

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

Бицюра Леонід

Тернопільська обласна державна адміністрація

ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ ЯК ЗАПОРУКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Куди б ми не прямували, наш імідж,
однаково, позитивний він чи негативний
завжди буде попереду нас.
Філіп Честерфілд*

Одним із чинників конкурентоспроможності регіону, запорукою його ефективного просування в економічному просторі всередині країни, так і за її межами є вдало сформований позитивний імідж, скорельований із стратегічними цілями та завданнями розвитку регіону (області).

Етимологією терміну «імідж» є англ. слово «image», яке, в свою чергу, походить від латинської «imago» та трактується як «образ». Первісно поняття «імідж» використовувалося в естетиці та мистецтвознавстві, пізніше, перетворившись у категорію маркетингу, стало активно експлуатуватися щодо інших об'єктів.

Регіональний імідж – це цілісне символічне уявлення про територію, що склалося у свідомості цільової аудиторії на основі особистого досвіду (у результаті проживання на даній території) або в результаті цілеспрямованого інформаційного впливу (зі слів очевидців, матеріалів ЗМІ тощо).

Позитивний імідж регіону – це не розкіш і не новомодний атрибут. В умовах інформаційного суспільства, прискорення економічного і технічного розвитку, зростання всебічних зв'язків і взаємозалежності між народами і континентами – це життєва необхідність. Ще П'єр Тейяр де Шарден зазначав, що народи і цивілізації досягли такого ступеня периферійного контакту, економічної взаємозалежності та психічної спільності, що далі вони можуть зростати лише за умови взаємопроникнення один в одного.

Імідж регіону базується, насамперед, на територіальній індивідуальності, яка складається з офіційних або «розпізнавальних» характеристик, за якими люди ідентифікують територію (герб, прапор, гімн тощо). Крім цього, імідж регіону формують: візуальні символи (наприклад, Ейфелева вежа, Біг Бен, Кремль, Статуя Свободи тощо); події (фестивалі,

спортивні турніри, виставки); персонажі (історичні, легендарні, герої літератури та кіно).

Принципово важливими структурними складовими іміджу регіону є:

- площа та географічне розташування;
- значимість та внесок регіону у національну економіку;
- соціально-політичне та економічне становище;
- стереотипи та упередження стосовно конкретного регіону.

Доволі часто імідж регіону формується в умовах відсутності достатньої, достовірної інформації й власного досвіду – зовнішні споживачі (іноземні громадяни, туристи, інвестори) сприймають регіон, орієнтуючись на образ, що сформувався на основі стереотипних уявлень, іноді спотворених. Саме тому сьогодні, коли інформаційні технології набувають все більшого значення, а інформація стає важливою зброєю, надзвичайно важливу роль при формуванні чи корегуванні іміджу відіграють засоби масової інформації: загальнонаціональні теле-, радіоканали, Інтернет, спеціалізовані друковані видання.

Тернопільщина є доволі специфічним регіоном із певними ресурсними перевагами й, водночас, доведена історичними обставинами до депресивного стану. Область традиційно вважається регіоном із домінуючим сільським господарством – високопродуктивні сільськогосподарські угіддя становлять 77% усіх земель. У сільському господарстві виробляється більше 60% валового сукупного продукту області. У Тернопільській області одна з найвищих в країні щільність автомобільних доріг загального користування – 364 км. на 1 тис. кв. км. (середнє значення щільності автомобільних доріг по Україні становить 281 км. на 1 тис. кв. км.). Тернопільщина має значний природно-ресурсний потенціал, а також високорозвинений трудовий (сьоме місце серед регіонів України за комплексом характеристик, що використовуються для виміру трудового потенціалу і характеризують рівень освіченості та інших параметрів якісного стану населення). Попри те, регіон характеризується малодиверсифікованою структурою виробництва та низькою місткістю споживчого ринку. В області найнижчі в Україні середньомісячна заробітна плата, рівень залучення в економіку області інвестицій, в тому числі й іноземних, рівень експорту, рівень розвитку малого підприємництва, величина податкових надходжень.

Формування позитивного іміджу Тернопільщини передбачає, насамперед, поліпшення комунікативних аспектів та концентрацію зусиль на пропаганді наявних переваг:

- підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів (Державний природний заповідник «Медобори», Дністровський каньйон, смт. Микулинці, с. Конопківка, 89 заказників та дендропарк у с. Рай, закладений у XVII ст.) та об'єктів історико-культурної спадщини (замки XIV-XVII ст., католицькі і православні храми, зразки церковного дерев'яного зодчества. Загалом – 1178 пам'яток архітектури та містобудування);

- створення сучасної дорожньої інфраструктури на основних туристичних маршрутах, зокрема на міжнародному туристичному маршруті «Шляхами Гедимінів»;

- подальший розвиток спортивного туризму, передусім спелеотуризму, пішохідного, велосипедного, водного (загалом систематизовано понад півсотні маршрутів) та налагодження сервісу, облаштування природних об'єктів для туристських цілей;

- розширення пізнавального туризму та екскурсійної діяльності в місцях релігійного паломництва (Почаївська Лавра, Зарваницький духовний центр), а також поблизу своєрідних пам'яток природи (Кременецькі гори, печери Вертеба, Кристальна, Млинки, Озерна, Оптимістична, Перлина, Ювілейна, Гермаківський і Хоростківський дендропарки);

- розвиток високопродуктивного агропромислового комплексу, зокрема шляхом реалізації «Програми розвитку середніх та малих підприємств в агропромисловому комплексі Тернопільської області на 2015-2029 роки», що передбачає, насамперед, фінансову підтримку середніх та малих підприємств АПК, а також впровадження інших дієвих заходів.

Оскільки «споживачами» території є не лише іноземці, а й власне населення і місцеві підприємницькі структури, основними напрямками роботи з ними є підвищення довіри до влади, залучення молоді в процеси управління областю шляхом проходження навчання та стажування, налагодження партнерських стосунків місцевих бізнесменів з керівництвом області (відкрито Представництво Українського національного комітету Міжнародної Торгової Палати (ICC Ukraine) у Тернопільській області), сприяння розвитку бізнес-асоціацій та бізнес-інкубаторів (відкритий два роки тому та успішно функціонуючий Регіональний міжуніверситетський Стартап центр на базі Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя, створений для студентів-випускників коледжів і університетів, підприємців-початківців), спільна розробка стратегічного плану розвитку на довгострокову перспективу (Програма соціально-економічного та культурного розвитку Тернопільської області); формування ефективних механізмів зв'язку із засобами масової інформації (у контексті формування іміджу області реалізуються спеціальні програми роботи ЗМІ із цільовими аудиторіями, PR-технології).

Крім цього, важливим кроком у корекції іміджу Тернопільської області є її рекламування й участь у різних фестивалях, форумах, конференціях і виставках, а також проведення аналогічних заходів на власній території (Західноукраїнська туристична виставка-фестиваль, Всеукраїнський фестиваль «Тернопільські театральні вечори», участь представників Тернопільщини у Міжнародних наукових та бізнес-конференціях, організація Міжнародного інвестиційного форуму, Міжнародного форуму «Розвиток міжнародного туризму на Тернопільщині», Гастрономічний фестиваль «Галицька дефіляда», Міжнародний музичний фестиваль «Файне місто», Всеукраїнський фестиваль сільської молоді

«Купальська феєрія», кулінарний фестиваль «Коропфест», Всеукраїнський фестиваль лемківської культури «Дзвони Лемківщини», Всеукраїнське фольклорно-мистецьке свято «В Борщівському краї цвітуть вишиванки» та фестиваль борщу «Борщ'їв»).

Необхідність формування власного іміджу окремого регіону та посилення елементів упізнавання українських територій очевидна – привертання уваги до регіону дає можливість захищати інтереси громади, покращувати інвестиційний клімат, отримувати додаткові ресурси для розвитку регіональної економіки, підвищити рівень і якість життя населення, сприяє збереженню пам'яток історико-культурної спадщини. Світова практика регіонального іміджування демонструє свою економічну і політичну ефективність, що створює можливості для формування конкурентоспроможного регіону і підтримки національного бізнесу. Більше того, просування іміджу регіонів – перспективний шлях подолання труднощів у формуванні іміджу України в цілому.

Панухник Олена

Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя

ГЛОБАЛЬНА ПЕРСПЕКТИВА УКРАЇНИ: ТЕРНИСТИЙ ШЛЯХ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

*Глобалізація не повинна стати
новою різновидністю колоніалізму*
Папа Римський Іоанн Павло II

Філософське осмислення майбутнього людства має давню історію: від Біблії до релігійно-філософських поглядів С. Булгакова про духовно-онтологічну єдність трансцендентального людства [1], ноосферного глобального розвитку В. Вернадського [2], «Діалектики природи» Ф. Енгельса, еволюційно-біологічних ноогеничних схем, які стверджують прогрес природи і суспільства, П. Тейяра де Шардена [3]. Основною силою, що формує ноосферу, за В. Вернадським, є зростання наукового знання: «Біосфера ... переходить у новий еволюційний стан – у ноосферу, перетворюється науковою думкою соціального людства» [4].

Згідно низки теорій і концепцій глобалізації [5], народи Європи, починаючи з VIII століття, здійснюють грандіозну трансформацію в технологічній, економічній, соціальній,