 87].

Імідж муніципального утворення виникає з урахуванням поєднання раціональних і нераціональних компонентів, певного сплетення інформаційних, емоційно-комунікативних і діяльнісних чинників. Реалізація іміджевої стратегії потребує чіткого визначення принципів та цілей. У цьому напрямі цікавим є досвід Єврокомісії. З метою оптимізації іміджу структур ЄС його представники розробили «Білу книгу з комунікаційної політики ЄС», в якій визначено основні засади іміджевої стратегії [4].

Натепер країни з високим рівнем економічного розвитку успішно впроваджують такий інструмент, як стратегія розвитку муніципалітету,

адже розуміють, що без бачення кінцевої мети та шляхів її досягнення подальший розвиток є неможливим. Оскільки саме муніципалітети є основним носієм потенціалу, то забезпечення його використання задля розвитку є вкрай актуальним питанням, а отже, потребує розроблення стратегії, що враховує систему чинників, які впливають на життя муніципального утворення [5]. Таким чином, потреба у формуванні стратегії розвитку муніципалітету, що базується на використанні сучасних технологій з урахуванням європейського досвіду, відповідає вимогам часу.

Стратегія розвитку муніципалітету, орієнтована на підвищення життя і добробуту населення, створює умови для формування соціально-орієнтованої моделі муніципального управління по типу «соціополісу» [6]. Однак тільки за умов активного використання сучасного інструментарію разом із кваліфікованим кадровим забезпеченням та налагодженою взаємодією влади, бізнесу і громади така модель може бути реалізована на теренах України.

Література:

1. Кулеба О.В. Основні засади стратегічного управління іміджем України. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=748> (дата звернення: 25.02.2024).
2. Євтушенко О.Н., Смельянов В.М., Андріяш В.І. Муніципальний менеджмент: підручник. Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2016. 404с. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/213/1/Євтушенко%20О.%20Н.%20Муніципальний%20менеджмент.pdf> (дата звернення: 26.02.2024).
3. Мельник А.Ф., Монастирський Г.Л., Дудкіна О.П. Муніципальний менеджмент: навчальний посібник; за ред. А.Ф. Мельник. Київ: Знання, 2006. 420 с.
4. White paper on a European communication policy. URL: https://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf (date of application: 26.02.2024).
5. Протас В.М. Управління стратегічним розвитком міст: іноземний досвід. *Теорія та практика державного управління*. 2009. Вип. 2. С. 140-147. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_2009_2_23 (дата звернення: 27.02.2024).
6. Куценко Т.Ф., Пінтелей І.В. Перспективи формування соціально-орієнтованої моделі муніципального управління європейського типу в Україні. URL: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/137/4009/837/6-1> (дата звернення: 28.02.2024).