

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту

(повна назва факультету)

Кафедра менеджменту та адміністрування

(повна назва кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

БАКАЛАВРА

(назва освітнього ступеня)

на тему: Впровадження маркетингових підходів в управлінську
діяльність органів місцевого самоврядування, на прикладі Великогаївської
територіальної громади

Виконав(ла): студент(ка) 4 курсу, групи БАЗс-41
спеціальності _____

(шифр і назва спеціальності)

_____ Грабовський В. І
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник _____ доцент Зяйлик М.Ф
(підпис) (прізвище та ініціали)

Нормоконтроль _____ доцент Мосій О.Л
(підпис) (прізвище та ініціали)

Завідувач кафедри _____ професор Сороківська О.А.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Рецензент _____ доцент Стойко І.І.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Тернопіль
2022

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту
(повна назва факультету)

Кафедра менеджменту та адміністрування
(повна назва кафедри)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Сороківська О.А.
(підпис) (прізвище та ініціали)
« » 2022 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

на здобуття освітнього ступеня бакалавр
(назва освітнього ступеня)

за спеціальністю 281 Публічне управління та адміністрування
(шифр і назва спеціальності)

студенту Грабовському Вячеславу Ігоровичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. *Тема роботи* Впровадження маркетингових підходів в управлінську діяльність органів місцевого самоврядування, на прикладі Великогаївської територіальної громади

Керівник роботи доцент Зяйлик М.Ф
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом ректора від «___» _____ 20__ року № _____.

2. *Термін подання* студентом завершеної роботи - червень 2022

3. *Вихідні дані до роботи* _____
фактичні дані про роботу Великогаївської громади

4. *Зміст роботи* (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні засади ефективності впровадження маркетингових підходів в управлінську діяльність органів місцевого самоврядування

2. Аналіз маркетингових підходів в управлінській діяльності Великогаївської громади

3. Вдосконалення впровадження нових маркетингових стратегій в управлінську діяльність Великогаївської громади

4 Безпека життєдіяльності, основи охорони праці

5. *Перелік графічного матеріалу* (з точним зазначенням обов'язкових креслень, слайдів)
Модель організації ефективного управління маркетинговою діяльністю громади. Бар'єри впровадження концепції маркетингу взаємодії в систему маркетингового менеджменту на підприємстві. Територіальне розташування Великогаївської громади. Аналіз анкетування мешканців Великогаївської громади. Стратегічні та оперативні цілі за напрямками. Розвиток туризму на території громади.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Нормоконтроль	доц. Мосій О.Б.		
БЖД та охорона праці	доц. Окіпний І.Б.		

7. Дата видачі завдання - грудень 2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Теоретичні засади ефективності впровадження маркетингових підходів в управлінську діяльність органів місцевого самоврядування	Лютий 2022	
2	Аналіз маркетингових підходів в управлінській діяльності Великогаївської об'єднаної територіальної громади	Березень 2022	
3	Вдосконалення впровадження нових маркетингових стратегій в управлінську діяльність Великогаївської ОТГ	Квітень 2022	
4	Безпека життєдіяльності, основи охорони праці	Травень 2022	

Студент

(підпис)

Грабовський В. І

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Зайлик М.Ф

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Грабовський В. Впровадження маркетингових підходів в управлінську діяльність органів місцевого самоврядування, на прикладі Великогаївської територіальної громади.

Кваліфікаційна робота бакалавра: 78 сторінок, 12 рисунків, 10 таблиць, 3 додатки, 20 літературних джерел.

Предмет дослідження – впровадження маркетингових підходів в управлінську діяльність, на прикладі Великогаївської громади.

Об'єкт дослідження – є процес маркетингової діяльності об'єднаної громади на прикладі діяльності Великогаївської територіальної громади.

Метою роботи є впровадити маркетингові підходи у діяльність територіальної громади та запропонувати рекомендації, щодо їх застосування у діяльності Великогаївської територіальної громади.

Методи дослідження – загальні та спеціальні методики науково-економічного аналізу, методи статистики, графіки та групування аналізу даних методичні теорії пізнання об'єкту, польові дослідження та метод експертних думок.

Ключові слова: громада, публічна діяльність, ефективність, розвиток, програмний підхід, місцеве самоврядування, маркетингові підходи.

SUMMARY

Grabovsky V. Introduction of marketing approaches in the management activities of local governments, on the example of Velykohaivska UTC.

Bachelor degree thesis contains of 78 pages, 12 figures, 10 tables, 3 appendices and, 20 references.

The subject of investigation is an introduction of marketing approaches in management activities, on the example of Velykohaivska UTC.

The object of investigation is the process of marketing activities of the united community on the example of Velykohaivska UTC.

The aim of the work is to introduce marketing approaches in the activities of the local community and offer recommendations for their application in the activities of Velykohaivska UTC.

The investigation methods general and special methods of scientific and economic analysis, methods of statistics, graphs and grouping of data analysis methodical theories of object cognition, field research and the method of expert opinions.

Key words: community, public activity, efficiency, development, program approach, and local self-government, marketing approaches.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ В УПРАВЛІНСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ.....	10
1.1 Сутнісна характеристика маркетингових процесів в управлінській діяльності громади.....	10
1.2 Головні напрями та аспекти маркетингу територій, міжнародний досвід.....	14
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ВЕЛИКОГАЇВСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	19
2.1 Загальна характеристика досліджуваної громади та особливості її розвитку.....	19
2.2 Аналіз впровадження використання концепцій маркетингу в роботі територіальної громади.....	27
РОЗДІЛ 3 ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ В УПРАВЛІНСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ВЕЛИКОГАЇВСЬКОЇ ГРОМАДИ.....	36
3.1 Покращення якості життя мешканців громади за рахунок розробки маркетингових підходів у її роботі.....	36
3.2 Пропозиції щодо застосування нових напрямків маркетингової діяльності Великогаївської громади.....	39
РОЗДІЛ 4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ.....	53
4.1 Поведінкові реакції населення у надзвичайних ситуаціях.....	53
4.2 Психофізіологічне розвантаження.....	56
ВИСНОВКИ.....	59
БІБЛІОГРАФІЯ.....	62

ДОДАТКИ.....	64
--------------	----

ВСТУП

В умовах воєнного стану в Україні збільшення конкуренції територіальних громад для збільшення напливу туристів, споживачів та інвесторів заохочує органи місцевого врядування жвавіше використовувати маркетингові технології, за допомогою яких дозволить більш ефективно просувати громаду на всіх рівнях позиціювання.

Оцінюючи сутність формування потенціалу громади потрібно керуватися не лише стандартними методами управління, а я звертатись до більш актуальних європейських стандартів, а саме управління з використанням маркетингу.

Вибір правильних підходів територіального маркетингу мають відштовхуватись від потенціалу території та її внутрішньої кон'юктури. Показники, які визначають конкурентне місце громади в середовищі та компоненти які її складають, можуть контролювати маркетингові відділи громади. Саме від управлінців території залежить наскільки ефективно формується і реалізовується потенціал громади, чи достатньо прикладено зусиль, щоб вийти на новий рівень розвитку території.

Теоретична потреба пояснити та методично довести потребу в нових шляхах прийняття управлінських рішень у місцевих громадах за використанням маркетингових принципів визначили актуальність проблеми та вибір тематики дипломної роботи.

Об'єкт написання роботи є Великогаївська територіальна громада.

Предмет дослідження є діяльність місцевої територіальної громади.

Мета написання роботи: дослідити нові напрямки ефективної діяльності відділу управління громадою та напрямки розвитку Великогаївської територіальної громади впроваджуючи маркетингові підходи в управлінську структуру.

Мета дипломної роботи висвітлюється через виконання таких завдань:

- Дослідити сутність теоретичних засад ефективності впровадження

маркетингових підходів в управлінську діяльність органів місцевого самоврядування;

- Провести всебічне вивчення діяльності Великогаївської громади;
- Удосконалити впровадження нових маркетингових підходів в управлінську діяльність Великогаївської громади.

Для рішення проблеми вибору перспектив ефективного управління громадою в досліджуваній територіальній громаді було використано сучасні научні підходи з оцінювання доцільності виконання рекомендацій. В процес дослідження було впроваджено використано нонаукові і авторські методи: комплексного машинного аналізу, метод польових досліджень, статистичного порівняння, методи економічного аналізу та метод експертних думок.

Джерела достовірності дослідження: У сучасній науковій спільноті дослідження потенціалу впровадження маркетингу для розвитку територіальної громади вивчали А. Артеменко, Р.Матковський Т, . Кравченко, Барановська, С. Єремєєв , В. Кірді́н, І. Князе́ва, О. Батанов, З, В. Не́года, О. Фрицький, В. Куйбіда, Я. Олійник, В. Березинський і багатьох інших, якими запропоновано методи аналізування та вдосконалювання комплксів дій в місцевих громадах.

Інформаційна база для дослідження викорситовувалась законодавча та нормативна база, документи державних структур надання офіційної інформації, звітність Великогаївської громади.

Практичне значення ховається в тому, що теоретичні висновки та практичні пропозиції, зібрані в роботі, дозволяють вибрати напрямок розвитку місцевої громади. Створені пропозиції, які і являють собою результат дипломної роботи, допоможуть комплексно розвивати та залучати нові інвестиції у діяльність Великогаївської громади.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ В УПРАВЛІНСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

1.1 Сутнісна характеристика маркетингових процесів в управлінській діяльності громади

Сучасний управлінський апарат не актуальний без участі маркетингових принципів. Так маркетингові ідеї доволі розповсюджені в менеджменті, завдяки яким можна детальніше та раціональніше впроваджувати стратегію впливу та позиціонування аби бути більш конкурентоспроможним та впливати на інші сфери діяльності.

Концепція маркетингу – це система діяльності, яка визначає напрям розвитку підприємницької діяльності на певних етапах її впровадження.

Концепція маркетингу пов'язана з прийняттям рішень у всіх сферах діяльності організації зі сторони забезпечення загального успіху на ринку, що відбивається в різноманітних видах організаторської, управлінської і збутової роботи.

Маркетинг як управлінська діяльність містить у собі [1, 812 с] :

- вивчення попиту на відповідний товар на визначеному ринку чи його частині, вимоги споживачів до продукту;
- складання програми витрат маркетингу по товару
- установлення оптимальної ціни товару і рентабельності його реалізації;
- розробку на основі програм маркетингу інвестиційної політики фірми, розрахунок повних витрат виробництва і рівня рентабельності по фірмі в цілому;
- визначення результату діяльності фірми: її доходів і чистого прибутку.

Належність маркетингу до управління організації дозволяє приймати рішення на базі різноманітних мікро- та макроекономічних розрахунках з

використанням комп'ютерних технологій й орієнтований на створення організаційно-економічних підходів для якісного функціонування і розвитку організації загалом.

Виділяють п'ять концепцій маркетингу [2, 645 с.]:

- виробнича: концепція вдосконалення виробництва;
- товарна концепція: вдосконалення товару;
- збутова концепція: інтенсифікації комерційних зусиль продавця;
- ринкова: концепція власне маркетингу;
- концепція соціально-етичного маркетингу.

Маркетинг, з кожним роком одержує більш широке визнання. Історично вдосконалюючись, він переріс функцію керування продажами. На визначеному етапі підприємці стали відмовлятися від збутового маркетингу, усвідомлюючи, що неможливо ефективно керувати бізнесом без змін у виробництві. Як результат не тільки збутова активність, але і сфера виготовлення продукції стала об'єктом впливу маркетинга. Тому його стали далі називати інтегрованим маркетингом.

Поширюючи свій вплив на всі інші сфери економічного життя організації (ціноутворення, фінанси, кадри), повноцінний сучасний маркетинг стає системним.

Маркетинговий вплив на управління організації дає можливість визначити потреби потенційних споживачів, способи задоволення їхніх потреб та організувати роботу підприємства так, щоб отримати максимальних прибуток при якісному задоволенні потреб споживачів. Тому маркетинг є проміжною ланкою від бажання споживача аж до виробництва.

Управління маркетинговою діяльністю є однією з головних умов забезпечення конкурентоспроможності. Використання маркетингового менеджменту включає в себе аналіз, планування, реалізація цілей та контроль за виконанням рішень, спрямованих на встановлення, зміцнення і підтримання взаємовигідних обмінів з цільовими ринками для досягнення цілей підприємства, дає можливість відзначити, що реалізуватися цей процес повинен у трьох напрямках:

- використання маркетингової стратегії в щоденному процесі діяльності;

- використання маркетингового менеджменту для ринкової сегментації діяльності організації;
- максимізація прибутку та підвищення конкурентоспроможності за рахунок впровадження маркетингових стратегій.

Маркетинговий менеджмент має здійснюватись відповідно до схваленого плану маркетингу, який є частиною загального плану діяльності та розвитку підприємства. Відповідно, формування цілей підприємства, розробка стратегії та концепції маркетингу залежать від меж зовнішнього та внутрішнього середовища, в якому воно функціонує.

Визначення й вивчення проблем дало змогу розробити управлінську модель ефективної маркетингової діяльності в нестабільному ринковому середовищі (рис.1.1) [4, с.36-40].

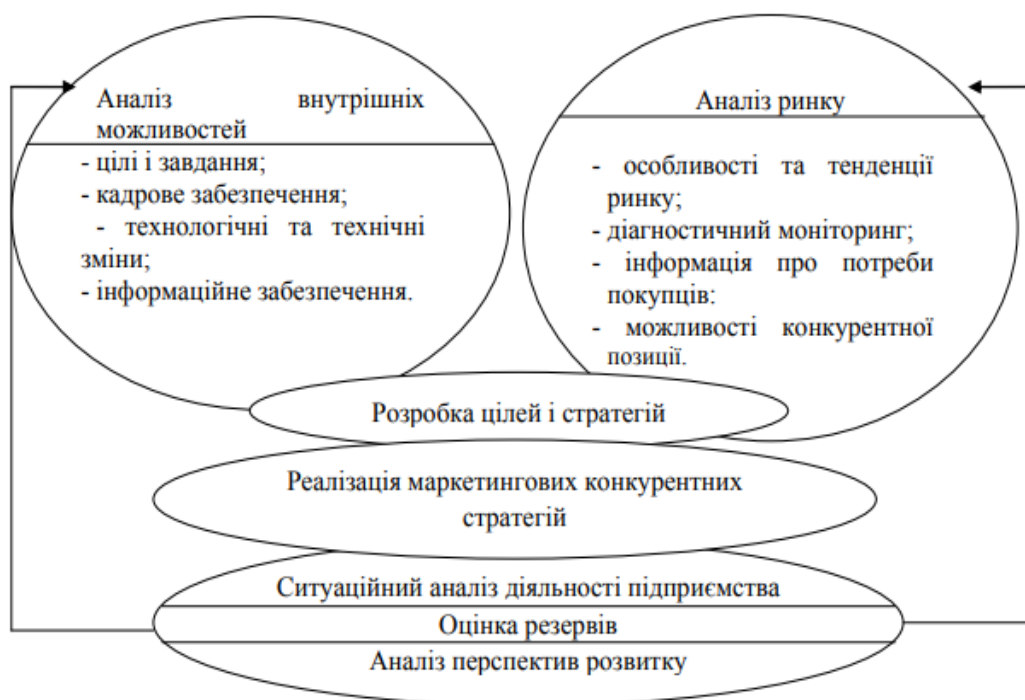


Рисунок 1.1 – Модель організації ефективного управління маркетинговою діяльністю громади

Сучасний стан ринку характеризується нестабільністю, невизначеністю та високою динамічністю. Отже, організації практично неможливо вчасно адаптуватися до змін. Це певною мірою впливає на якість управлінських рішень,

які можуть прийматися невчасно або недостатньо обґрунтовано. Це призводить до зниження ефективності маркетингового менеджменту.

За нестабільних ринкових умов проблемою є прогнозування майбутнього стану зовнішнього середовища. Під час розроблення маркетингової стратегії на перших етапах потрібно передбачити комплекс заходів для забезпечення згладжування негативних наслідків різких ринкових змін.

Узагальнені бар'єри впровадження концепції маркетингу взаємодії в систему маркетингового менеджменту на підприємстві представлені на рис. 1.2.



Рисунок 1.2 – Бар'єри впровадження концепції маркетингу взаємодії в систему маркетингового менеджменту на підприємстві

Негативний вплив мікрофакторів призводить до повільного впровадження нових процесів управління відносинами маркетингового менеджменту. Недостатня купівельна спроможність споживачів не стимулює підприємства до використання

різних стратегій, тому використовується переважно збутова маркетингова концепція. Небажання споживачів вступати в довгострокові маркетингові відносини є причиною неповного використання організаціями можливостей комунікації, що є необхідним для ефективного управління маркетингом взаємодії.

Отже, використання маркетингових принципів управління бізнесом у сучасних реаліях має на увазі якісне позиціонування фірми у відносинах з стейкхолдерами, тобто споживачами, контрагентами, персоналом, власниками тощо. Відповідно, маркетингова діяльність вирішує наступні завдання [5, с. 92-95]:

- прогнозування тенденцій та напрямів розвитку ринку;
- забезпечення довгострокового успішного функціонування підприємства;
- вирішення проблем споживачів задля задоволення їхньої потреб;
- позиціонування організації в очах споживачів;
- формування внутрішньої корпоративної культури,

1.2 Головні напрями та аспекти маркетингу територій, міжнародний досвід

Оскільки маркетинг територій – це спеціалізована діяльність, що здійснюється на певній території з метою організації громадської думки, або поведінки суб'єктів цієї території [6, с. 37–39].

Маркетинг територій ефективно здійснювати разом з жителями громади, бізнес-спільнотою та органами управління територією як всередині, так і за її межами і орієнтований як на суб'єктів, зовнішніх по відношенню до території, так і на населення самої території, включаючи юридичних осіб, що сприяють розвитку у сферах, значущих для діяльності території. Для вивчення потреб жителів території, що є значним фактором для реалізації концепцій території місцевими мешканцями, для організації бізнесу та залучення інвестицій та туристів, було проведено чимало досліджень та узагальнень щодо їх впровадження.

Результатами яких є ключові показники для трьох зацікавлених сторін територій: мешканців, бізнесу та влади. На основі напрямів досліджень та їх пріоритетності визначено такі показники:

- приріст привабливості території для функціонування підприємств;
- зростання привабливості для жителів території;
- збільшення привабливості регіону для фахівців;
- формування і поширення позитивного іміджу.

Концепція територіального маркетингу вимагає визначення та вплив на потреби цільової аудиторії споживачів, товарів і послуг території, так і території як товару в цілому. Всі структури і підприємства, що відповідають за долю регіону, повинні орієнтуватися на потреби клієнтів і цільові групи споживачів, а також на створення кращих в порівнянні з іншими територіями конкурентних переваг для оптимального задоволення населення регіону [7, с. 400].

Існує чимало способів досягнення поставлених цілей заходів. Тому в цьому випадку стратегії розуміються як маршрут для дій за якими буде повноцінно та максимально ефективно досягнена ціль організації.

В системі управління організації використовуються маркетингові середньо та довгострокові орієнтири планування, які задають спеціальний напрям діяльності для досягнення глобальної мети.

Довгострокова та середньострокова маркетингова стратегія територій включає в себе три розділи [8, с. 217–218.]:

- 1) позиціонування об'єкта;
- 2) просування (використання рг стратегій)
- 3) матеріально-організаційне забезпечення проекту.

Здійснення маркетингу територій включає в себе аналіз, планування, проведення заходів, розрахованих на просування інтересів території, і контроль за цим процесом.

У маркетингу територій застосовуються наступні види стратегій [9, с.38-43]:

- Стратегія сегментування;
- Стратегія стимулювання;

- Ареальні стратегії;
- Стратегії співпраці.

Ці види маркетингових стратегій дозволяють впливати на прийняття стратегічних рішень щодо розвитку регіону.

Алгоритм територіального маркетингу включає такі етапи як [10, с.92-95.]:

1. Внутрішнє та зовнішнє дослідження, аналіз, рейтингова оцінка.
2. Визначення стратегічних напрямків, потенційних варіантів впливу.
3. Позиціонування території відносно прямих конкурентів громади.
4. Брендинг
5. Просування, PR території

Алгоритм планування маркетингової стратегії складається з дев'яти кроків:

Позиціонування:

1. Визначення проблем, постановка задач;
2. Аналіз зацікавлених сторін;
3. Визначення критеріїв успішності проекту;
4. Сегментування ринку, визначення цільової аудиторії;
5. Вибір / уточнення маркетингової стратегії.

Маркетингова комунікація:

6. Підбір інструментів маркетингової комунікації;
7. Визначення індикаторів успіху, планування моніторингу та оцінки проекту;
8. Визначення учасників проекту, розподіл функцій;
9. Формування проекту.

В Європі партнерська концепція територіального маркетингу застосовується, в першу чергу, для саморозвитку територій різного рівня шляхом кращого використання внутрішніх потенціалів окремих населених пунктів та усього регіону в цілому. Наприклад, у Федеральній Землі Баварія (Німеччина) територіальний маркетинг застосовується як для усієї землі (більше 60

регіональних ініціатив та рішень) так і для окремих територіальних та сільських громад.

Сучасна модель розвитку Лондона базується на спільному використанні потенціалу міста, розширенні можливостей для людей та підприємств, досягненні високих екологічних стандартів та якості життя, спрямована на вирішення урбаністичних викликів двадцять першого століття: клімат, бідність, нерівність.

Ця модель реалізується в контексті соціально-етичної концепції маркетингу, яка забезпечить Лондону підвищення капіталізації за рахунок енергії, динамізму та різноманітності міста та його жителів; забезпечить інноваційність та одночасно сприятиме розвитку ціннісної та культурної спадщини міста та його субтериторій, цінує відповідальність, співчуття та громадянство.

В рамках реалізації сталого розвитку Лондона, який базується на маркетинговому підході виділили такі тези [12, с.80]:

1) Місто, яке відповідає викликам зростання територіальної економічної активності та приросту населення у забезпеченні дієвого покращенні рівня життя для жителів території і допомагає вирішувати соціальні небаланси серед жителів.

2) Конкурентоспроможне та привабливе місто на світовій мапі зі стабільною високою економікою та новими стартапами місцевих підприємців, яке приносить задоволення від життя в місті всім. Громада міста завжди веде лідерство в сфері впровадження інновацій та ефективно використовує свої внутрішні ресурси.

3) Різноманітне та насичене місто у всіх сферах його функціонування, яке викликає захоплення та всебічну зайнятість і захоплення у туристів, робітників, студентів та жителів Лондона.

4) Місто захоплює дух від своїх масштабів сучасних багатоповерхівок водночас зберігаючи культурну спадщину історичної інфраструктури центра міста для жителів і туристів.

5) Місто, що користується та зберігає свій потенціал зеленого міста. Різноманіття парків та скверів з зеленими насадженнями стимулюють до здорового ведення життя в місці, покращення здоров'я та екологічності населення.

б) Очільник в сфері екологічності території з мінімальних викидом парникових газів на рівні міста та країни. Підтримує та сприяє боротьбі по зміні світового клімату, використовуючи чисті безвуглецеві технології з відновлювальної енергетики та енергозбереження

7) Місто в якому кожен може якнайшвидше дістатись до свого місця роботи, завдяки розвиненому транспортному сполученню та інфраструктурі, яка дозволяє ефективно зменшувати витрати часу на дорогу.

Використовуючи міжнародний досвід міста Лондона можна ефективно впровадити дані принципи в розвиток територіальних громад України, задля ефективного розвитку території.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ВЕЛИКОГАЇВСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

2.1 Загальна характеристика досліджуваної громади та особливості її розвитку

Великогаївська сільська громада — територіальна громада Тернопільської області Тернопільського району. Центр адмін управління громадою знаходиться в селі Великі Гаї.

Великогаївська територіальна громада створена 26 жовтня 2015 р. До її складу увійшли 7 сільських рад (рис. 2.1) або 14 сільських населених пунктів: с. Великі Гаї, с. Товстолуг, с. Козівка, с. Застінка, с. Скоморохи, с. Прошова, с. Дичків, с. Красівка, с. Грабовець, с. Білоскірка, с. Баворів, с. Застав'є, с. Смолянка, с. Теофілівка.



Рисунок 2.1 - Територіальне розташування Великогаївської громади

Великогаївська громада знаходиться у центрі Тернопільської області біля м. Тернопіль. Громада межує [13]:

- на півночі — із Байковецькою об'єднаною територіальною громадою;
- на північному сході — із Великобірківською селищною та Смиковецькою сільською радами;
- на сході — з Малоходачківською сільською радою;
- на південному сході — з Скалатською та Іванівською територіальними громадами;
- на півдні — з Тербовлянською територіальною громадою;
- на південному заході — з Миролубівською та Мишковицькою сільськими радами;
- на заході — з Острівською сільською та Великоберезовицькою селищною радами;
- на північному заході — з Тернополем.

Загальний обсяг Великогаївської територіальної громади – 141 км², до яких входять межі населених пунктів – 42,5 км². Склад жителів громади на 1 січня 2022р. включає 11350 людей.

Таблиця 2.1 – Порівняння площі та кількості населення Великогаївської громади, Тернопільської області та району (станом на 01.01.2022 р.) [14].

Регіон	Площа км ²	Площа % до площі області	Наявне населення, осіб	Населення у % до загального населення області	Щільність населення (осіб/км ²)
Великогаївська територіальна громада	141	1,03	11 350	1,05	78,7

Продовження таблиці 2.1

Тернопільський район	749	5,42	67 398	6,34	89,9
Тернопільська область	13823	100	1 063 264	100	76,9

Таким чином Великогаївська територіальна громада займає 19 % території Тернопільського району та 1 % області та охоплює відповідно 16,6 та 1,1 % населення. Щільність населення нижча за середньорайонний показник, що створює комфортні умови для проживання.

Великогаївська громада межує із м. Тернопіль, який є одночасно районним та обласним центром. Відстань до деяких інших українських міст: Київ - 420 км, Львів - 133 км, Хмельницький - 112 км, Луцьк – 163 км, Одеса - 667 км, Харків – 896 км.

Через війну Росії в Україні на території громади, протягом 2022 року спостерігається динаміка приросту населення на 7% за рахунок внутрішньо переміщених осіб з східних, південних та північних регіонів України, в той час як показники природного скорочення були досить високими.

В громаді чітко виражений небаланс ринку праці. Порівнюючи зайнятість населення по селах громади бачимо, що Великі Гаї мають левову частку зайнятих осіб – 1013. В інших селах ситуація не настільки позитивна: с. Баворів 171 осіб, с. Товстолуг 150 осіб. Теофілівка, Смолянка, Красівка, Застінка разом 23 особи. Така низька залученість місцевого населення до роботи пояснюється територіальною близькістю до обласного центра, відповідно 40% населення працює в Тернополі.

Найбільшим підприємством громади є ВАТ «Птахофабрика Тернопільська», яка розташована у с. Великі Гаї.

Чимало господарських та фермерських підприємств функціонують на території громади вирощуючи зерна пшениці, ячменю, ріпаку, кукурудзи, просо, гречки, соняшнику, гірчиці, цукрового буряка, соєвих бобів. Проте немає підприємств які займалися б молочною продукцією, скотарством та овочівництвом.

Спеціалізація виробників сільськогосподарської продукції в основному на вирощуванні культур, які не є працемісткими, не сприятиме вирішенню проблем зайнятості населення громади.

Громада оцінюється в приблизно 3450 приватних сільських дворів, які виготовляють продукти тваринництва та садівництва. Реалізовується продукція для жителів села та інколи поставляється на тернопільський ринок.

Також в громаді є небагато підприємців які виготовляють їжу, будівельні матеріали, бетонні та деревні вироби, меблі, ковальські елементи, надають послуги з ремонту та сервісне обслуговування автомобілів.

За останні роки територія громади спостерігає приріст будівництва індивідуальних житлових будинків та інших технічних споруд. Це свідчить про потенціал будівельної інфраструктури, вільних ділянок для використання комерційних будівель.

В громаді розташовані родовища пісковика, які є сировиною для виробництва різноманітних будівельних матеріалів та використовуються для виготовлення бруківки, пам'ятників, як облицювальний матеріал. Паливні корисні копалини на території громади представлені незначними запасами торфу в селі Білоскірка. Родовище глини розташоване у селі Козівка та Застінка., родовище каменю-пісковика та піску у селі Застінка і Застав'є. Для отримання детальної інформації про обсяги залягання вказаних вище родовищ корисних копалин, необхідно провести геологорозвідувальні роботи.

Великогаївська територіальна громада має біологічне та ландшафтне різноманіття, частина ландшафтів належить до природно-заповідного фонду та відповідно охороняється. На території здійснено заходи щодо збільшення площ земель з природними ландшафтами, у результаті на сьогодні площі екологічної мережі становлять 84,8 га, а заповідність громади – 0,6 % від її загальної площі.

В землеросподілені громади велика частина території припадає на поля та господарські землі – 88% з яких чорноземи 70%, а ліси – 7%. Громадяни території користуються 61км² території, а фермерські підприємства – 45км². Малі та середні виробники СГ продукції становлять основну частину її виробництва.

У Великогаївської громади налічується 39 водонапірних башень (Баворів – 3, Застав'є – 2, Білоскірка -1, Грабовець – 2, Козівка – 3, Скоморохи- 3, Смолянка- 2, Прошова – 2, Товстолуг- 1, Застінка – 1, Великі Гаї – 19) та 43 артезіанських свердловини (Баворів – 4, Застав'є – 2, Білоскірка – 1, Грабовець – 2, Козівка – 4, Скоморохи – 3, Прошова – 2, Смолянка – 2, Товстолуг – 3, Застінка – 1, Великі гаї – 19) - документація наявна частково. Водопостачання на території громади централізовано, наявні також криниці- копанки [15].

В громаді існують 3670 приватних будинків, з яких 93% під'єднано до газових мережі, а 18% мають централізоване водовідведення. За останній рік мінімально збільшились показники житлового фонду, які тримаються на відповідному рівні.

У Великогаївської громади немає спеціальних підприємств чи спеціальних полігонів утилізації та переробки твердих побутових відходів. Для вивозу сміття облаштовані сміттєві контейнери на вулицях громади, які обслуговує спеціальна фірма для вивозу сміття, це зменшило проблему несанкціонованого вивозу твп у ліси та лісопосадки території.

Забезпечення дітей шкільними та передшкільними освітніми послугами складає більше 91%. Це дуже хороший показник в порівнянні з іншими громадами тернопільської області.

В межах громади діють 12 будинків культури з бібліотеками, в яких працює до 15 осіб. Культурні заклади громади поволі облаштовуються компютерною технікою з доступом до світової мережі інтернет. На даний момент в громаді відсутня співпраця з міжнародними організаціями. В громаді є 9 футбольних стадіонів, кожне село має свою футбольну команду, а громада має свою збірну яка тренується на стадіоні Великих гаїв. Також в кожному селі є достатня кількість дитячих майданчиків, діють спорт гуртки.

Адреса офіційного сайту Великогаївської територіальної громади:
<http://velykogaivska.gromada.org.ua>.

Завдяки своєму розташуванню на кордоні з Тернополем, громада дбає про якість освітньої інфраструктури і процесу та рівень освіти, так як переживає про вплив дітей та молоді зі школи села до школи Тернополя.

Найбільшою еко проблемою громади є те, що каналізації та каналізаційні системи практично немає. Каналізаційна мережа є лише для багатоповерхових споруд Великих Гаїв, протитуберкульозного диспансеру та невеликої кількості приватних домоволодінь у селі. В інших місцях громади немає каналізації. Інші екологічні проблеми для громади включають сільське господарство, яке активно користується хімічними речовинами, що негативно впливають на флору та фауну, поверхневі та підземні води.

На території Великогаївської громади діє ряд громадських організацій, які зазвичай мають вузький напрям функціонування. Найактивнішими є спортивні колективи, які формують футбольні команди та організують різні спортивні ігри, свята та змагання. Існують також організації, які об'єднують деякі соц групи, наприклад, рибалок, ветеранів чи навіть підприємців.

Великогаївська громада практично перебрала від району всі повноваження, передбачені адміністративною реформою району. Для цього виконком громади його реорганізував. Для виконання певних повноважень створено відповідні відділи, які надані вищому керівництву. Відновлено адміністративну будівлю, де працює сучасний територіальний ЦНАП.

Діяльність органів місцевої влади має бути зосереджена на інвестиціях у приватний сектор, що підвищуватиме якість життя населення: мережі водопостачання та водовідведення, очисні споруди та дороги загального користування.

Помітною проблемою територіальних громад є відсутність інтеграції мешканців в загальну справу громади та відчуття самодостатнього територіального групування. У деяких населених пунктах вони є, але не в усій громаді. На це впливає кілька фактів. Громада складається з 14 сіл, отже виникли певні проблеми щодо згуртованості та інтеграції населення, її ресурсів та організації. Проблема в тому, що ці податки обмежені, основна база оподаткування розпадає на село Великі Гаї, яке в кілька разів перевищує інші населені пункти. Водночас політика місцевого самоврядування, яка особливо орієнтована на інтеграцію, була зосереджена на інвестуванні в населені пункти, віддалені від центрів громади, а

потім на інвестуванні в них. Це викликало заперечення у жителів Великих Гаїв, які протестують проти того, що кошти, отримані від їхнього села, будуть використані на інші поселення в громаді. Таким чином, мешканців необхідно інтегрувати далі, не навколо власних сил, а на користь громади в цілому.

Таблиця 2.2 – Основні макроекономічні показники соціально-економічного розвитку Великогаївської територіальної громади [17].

Показники	2020 рік	2021 рік	Порівняння 2021р. до 2020р. %
Чисельність постійного населення на кінець року	11 298	11 350	0.45 %
Доходи бюджету об'єднаної територіальної громади на 1 особу, гривень	4824	4090	-17.9 %
Кількість підприємств на 10 тис. населення громади	81,0	85,9	5.7 %
Кількість фізичних осіб-підприємців на 1000 наявного населення	28,5	28,6	0.3 %

Основне джерело надходження сільського бюджету на 2021-2022 рік залишатимуться податки та збори на доходи фізичних осіб та єдиний податок, які складають відповідно близько 63 % та 16 % у структурі власних доходів.

Таблиця 2.3 – Аналіз показників власних доходів загального фонду місцевого бюджету Великогаївської територіальної громади (тис. грн) [18]. (Додаток Б)

Показники	2020 рік	2021 рік	Відношення 2021р. до 2020р. %
Доходи всього, в тому числі:	52 843	45 692	-13,5%
- податоківі збори на доходи фіз.осіб	27 142	28 667	5,6%
- місцеві податки	13 157	14 535	10,5%
з них:			
- єдиний податок з фізичних осіб	3 828	3 913	2,2%

Продовження таблиці 2.3

- єдиний (фіксований) податок з сільськогосподарських товаровиробників	2 830	2 830	0,0%
- плата за землю	4 056	4 686	15,5%
- податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки	1 700	1 801	5,9%
- акцизний податок	11 540	1 400	-87,9%
- плата за надання адміністративних послуг	715	750	4,9%
- плата за оренду майна комунальної власності	250	280	12,0%
- інші надходження	39	60	53,8%
ДОВІДКОВО			
- базова дотація	3 860, 8	3 915,4	1,4%
- освітня субвенція	23 687, 1	25 084,6	5,9%
- додаткова дотація	1 144, 6	Н/Д	Н/Д
- медична субвенція	1 995, 8	Н/Д	Н/Д

Таблиця 2.4 – Порівняння видатків місцевого бюджету Великогаївської територіальної громади (загальний та спеціальний фонд) тис.грн.

Показники	2020 рік	2021 рік	2021р до 2020р. %
Державне управління	11 911	13 161	10,5%
Освіта, в тому числі	50 044	52 112	4,1%
- дошкільна освіта	10 924	11 020	0,9%
- загальноосвітні школи	36 182	38 067	5,2%
Охорона здоров'я	5 256	1 057	-79,9%
Культура і мистецтво	4 359	4 830	10,8%
Соціальний захист та соціальне забезпечення	2 759	2 880	4,4%
Фізична культура і спорт	800	846	5,8%
Житлово-комунальне господарство	5 073	4 834	-4,7%
Економічна діяльність, в тому числі	4 798	4800	0,0%
розвиток дорожньої інфраструктури	4 127	4300	4,2%
Всього	85 000	79 720	-6,2%

Видатки загального фонду місцевого бюджету відшкодовуються відповідно до закону про бюджет України, показники макроекономічного та соціального

розвитку на основі ключових прогнозів України на 2021 і 2022 роки, затверджених постановою на засіданні Кабінету Міністрів України від 15 травня 2019 р. № 555 „Про схвалення Прогнозу економічного і соціального розвитку України на 2020-2022 роки” та відповідно до особливостей створення проєктів місцевого бюджету на 2022 рік та прогнозу місцевого бюджетування на 2021-2022 роки. Зокрема, враховано наступні показники:

- мінімум з/п з 1 січня 2020 року – 4723 гривні, з 1 січня 2021 року – 6000 гривень, з 1 січня 2022 року – 6500 гривень;
- коефіцієнт росту інших видатків (індекс споживчих цін), грудень до грудня попереднього року з 1 січня 2020 року – 1,06; з 1 січня 2021 року – 1,057; з 1 січня 2022 року – 1,053;
- індекс цін виробників (грудень до грудня попереднього року) у 2020 році – 1,084; у 2021 році – 1,080; у 2022 році – 1,061.

2.2 Аналіз впровадження використання концепцій маркетингу в роботі територіальної громади

Підсумком впровадження використання маркетингу в управлінні територіальної громади є SWOT аналіз, який допомагає визначити сильні (Strengths) і слабкі (Weaknesses) сторони громади - позитивні та негативні риси, які впливають на розвиток громади, а також можливості (Opportunities) і загрози (Threats).

У таблиці нижче описані основні проблеми та можливості розвитку територіальної громади у певних сферах, які мають сильний вплив на їхню стійкість (Додаток Г).

Аналізуючи SWOT аналіз бачимо що, Великогаївська територіальна громада має всі шанси на впровадження маркетингових підходів задля сталого розвитку та функціонування організації, оскільки громада має ряд важливих переваг:

– Є перспективною громадою, яка володіє перспективним географічним розташуванням з розвиненою інфраструктурою, наявними родючими ґрунтами та іншими інвестиційними можливостями.

– Володіє людським капіталом, є великий ентузіазм місцевої влади щодо реформування громади, командна робота сільської ради та належне кадрове забезпечення управління, висококваліфіковані спеціалісти, що дозволяє брати результативну участь у міжнародних та національних програмах та реалізувати проекти на території громади.

– Співпраця з іншими адміністративними одиницями, допомагає над вирішенням спільних проблем, опирається на чітке стратегічне планування розвитку своєї громади.

– Формує економічно розвинену громаду з наявними робочими місцями та соціально відповідальним бізнесом, прагне створити умови для розвитку різних форм підприємницьких ініціатив, рекламує громаду як туристично привабливий край та місце проживання.

– Сприяє посиленню громадської активності спільноти завдяки зростанню довіри до місцевої влади, оскільки та виконує обіцянки та інформуванню мешканців щодо всіх сфер життя та залученню їх до життя громади.

– Робить наголос на розвитку позашкільної та шкільної освіти, залученню молоді до всіх процесів, розвиваємо матеріально-технічну базу шкіл, клубів, стадіонів тим самим створюючи умови для того, щоб молодь залишалася в громаді.

Основні висновки з соціологічних досліджень, проведених у Великогаївській громаді (Додаток Д):

У громаді було здійснено соціологічне опитування у формі анкетування. В рамках даного дослідження у 342 домогосподарствах у всіх населених пунктах громади люди заповнили анкети, щоб допомогти визначити основні проблеми у всіх сферах територіальної діяльності.

Результати опитування показують, що найбільшим досягненням в громаді є:

- Доступність дитячих садочків;
- Вивіз сміття із домогосподарств;
- Доступність шкіл;
- Якість виховання у дитячих садочках;
- Доступ до швидкого Інтернету;
- Достатня кількість дитячих зон відпочинку;
- Можливість брати участь у спортивно-інтерактивних заходах громади;
- Можливість долучатися в соціально-культурне життя громади;
- Наявність транспортої інфраструктури та розвязки між селами та до обласного центру;
- Якість води у підземних водах;
- Допомога, особам, які потребують соціального і матеріального захисту та допомоги;
- Екологічність території;
- Регулярний та вчасний громадський транспорт громади;
- Увага до осіб похилого віку, та осіб з інвалідністю;
- Мінімізація викидів вуглекислого газу.

До найбільших проблем у громаді жителі віднесли:

- У сфері освіти:
 - Якість викладання у закладах позашкільної освіти;
 - Доступ розсташування закладів позашкільного навчання;
 - Відсутність позакласних занять у ЗОШ;
 - Рівень проведення позакласних занять у школі;
 - Різноманіття відпочинкової інфраструктури для підлітків.
- У сферах економіки:
 - Доступність робочого місця;
 - Відсутність послуг по підтримці та консультацій малого бізнесу;
 - Допомога у створенні бізнесу.

33. Як Ви оцінюєте У НАШІЙ ОБ'ЄДНАНІЙ ГРОМАДІ: (Середня)

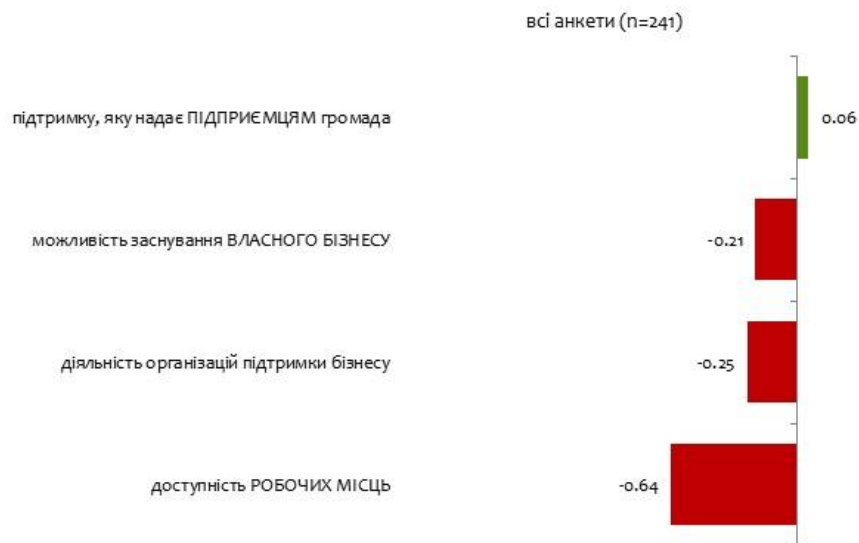


Рисунок 2.2 – Аналіз анкетування мешканців Великогаївської громади

– В екологічній сфері :

- Чистка річок, озер, водоймищ;
- Контроль та догляд муніципальних органів за станом довкілля;
- Сортування відходів;
- Наявність каналізації.

19. Як Ви оцінюєте У НАШІЙ ОБ'ЄДНАНІЙ ГРОМАДІ: (Середня)

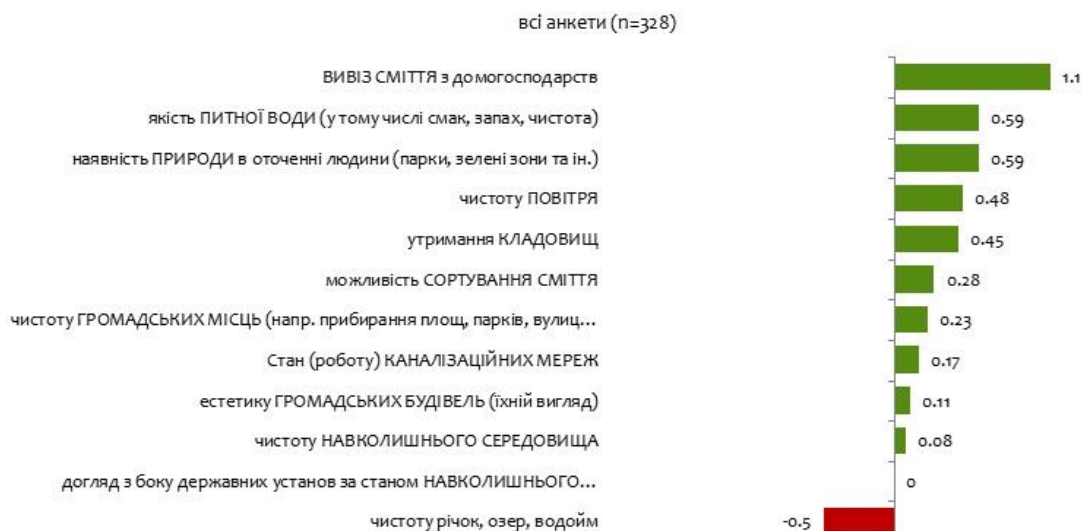
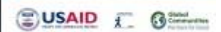


Рисунок 2.3 – Аналіз анкетування мешканців Великогаївської громади

- У сфері дорожньої інфраструктури:
 - Доступність велосипедних маршрутів;
 - Придатність доріг для пішоходів;
 - Безпека на дорогах;
 - Стан доріг;
 - Якість громадського транспорту.



Рисунок 2.4 – Аналіз анкетування мешканців Великогаївської громади

- У соц інфраструктурі:
 - Присутність спеціального обладнання для людей з інвалідністю;
 - Аптеки;
 - Послуги по догляду фінансованими громадою.

27. Як Ви оцінюєте У НАШІЙ об'єднаній ГРОМАДІ: (Середня)

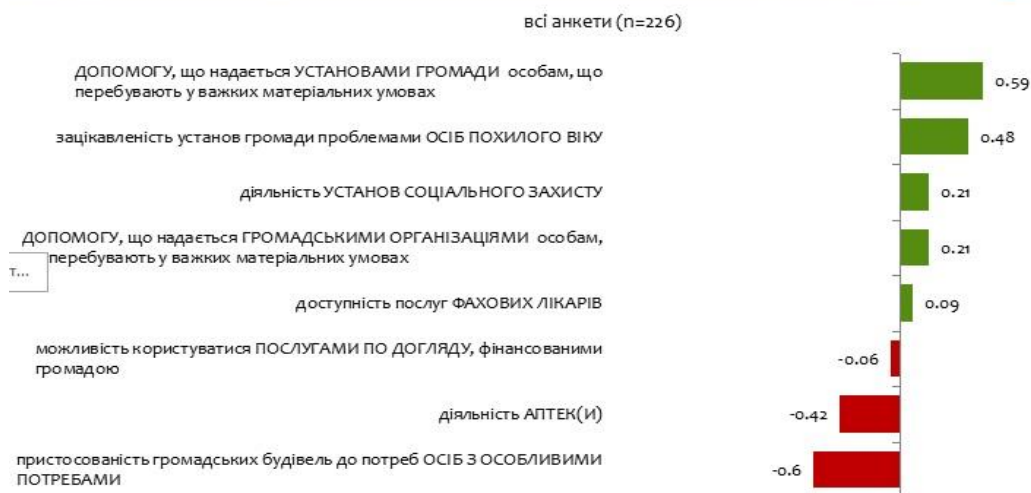


Рисунок 2.5 – Аналіз анкетування мешканців Великогаївської громади

– У сфері культури:

– Доступність місць відпочинку для старших та літніх людей.

Оцінюючи результати анкетування, владі слід опиратися на наступні сфери діяльності для підвищення якості громади:

- Медична галузь;
- Дорожнє покриття
- Соціальна направлена діяльність;
- Освіта;
- Чистота довкілля, лісів та закладів культури.

36. Які сфери, на Вашу думку, повинні мати особливу ПІДТРИМКУ?

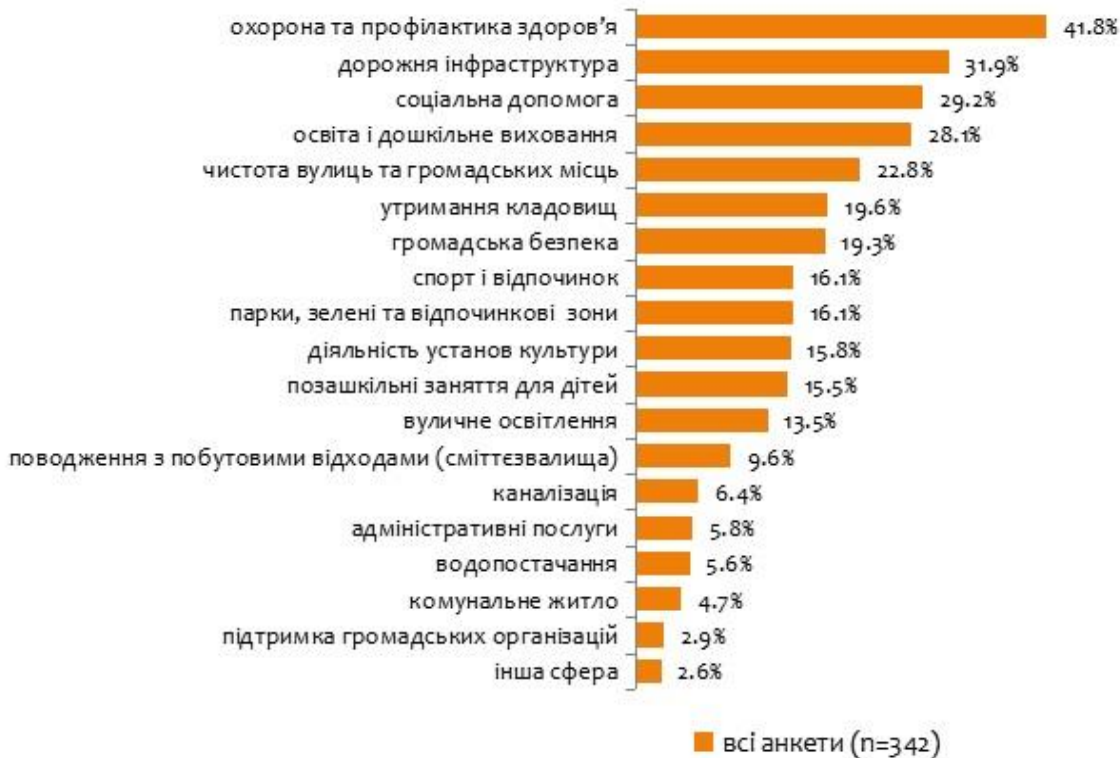


Рисунок 2.6 – Аналіз анкетування мешканців Великогаївської громади

25. Як ви оцінюєте У НАШІЙ ГРОМАДІ: (Середня)



Рисунок 2.7 – Аналіз анкетування мешканців Великогаївської громади



Рисунок 2.8 – Аналіз анкетування мешканців Великогаївської ОТГ

Доступність садочків і доступність шкіл, а також якість навчання у садочках у позитивному ключі оцінили понад 75% опитаних. Натомість якість навчання у школах позитивно оцінили лише 49% опитаних.

Аналізуючи отримані дані бачимо, що загалом населення зодоволене якістю життя на території даної громади, максимально задіюючи соціальні, економічні та демографічні фактори, а під час воєнного стану, ще більш відповідально ставляться до інтересів громади. Також власне й самі переселенці які тимчасово розміщені у Великогаївській громаді мають можливість продовжувати жити, працювати розвиватися та сплачувати податки.

Окрім преваг життя в громаді було виявлено ряд проблем, вирішення яких сприяло б розвитку Великогаївської ОТГ. По-перше, через не використання маркетингових підходів в управлінській діяльності органів місцевого самоврядування в громаді майже відсутній брендинг території, який би сприяв запам'ятовуванню громади туристами та якіснішому позиціюванню території. Відповідно цим туристам бракує елементарної інфраструктури для відпочинку та екскурсій, оскільки громада багата на місцевий колорит та ландшафт навколишніх земель, а місця щоб зупинитись та відпочити немає. Також туристам та жителям

громади важко знайти потрібну інформацію про громаду в Інтернеті та у соціальних мережах, сайт не наповнюється а інформація застаріла.

По-друге, громаді потрібно працювати над покращенням інституційного середовища для розвитку місцевого бізнесу та стимулювання залучення інвестицій завдяки впровадженню маркетингових підходів. Адже більшість податкових надходжень громади припадає саме на місцевих підприємців, тому в такий складний для України час, Великогаївська ОТГ повинна створити умови для відкриття нових підприємств та стимулювати переїзд існуючих підприємств з областей, де ведуться бойові дії, на територію громади.

РОЗДІЛ 3

ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ В УПРАВЛІНСЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ ВЕЛИКОГАЇВСЬКОЇ ГРОМАДИ

3.1 Покращення якості життя мешканців громади за рахунок розробки маркетингових підходів у її роботі

Розвиток територіальної громади завдяки маркетингу є комплексним поняттям. Оскільки, територіальна громада поділяє спільні цілі та принципи пов'язані з політичними, соціальними, економічними і комунікативними зв'язками, тому розвиток цих процесів в громаді повинен поліпшити якість життя жителів в громаді.

Відповідно, маркетинг громади включає в себе як і заходи, які підвищують інвестиційну привабливість громади та сприяють розвитку бізнесу діяльності, так і маркетингових заходів, які покращують соціально-культурну сферу громади для підвищення рівня життя в громаді

Тому, ціль територіального маркетингу в даному твердженні є збільшити територіальну привабливість громади, як для великих інвесторів, так і для комфортності проживання жителів громади, а саме:

- забезпечення вищого рівня життя та забезпечення;
- створення ефективного брендингу та позиціонування;
- підвищення конкурентоспроможності функціонування;
- стимулювання інвестиційного притоку в громаду;
- зростання рівня конкурентності місцевих підприємців;
- підкріплення виробництва та використання місцевих продуктів.

Добре відомо, що великі стейкхолдери та клієнти територіальної громади, це маркетингові суб'єкти, які залишаються в громаді тільки на певний термін. Тому також потрібно приділити увагу на жителів та місцевий розвиток клієнтури.

Зростаючий інтерес до брендингу територій свідчить про те, що вже усвідомлена користь від впровадження стратегії менеджменту ресурсами, маркетингом, репутацією та іміджем території громади.

Особливості території впливають на процес побудови бренду і обумовлюють необхідність розробки окремого більш чіткого механізму брендингу.

Мета створення регіонального/міського бренду є запровадження його функціонування в глобальному інформаційному процесі для впливу на мікро та макро зацікавлених сторін, задля створення вдалого позиціонування на рівні області території.

Головна мета впровадження бренду території, звісно є підвищення рівня життя населення громади.

Досягнення встановленої мети допомагає вирішити такі завдання:

- створення унікального туристичного об'єкту чи продукту;
- формування карти інвестиційної привабливості території;
- мінімізація відсотку населення які переїжджають в сусідні громади та за кордон;
- зняття внутрішньої соціально-економічної напруги;
- сприяння збільшенню конкурентності товарів місцевого виробництва на зарубіжних та національних рівнях;
- додаткове використання зв'язків з громадськістю;
- вклад у підтримання розвитку України та області;
- створити такий повноцінний образ, який дозволить глибше розвивати для нього нові види діяльності громади, які раніше не були пов'язані з ним.

Основна мета маркетингового іміджу території є – здійснення комплексу спеціальних дій для впровадження соціально-економічних настроїв у жителів громади, розвиток та просування визнання позитивного іміджу території. Міжнародний досвід повчає, що сприйняття територіальної громади базується на її історії, географічному положенні, особливостями її природних та кліматичних

умов, також сюди відносяться місцеві звичаї та традиції, святах, кухні, які передавались через покоління та ін.

Для початку розробка маркетингових заходів, залежать від іміджу території, який може бути як позитивний так і негативний. Відштовхуючись від цього приймається відповідне правильне рішення, яке комплексно покриває всі аспекти діяльності громади та має довгостроковий ефект, адже імідж формується не за один місяць чи навіть рік.

Провідні маркетологи відносять різні комунікаційні заходи, які дозволяють побачити на скільки дана територія є привабливою, дозволяє оцінити її імідж, а також дозволяє краще ознайомитись з її символікою та брендингом.

В основу стратегії привабливості закладено заходи, які дозволяють підвищити привабливість території з точки зору туристів, жителів, бізнесменів та інвесторів. Тому громади більше розвивають самі ці риси громади, які забезпечують конкурентні переваги.

Маркетинг інфраструктури включає в себе діяльність по впровадженні ефективного функціонування і розвитку фізичної інфраструктури території, яке створює імідж про громаду.

Зазвичай стан розвитку громади суспільство оцінює по стану доріг громади, транспортне сполучення з сусідніми містами, благоустрій території, її зовнішній вигляд, дизайн та інші ергономічні показники. Тому ефективність такої стратегії буде спрямована на покращення інфраструктури та її елементів а також розвиток старих і створення нових підприємств.

Маркетинг населення впроваджується для вирішення проблеми зайнятості населення та його міграцію. Позитивний рівень зайнятості як і негативний допоможуть при іміджевому позиціонування оскільки при високому безробіттю нові підприємства будуть мати достатньо робочої сили, і відповідно коли населення повністю залучене до роботи можна розказувати що територія повністю забезпечує роботою все населення

Одною із основ маркетингу населення території є створення та підтримання спеціальних умов для навчання населення і спеціальних освітніх програм, які

включатимуть консультації юристів, адвокатів по бізнесу; основи маркетингу та бізнесу; основи фінансової грамотності та інші.

Впровадження та здійснення маркетингових заходів потребує наявності професійної та кваліфікованої команди, яка буде впроваджувати розглянуті вище питання. Мається на увазі створити спеціальний відділ організаційної структури маркетингових послуг, як відділення органів місцевого врядування населених територій громади,

У функціональну діяльність організаційної та управлінської структури потрібно виділити пошук, формування та організація спеціальних дпних для аналізу та прийняття відповідних рішень, вивчення ринків товарів, послуг та збуту громади, економічні показники, налагодження каналів зв'язків з громадськістю і головне впровадження маркетингової програми території та її проектів.

Отже, маркетинг є одною з головних складових політики управління громади у сфері розвитку, та комплексної взаємодії з стейкхолдерами, яка реалізується шляхом впровадження і розробки соціально-економічних та культурно-політичних програм та комплексу маркетингу в діяльності територіальної громади.

3.2 Пропозиції щодо застосування нових напрямків маркетингової діяльності Великогаївської громади

Під час зустрічей і дискусій із широким залученням мешканців громади розроблено маркетинговий план стратегії території. Стратегічний напрям узагальнюється баченням розвитку, місією громади, визначенням її цінностей та ідентичності створеного Великогаївською громадою. Ідея якої визначає та позиціонує її сприйняття для громадськості

Бачення: Розвинута громада у всіх сферах і галузях (економічній, соціальній, адміністративній), в якій створена належна інфраструктура і надаються високої якості адміністративні послуги, створені сприятливі умови для розвитку малого і середнього бізнесу, налагоджено партнерство громади з іншими ОТГ та міжнародними партнерами в економічному, культурному, освітньому середовищі.

Спільнота зі зростанням рівня причетності кожного жителя до розвитку успішної, багатой, конкурентоспроможної громади та досягнення європейських цінностей і покращення якості життя.

Екологічно чистий край з розвиненим туризмом та високою культурною освіченістю його мешканців, затишна та естетична оаза для комфортного життя як кожного мешканця, так і гостя громади.

Місія: Великогаївська громада спрямована на постійний розвиток та суттєве підвищення якості життя і створення кращих умов проживання мешканців громади, їх культури, освіти та духовності, реалізацію спільних заходів щодо покращення та підвищення доступності послуг у всіх сферах (медицина, освіта, підприємництво, адміністративні послуги), дбає про збереження національних, релігійних, культурних традицій; архітектурних та мистецьких пам'яток.

Цінності: Ми шануємо та бережемо національні, релігійні, культурні традиції та пам'ять про героїчне минуле. Один із фундаментальних принципів нашої діяльності - пошанування людського капіталу та інвестиції в його розвиток, і як наслідок, працьовиті, освічені, громадсько активні, підприємливі люди, які готові розвиватися та разом працювати на благо громади і створення комфортних умов для проживання кожного її мешканця.

Зацікавленими сторонами, тобто особами, інституціями чи групами, яких вона стосується або які можуть безпосередньо чи опосередковано впливати на планування та реалізацію стратегії, є усі члени Великогаївської ОТГ, мешканці усіх статевих, ікових та професійних груп, а також їх формальні та неформальні представники. Це, зокрема, мешканці, що працюють як у сільському господарстві, так і в інших галузях, підприємці, працівники публічного сектору та суспільних організацій, особи, що навчаються, пенсіонери, люди з інвалідністю,, члени представницьких та виконавчих органів громади.

Стратегія надає певні можливості для індивідуальної самореалізації та сприяє усуненню, наприклад, дискримінації у суспільному житті. Робота стратегії зосереджена на підходах, спрямованих на досягнення принципу гендерної рівності людей, незважаючи від їх відмінності та інших ознак.

Базуючись на результатах соціально-економічного аналізу, SWOT- аналізу можна визначити стратегію, яка передбачає узагальнення конкурентних переваг території шляхом реалізації можливостей та збільшенням сильних сторін, мінімізуючи про цьому свої слабкі сторони і недоліки. У той же час, громада має намір повністю задіяти свої сильні сторони.

За такими висновками, було обрано 3 перспективні напрями діяльності з розвивання Великогаївської громади завдяки впровадження маркетингових підходів в управління:

1. Економічне процвітання та зацікавлення інвесторів;
2. Вдосконалення технологічності громади;
3. Якісне життя та екологічність.

У кожному напрямку визначено конкретні стратегічні та оперативні цілі. Стратегічні цілі виходять із стратегічного бачення і стратегічних напрямів та утворюють межі, в яких приймається конкретне правильне рішення.

Стратегічна ціль – очікуваний результат діяльності у вирішенні проблеми з найменшим використанням ресурсів.

Досягнення Стратегічної цілі – спосіб вирішення проблеми чи реалізації можливості. Стратегічні цілі мають відповідати, які проблеми потрібно вирішити для досягнення цілі розвиненої територіальної громади.

Стратегічні цілі повинні давати відповідь на запитання, що необхідно зробити, щоб досягти бачення розвитку громади.

Кожна ціль стратегії уточнюється в локальних короткострокових цілях, які є точними послідовностями дій для отримання довгострокових результатів. Зведення оперативних задач створює цілі стратегічного напрямку. Оперативні цілі висвітлюють, як правильно проводити зміни. Оперативні дії конкретизовані в спеціальному завданні. Із завдання випливають конкретні відповіді на те, як саме будемо досягати бажаного результату.



Рисунок 3.1 – «Стратегічні та оперативні цілі за напрямками»

Напрямок А. Економічний розвиток та залучення інвестицій:

Важливими кроками для забезпечення місцевого економічного розвитку є формування сприятливих умов для господарської діяльності та розвитку підприємницької активності мешканців, розробка інструментів формування інвестиційної привабливості території громади.

Екологічно чиста місцевість, природоохоронні зони, заповідні території, – це перевага в розвитку індустрії відпочинку і туризму.

На основі формування унікального бренду треба створити систему маркетингу і промоції інвестиційних можливостей та продуктів міста.

Це допоможе донести потрібну інформацію для інвесторів на всіх ринках, сформує позитивний бренд громади.

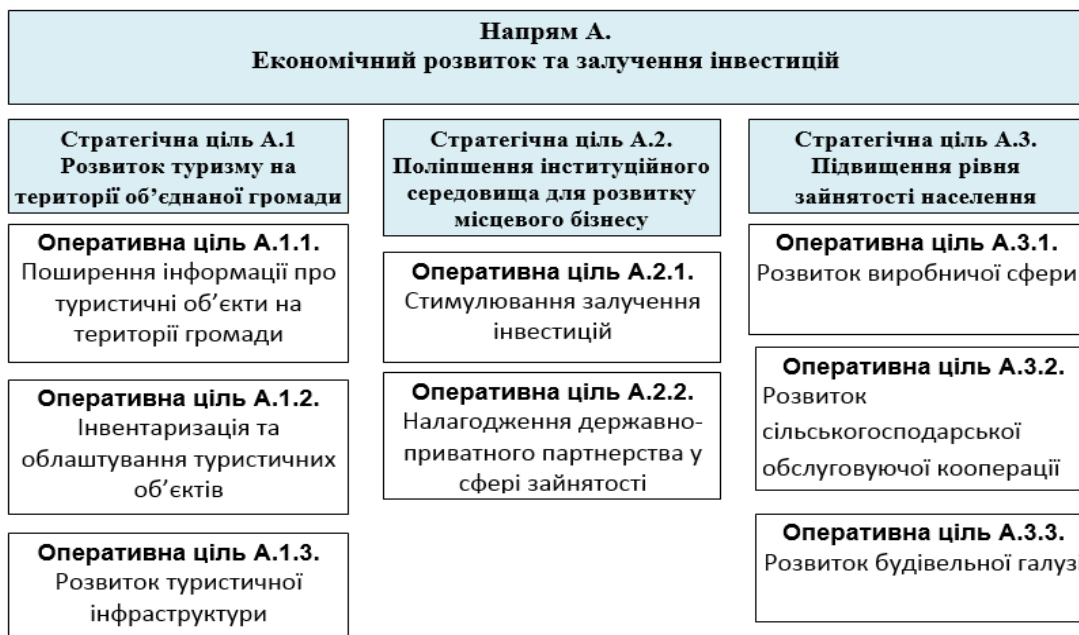


Рисунок 3.2 Стратегічна ціль А.1. Розвиток туризму на території громади

Оперативна ціль А.1.1. Поширення інформації про туристичні об'єкти на території громади:

Сільська рада з залученням відповідних фахівців забезпечує промоцію туристичного потенціалу громади. Ціль передбачає виконання наступних завдань та проектів:

- Участь у різноманітних форумах та презентування на них туристичних об'єктів громади;
- Розміщення інформації про туристичні об'єкти громади у ЗМІ, власному веб-сайті та ін.;
- Розробка та друк туристичних буклетів, карт з інформацією про туристичні об'єкти.

Таблиця 3.1 – Бюджет проєкту для поширення інформації про туристичні об'єкти території Великогаївської об'єднаної громади:

Вид витрат	Сума, тис. грн.	Джерело фінансування
1. Участь у різноманітних форумах та презентація на них туристичних об'єктів громади	20,0	кошти місцевого бюджету
2. Розміщення інформації про туристичні об'єкти громади у ЗМІ, власному веб-сайті та ін	88,0	кошти місцевого бюджету
3. Розробка та друк туристичних буклетів, карт з інформацією про туристичні об'єкти	8,5	кошти місцевого бюджету
Всього	116,5	

Результат: Збільшення кількості туристів, збільшення інвестування в туристичну галузь територіальної громади, 3000 відвідувань туристичних об'єктів в рік.

Співпраця: Тернопільський обласний інформаційно-туристичний краєзнавчий центр, спілка зеленого туризму, туристичні фірми, спілка зеленого туризму, Державний архів Тернопільської області, Тернопільський обласний центр охорони та наукових досліджень пам'яток культурної спадщини.

Фінансування (орієнтовні джерела та суми): місцевий бюджет 116,500

Оперативна ціль А.1.2. Інвентаризація та облаштування туристичних об'єктів:

Ціль передбачає виконання наступних завдань та проєктів:

- Проведення та запровадження нових культурних та спортивних заходів (змагань, фестивалів);
- Розроблення паспортів туристичних об'єктів;
- Ремонт кошторисів та здійснення ремонту та облаштування туристичних об'єктів;

Таблиця 3.2 – Бюджет проєкту створення та облаштування туристичних об'єктів Великогаївської територіальної громади

Вид витрат	Сума, тис. грн.	Джерело фінансування
1. Проведення та запровадження нових культурних та спортивних заходів (змагань, фестивалів)	125,0	кошти місцевого бюджету
2. Розроблення паспортів туристичних об'єктів	98,8	кошти місцевого бюджету
3. Здійснення ремонту та облаштування туристичних об'єктів	285,0	кошти місцевого бюджету
Всього	508,8	

Результат: Збільшення кількості туристів, збільшення інвестування в туристичну галузь, 3000 відвідувань туристичних об'єктів територіальної громади в рік.

Співпраця: управління культури, фізичної культури і спорту ОДА, туристичні фірми, громадські організації в галузі культури, спорту, Тернопільський обласний інформаційно-туристичний краєзнавчий центр, суб'єкти підприємницької діяльності.

Фінансування (орієнтовні джерела та суми): місцевий бюджет, 508,800 тис.грн .

Оперативна ціль А.1.3. Розвиток туристичної інфраструктури:

Ціль передбачає виконання наступних завдань та проєктів:

- Здійснення заходів щодо надання об'єктам охоронного статусу;
- Відкриття сільського історичного музею;
- Сприяння створенню об'єктів зеленого туризму;
- Облаштування туристичних маршрутів (піших, вело-, авто).

Таблиця 3.3 – Бюджет проєкту релізації розвитку туристичної інфраструктури Великогаївської територіальної громади

Вид витрат	Сума, тис. грн.	Джерело фінансування
1. Здійснення заходів щодо надання об'єктам охоронного статусу	67,3	кошти місцевого бюджету
2. Відкриття сільського історико-краєзнавчого музею	57,5	кошти місцевого бюджету
3. Сприяння створенню об'єктів зеленого туризму	140,0	кошти місцевого бюджету
4. Облаштування туристичних маршрутів (піших, вело-, авто)	111,7	кошти місцевого бюджету
Всього	376,5	

Результат: Збільшення кількості туристів, збільшення інвестування в туристичну галузь ОТГ, 3000 відвідувань туристичних об'єктів територіальної громади в рік, підвищення доходів населення, створення нових робочих місць.

Співпраця: управління екології та природних ресурсів, культура ОДА, Тернопільський обласний центр охорони та наукових досліджень пам'яток культурної спадщини, Державний архів Тернопільської області, Тернопільський обласний краєзнавчий музей, спілка зеленого туризму, громади-побратими, туристичні фірми

Фінансування (орієнтовні джерела та суми): місцевий бюджет, 376,500 тис.грн .

Стратегічна ціль А.2. Поліпшення інституційного середовища для розвитку місцевого бізнесу:

Для економічного розвитку громади потрібна системна підтримка малого та середнього бізнесу, який може вирішити такі проблеми як обмеженість видів виробничої та сільськогосподарської, вузький спектр послуг населенню, міграція молоді у зв'язку з нестачею робочих місць.

Для підтримки розвитку бізнес-середовища на території громади необхідна системна діяльність, проведення навчань для підприємців-початківців,

консультативна, організаційна, юридична підтримка, розробка системи стимулів та заохочень, формування позитивного іміджу підприємницької діяльності.

Таблиця 3.4 – Бюджет проєкту поліпшення інституційного середовища для розвитку місцевого бізнесу на території Великогаївської територіальної громади

Вид витрат	Сума, тис. грн.	Джерело фінансування
1. Залучення спеціаліста з маркетингу	144,0	кошти місцевого бюджету
2. Організація воркшопів для проведення навчань для підприємців-початківців	50,1	кошти місцевого бюджету
Всього	194,1	

Результат: Збільшення кількості нових підприємств, збільшення інвестування у Великогаївську громади, створення нових робочих місць.

Оперативна ціль А.2.1. Стимулювання залучення інвестицій:

- Передбачається виконання завдань/проєктів:
- Поширення інформації про інвестиційно-привабливі об'єкти громади;
- Оптимізація місцевих податків;
- Постійний моніторинг міжнародних та інших проєктів, державних програм та підготовка документів для участі;
- Розробка плану щодо розвитку інвестиційної інфраструктури (підведення комунікацій до земельних ділянок тощо).

Таблиця 3.5 – Бюджет стимулювання залучення інвестицій у Великогаївську громаду

Вид витрат	Сума, тис. грн.	Джерело фінансування
1. Поширення інформації про інвестиційно-привабливі об'єкти громади;	125,9	кошти місцевого бюджету
2. Оптимізація місцевих податків;	36,3	кошти місцевого бюджету

Продовження таблиці 3.5

3. Розробка плану щодо розвитку інвестиційної інфраструктури.	54,8	кошти місцевого бюджету
3. Ребрендинг території	149,0	кошти місцевого бюджету
4. Інформаційна PR-кампанія	348,1	кошти місцевого бюджету
Всього	714,1	

Результат: Підвищення зайнятості, збільшення надходження до бюджету, розвиток підприємництва, залучення інвестицій, розбудова об'єктів громади, оформлення правовстановлюючих документів на усі об'єкти інвестування.

Показники впливу та результатів впровадження стратегії :

Оцінка ефективності стратегії, тобто ступеня та масштабів досягнення запланованих цілей, буде проводитись в багаторічній перспективі шляхом застосування показників результатів і впливу.

Показники результату:

- стосуються наслідків використання продуктів, отриманих в результаті реалізації запланованих завдань;
- описують кількісні та якісні зміни в соціально-економічній та екологічній сферах;
- інформують про зміни, що виникають внаслідок реалізації стратегічних планів, включаючи зміни ситуації бенефіціарів - осіб (з розподілом за статтю) та організацій, які безпосередньо користуються наслідками отриманої діяльності / продукції.

Показники впливу:

- оцінюють результати реалізованих заходів/проектів у довгостроковій перспективі після їх завершення;
- описують рівень досягнення запланованих загальних цілей;
- показують вид і сферу постійних змін, які відбулися в соціально-економічному оточенні та навколишньому середовищі;
- показують в якому ступені вдалося реалізувати бачення розвитку

громади.

Оцінка досягнення цілей стратегії і бачення розвитку проводитиметься шляхом застосування наступних основних показників:

1. Показники результату:

- Тип, якість та доступність соціальних, комунальних та адміністративних послуг, включаючи цільові групи за віком, соціальним і професійним статусом, статтю, потребами розвитку та особливими потребами.

- Тип та напрями змін на місцевому ринку праці (рівень безробіття, зайнятість по секторам, що включають групову та самостійну господарську діяльність)

2. Показники впливу:

- Кількість мешканців у допродуктивному, продуктивному та пост-продуктивному віці;

- Рівень задоволеності жінок і чоловіків різних вікових та соціальних груп й підприємців якістю життя у громаді;

- Стан навколишнього середовища, що виникає з результатів експлуатації системи виводу та очищення стічних вод, поводження з відходами, термомодернізації та використання відновлюваних джерел енергії;

- Тип та обсяг бюджетних надходжень.

Ці показники можуть бути доповнені у разі необхідності більш детального аналізу окремих аспектів стратегічного розвитку громади.

Реалізація стратегії включатиме впровадження стратегії, бізнес-цілей та заходів в результаті активної участі ключових зацікавлених сторін стратегії як органи громадської влади, соціально-професійно активні жителі та підприємці, соціально-економічні організації.

Ефективність та здатність до виконання стратегій розвитку є ключовими для керівників громади та всієї організаційної структури. Бо ефективність маркетингу в стратегічному менеджменті впливає з:

- менеджменту,

- управління кадровими змінами, включаючи кваліфікацію та компетенцію працівників,
- забезпечення та надання ресурсів для реалізації цілей;
- організаційної структури
- використання вдало спроектованих взаємозалежних операцій;
- система довготривалих перспектив.

Для ефективного та результативного виконання завдань стратегії потрібно налагодити систему спостереження та контролю з оцінками ефективності застосування.

Моніторинг виконання включатиме регулярні оцінки того, наскільки впроваджуються заходи, передбачені планом дій. Це допоможе оцінити поточний рівень виконання тих чи інших заходів та визначити, наскільки ми успішно досягаємо тих чи інших оперативних та стратегічних цілей. Висновки з останніх етапів стратегічного діяння впливатиме на досягнення цілей.

За реалізацією стратегії наглядатиме координаційна група та консультативна група з трьох осіб. Координатором дорадчої групи буде секретаріат громади, а її членами – працівники офісу, відповідального за функціонування соціальних, громадських та адміністративних послуг.

Координатор і команда працюватимуть по спеціально визначеними групами проблем, звісно якщо такі групи необхідно створити з потреби поглиблення проблеми. Зовнішні експерти також матимуть шанс приєднатися до цих груп.

Координатор і команда відповідатимуть за такі процеси:

- поточна оцінка стану виконання запланованих заходів на період (стосовно показників цілей та результату, що використовуються в стратегії);
- аналіз та звітування про виконання стратегії, підготовлених окремими особами та установами з конкретними мандатами;

- пропонування зміни напрямку у зв'язку зі зміною умов, появою нових можливостей і загроз, що здійснюють вплив на розвиток громади або ефективність діяльності;
- створення детального звіту про моніторинг виконання стратегічного документа,
- зв'язки з громадськістю та брендинг стратегії.

Показники для оцінювання ефективності стратегії в основному беруться з таких джерел:

- звіти органів самоврядування та інших державних служб;
- звіти про виконання соціальних партнерів завдань за планами співпраці та партнерськими угодами;
- звіти про виконані проєкти, включаючи проєктну звітність та розрахунки;
- додаткове фінансування із зовнішнього фінансування;
- бюджетування громади і його наповненість;
- облік баз даних, доступних громадам чи іншим уповноваженим особам;
- державна статистика.

Спостереження та оцінювання базуватимуться на безперервному накопиченню внутрішніх а також зовнішніх баз даних, включаючи банківські та статистичні бази даних.

Система оцінки буде використовувати такі аналітичні елементи:

- успіх. Чи відповідають визначені цілі потребам;
- віддача. Відношення досягнутих результатів до витрат;
- ефективність. Чи були реалізовані заплановані заходи, чи досягнуті цілі,
- корисність. Чи відповідають досягнуті результати потребам місцевої громади стійкість
- стійкість. Чи залишаться результати, досягнуті в результаті реалізації стратегії, незмінними в довгостроковій перспективі.

Для забезпечення адекватної адаптації до соціально-економічної ситуації стратегія, включно з планом дій, буде оновлюватися раз на два роки в міру необхідності. Оновлений проект стратегічного документа буде підготовлено координатором та консультативною групою у співпраці з цільовою групою, до складу якої входитимуть представники соціально-економічних, екологічних секторів та сторонні експерти. Соціальні дослідження завжди будуть проводитися перед завершенням розробки проекту.

Проект оновлення стратегії буде подано керівнику громади для аналізу та затвердження, а потім до ради спільноти для затвердження.

РОЗДІЛ 4

БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ

4.1 Поведінкові реакції населення у надзвичайних ситуаціях

Враховуючи події, які відбуваються на сході України, Великогаївська об'єднана територіальна громада на даний час залишається безпечним для проживання місцем, але оскільки по всій території країни запроваджено воєнний стан, а по стратегічним об'єктах здійснюються ракетні обстріли агресором то відповідно населення має бути проінформоване та ознайомлене з основними правилами безпечної поведінки в надзвичайних ситуаціях.

Правила безпечної поведінки в надзвичайних ситуаціях [19, с. 320].

1. При загрозі ураження стрілецькою зброєю.

- Закрийте штори або жалюзі (заклейте вікна паперовою стрічкою) для зниження ураження уламками скла.
- Вимкніть світло, закрийте вікна та двері.
- Займіть місце на підлозі в приміщенні, що не має вікон на вулицю (комора, ванна, передпокій).
- Інформуйте можливими засобами про небезпеку близьких і знайомих.

2. При загрозі бойових дій.

Закрийте штори або жалюзі (заклейте вікна паперовою стрічкою) для зниження ураження осколками скла. Вимкніть джерело живлення, закрийте воду і газ, загасіть пічне опалення.

- Візьміть документи, гроші і продукти, предмети першої необхідності, медичну аптечку.
- Негайно покиньте житлове приміщення, сховайтесь в підготовленому підвалі або найближчому укритті.
- Попередьте про небезпеку сусідів. Надайте допомогу старим і дітям.

- Без крайньої необхідності не залишайте безпечного місця перебування.

- Проявляйте крайню обережність, не піддавайтеся паніці.

2. Якщо стався вибух.

- Переконайтеся в тому, що ви не отримали значних травм.

- Заспокойтеся і уважно озирніться навколо, чи не існує загрози подальших обвалів і вибухів, які не звисає чи з руїн розбите скло, не потрібна комусь ваша допомога.

- Якщо є можливість - спокійно вийдіть з місця події. Якщо ви опинилися в завалі періодично подавайте звукові сигнали. Пам'ятайте, що при низькій активності людина може протриматися без води п'ять діб.

- Виконуйте всі розпорядження рятувальника.

3. При повітряній небезпеці.

- Вимкніть джерело живлення, закрийте воду і газ.

- Погасіть пічне опалення.

- Візьміть документи, гроші і продукти, предмети першої необхідності, медичну аптечку.

- Попередьте про небезпеку сусідів і при необхідності надайте допомогу старим і хворим.

- Якнайшвидше дійдіть до захисної споруди або сховайтесь на місцевості. Дотримуйтеся спокою і порядку. Без крайньої необхідності не залишайте безпечного місця перебування. Слідкуйте за офіційними повідомленнями.

4. При загрозі масових заворушень.

- Зберігайте спокій і розсудливість.

- При перебуванні на вулиці негайно покиньте місця масового скупчення людей, уникайте агресивно налаштованих осіб.

- Не піддавайтеся на провокації.

- Надійно закрийте двері. Не підходьте до вікон і не виходьте на

балкон. Без крайньої необхідності не покидайте приміщення.

5. Якщо вас захопили злочинці як заручника і вашому життю і здоров'ю загрожує небезпека.

– Намагайтеся запам'ятовувати будь-яку інформацію (вік, зріст, голос, манеру розмовляти, звички і т.п.) про злочинців, що надалі може допомогти встановити їх місцезнаходження.

– При першій можливості намагайтеся повідомити про місце свого перебування рідним чи в міліцію.

– Намагайтеся бути розважливими, спокійними, по можливості миролюбними, оберігайте себе від непотрібного ризику.

– Якщо злочинці перебувають у стані алкогольного або наркотичного сп'яніння, то намагайтеся максимально обмежити себе від спілкування з ними, так як їх дії можуть бути непередбачуваними.

– Чи не підсилюйте агресивність злочинців непокорюю, сваркою, зайвим опором.

– Виконуйте вимоги терористів, не створюючи конфліктних ситуацій, запитуйте дозволу переміщатися, сходити в туалет, відкрити сумочку і т.д.

– Уникайте будь-яких дискусій, особливо політичних, зі злочинцями, будьте, насамперед, уважними слухачами.

– Зберігайте свою честь і нічого не просіть, намагайтеся з'їдати все, що дають, незважаючи на те, що їжа може бути непривабливою.

– Якщо ви тривалий час перебуваєте поруч із злочинцями, постарайтеся встановити з ними контакт, викликати гуманні почуття і почати розмову, не наводячи їх до думки про те, що ви хочете щось вивідати.

– Не дозволяйте собі падати духом, використовуйте будь-яку можливість поговорити з самим собою про свої надії, проблеми, які трапляються в житті, постарайтеся заспокоїтися і розслабитися за допомогою медитації, читайте різні тексти, постарайтеся згадати вірші.

– Уважно стежте за поведінкою злочинців та їх намірами, будьте

готові до втечі, якщо ви абсолютно впевнені в безпеці такої спроби.

- Постарайтеся знайти найбільш безпечне місце в приміщенні, де вас тримають і де можна було б захиститися під час штурму терористів (приміщення, стіни і вікна яких не виходять на вулицю - ванна кімната або комора), у разі відсутності такого місця падайте на підлогу при будь-якому шумі або стрілянині.

- При застосуванні спеціальними підрозділами сльозоточивого газу дихайте через мокру тканину, швидко і часто моргайте, викликаючи сльози.

- Під час штурму ні в якому разі не беріть в руки зброю терористів, щоб не постраждати від штурмуючих, які стріляють по озброєним людям.

- При звільненні виходьте швидше, речі залишайте там, де вони лежать, оскільки можливі вибухи або пожежа, беззаперечно виконуйте команди групи захоплення.

6. При проведенні тимчасової евакуації цивільного населення з небезпечного району.

- Візьміть документи, гроші і продукти, необхідні речі, медикаменти.

- По можливості надайте допомогу громадянам похилого віку, людям з фізичними вадами.

- Дітям дошкільного віку вкладається в кишеню або пришивається до одягу записка, де вказується прізвище, ім'я, по батькові, домашня адреса, а також ім'я та по батькові матері і батька.

- Дотримуйтесь вказаного маршруту. При необхідності зверніться за допомогою до правоохоронців та медичних працівників.

4.2 Психофізіологічне розвантаження

При проведенні сеансів психофізіологічного розвантаження рекомендується використовувати деякі елементи методу аутогенного тренування, який ґрунтується на свідомому застосуванні комплексу взаємопов'язаних прийомів психічної саморегуляції й виконанні нескладних

фізичних вправ з словесним самонавіюванням. Головна увага при цьому приділяється набуванню й закріпленню навичок м'язевого розслаблення (релаксації).

У рекомендованому сеансі, який має проводитися в кімнаті психофізіологічного розвантаження з відповідним інтер'єром та кольоровим оформленням, відділяються три періоди, що відповідають фазам відновлювального процесу [20, с.1].

Перший період - абстрагування працівників від виробничої обстановки - відповідає фазі залишкового збудження. Лунають повільна мелодійна музика, пташиний спів. Обравши зручну позу, працівники адаптуються і психологічно готуються до наступних періодів.

Другий - заспокоєння - відповідає фазі відновлювального гальмування. Пропонується показ фотослайдів із зображеннями квітучого луку, березового гаю, гладенької поверхні ставка тощо. Через навушники транслюється спокійна музика, а на її фоні негучно, повільно висловлюються заспокійливі формули аутогенного тренування (тричі):

- "Я повністю розслаблений, спокійний";
- "Моє дихання рівне, спокійне";
- "Моє тіло важке, гаряче, розслаблене, я абсолютно розслаблений, лоб холодний, голова легка".

Як функціональне освітлення застосовують зелене світло. Яскравість світла має поступово знижуватись протягом періоду, а наприкінці його світло вимикається зовсім на одну - дві хвилини. Екран теж гасне.

Третій період - активізація - відповідає фазі підвищеної збудженості.

На початку періоду світло вимкнене, через певний час на екрані з'являється червона пряма, розміри і яскравість якої поступово збільшуються.

Наприкінці періоду лунає бадьора музика. Вимовляються тричі мобілізуючі формули аутогенного тренування, яким мають передувати глибоке вдихання та довге глибоке видихання:

- "Я бадьорий, свіжий, веселий, у мене гарний настрій";

- "Я повний енергією, я готовий діяти".

Сеанси психологічного розвантаження можуть проводитись за єдиною програмою через індивідуальні навушники і складатись із двох періодів по 5 хвилин кожний:

1) повне розслаблення;

2) активізація працездатності.

У разі потреби на фоні музичних програм можуть вимовлятися окремі фрази навіювання відпочинку, гарного самопочуття і на заключному етапі - бадьорості.

Після сеансів психофізіологічного розвантаження у працівників зменшується відчуття втоми, з'являються бадьорість, гарний настрій. Загальний стан відчутно поліпшується.

ВИСНОВКИ

Отже, у представленій дипломній роботі було досліджено теоретичні моменти і конкретні практичні рекомендації, щодо впровадження маркетингових підходів в управлінську діяльність органів місцевого самоврядування, на прикладі Великогаївської громади.

Управління маркетинговою діяльністю є однією з головних умов забезпечення конкурентоспроможності. Використання маркетингового менеджменту включає в себе аналіз, планування, реалізація цілей та контроль виконанн рішень, які мають на меті створити, зміцнити та підтримувати взаємовигідні обміни з стейкхолдерами для досягнення цілей громади.

Управління маркетинговою діяльністю є однією з головних умов забезпечення конкурентоспроможності та дає можливість реалізуватися у процесах:

- використання маркетингової стратегії в щоденному процесі діяльності;
- використання маркетингового менеджменту для ринкової сегментації діяльності організації;
- максимізація прибутку та підвищення конкурентоспроможності за рахунок впровадження маркетингових стратегій.

Основні дослідження теоретичних та практичних засад ефективності впровадження маркетингових підходів в управлінську діяльність органів місцевого самоврядування було досліджено на прикладі Великогаївської територіальної громади.

Великогаївська сільська громада — об'єднана територіальна громада Тернопільської області Тернопільського району. Адмін центр території знаходиться на території Великих Гаїв.

Великогаївська громада створена 26 жовтня 2015р. Населення громади налічує 11,2 тис. жителів, з яких близько 19% – діти до 18 років, а 23% – люди пенсійного віку.

Аналізуючи SWOT аналіз бачимо що, Великогаївська ОТГ має всі шанси на впровадження маркетингових підходів задля сталого розвитку та функціонування організації, оскільки громада має ряд важливих переваг.

Окрім переваг життя в громаді було виявлено ряд проблем, вирішення яких сприяло б розвитку Великогаївської ОТГ. По-перше, через не використання маркетингових підходів в управлінській діяльності органів місцевого самоврядування в громаді майже відсутній брендинг території, який би сприяв запам'ятовуванню громади туристами та якіснішому позиціонуванню території.

По-друге, громаді потрібно працювати над покращенням інституційного середовища для розвитку місцевого бізнесу та стимулювання залучення інвестицій завдяки впровадженню маркетингових підходів. Адже більшість податкових надходжень громади припадає саме на місцевих підприємців, тому в такий складний для України час, Великогаївська ОТГ повинна створити умови для відкриття нових підприємств та стимулювати переїзд існуючих підприємств з областей, де ведуться бойові дії, на територію громади.

Тому було обрано головні напрями з розвитку Великогаївської ОТГ завдяки впровадження маркетингових підходів в управління:

1. Економічний розвиток та залучення інвестицій
 - Розвиток туризму на території об'єднаної громади;
 - Інвентаризація та облаштування туристичних об'єктів;
 - Розвиток туристичної інфраструктури.
2. Розвиток технічної інфраструктури громади
 - Поліпшення інституційного середовища для розвитку місцевого бізнесу;
 - Стимулювання залучення інвестицій.

На основі формування унікального бренду треба створити систему маркетингу і промоції інвестиційних можливостей та продуктів міста. Це допоможе донести потрібну інформацію для інвесторів на всіх ринках, сформує позитивний бренд громади, та допоможе краще захопити конкретну нішу в кон'юктурі ринку.

Результат: Збільшення кількості туристів, збільшення інвестування в туристичну галузь громади, 3000 відвідувань туристичних об'єктів в рік, відкриття нових підприємств, переміщення на територію громади існуючих підприємств з інших районів, якісне маркетингове позиціонування в очах жителів, туристів та інвесторів.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. 14th edition. New Jersey: Prentice Hall, 2011. 812 p.
2. Балабанова Л. В. Маркетинг: Підручник. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: Знання-Прес, 2004. - 645 с.
3. Подольчак Н. Ю., Білик О. І., Ханик Ю.-Б. Р. Поняття публічного маркетингу та приклади його застосування в Україні. Інвестиції : практика та досвід. 2020. № 1. С. 155–158.
4. Аль-Атті І. В. Публічне управління: сутність і визначення. Аспекти публічного правління. Том 6. № 8. 2018. С.36-40.
5. Вакуленко В. Міський маркетинг як інструмент стратегічного планування економічного розвитку міста / В.М. Вакуленко // Управління сучасним містом. -2002 -№ 4-6(6). -С. 92-95.
6. Ільченко Н. В. Маркетинг громади – засіб економічного розвитку громади / Н. В. Ільченко, М. К. Григор // Збірник матеріалів X Міжнародної конференції «Теорія і практика сучасної економіки». Черкаси : ЧДТУ, 2009. – Т. 2. С.37–39.
7. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку / С.В. Близнюк. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Політехніка, 2009. – 400 с.
8. Балабанова Л.В. Проблеми маркетингового менеджменту в умовах ринкової економіки / Л.В. Балабанова // Торгівля і ринок України : зб. наук. праць. Вип. 10. Т. 1. – Донецьк : Дон ДУЕТ, 2000. С. 217–222.
9. Божкова В.В. Застосування некомерційного маркетингу на муніципальному та регіональному рівнях / В. В. Божкова // Маркетинг и реклама. 2005. - № 9. – С.38-43.
10. Вакуленко В. Міський маркетинг як інструмент стратегічного планування економічного розвитку міста / В. М. Вакуленко // Управління

сучасним містом. 2002. - № 4-6(6). С.92-95.

11. Васильченко Г. Паспорт громади як аналітична інформація для управління розвитком території / Г. Васильченко // Економічний аналіз. 2010. В. 6. С. 392 -395.

12. Брендинг міст: досвід країн Вишеградської групи для України / За загальною ред. О. І. Соскіна. К.: Вид-во «Інститут трансформації суспільства», 2011. 80 с.

13. Розсташування Великогаївської ОТГ та її межування. URL: <https://velykogaivska-gromada.gov.ua/sklad-gromadi-09-51-42-30-08-2016/>

14. Паспорт громади URL: <https://velykogaivska-gromada.gov.ua/pasport-gromadi-09-50-50-30-08-2016/>

15. Паспорт громади URL: <https://velykogaivska-gromada.gov.ua/pasport-gromadi-09-50-50-30-08-2016/>

16. Паспорт громади URL: <https://velykogaivska-gromada.gov.ua/pasport-gromadi-09-50-50-30-08-2016/>

17. Макроекономічні показники соціально-економічного розвитку Великогаївської об'єднаної територіальної громади: URL: <https://velykogaivska-gromada.gov.ua/docs/>

18. Показників власних доходів загального фонду місцевого бюджету Великогаївської ОТГ. URL: <https://velykogaivska-gromada.gov.ua/bjudzhet-2021-16-20-51-11-12-2020/>

19. Жидецький В. Ц. Основи охорони праці. - Львів: Афіша, 2002. - 320с.

20. Типове положення про навчання з питань охорони праці ДНАОП 0.00-12-99

ДОДАТКИ

Додаток А

Рішення про схвалення проєкту місцевого бюджету Великогаївської сільської об'єднаної територіальної громади на 2021 рік.



УКРАЇНА
ВЕЛИКОГАЇВСЬКА СІЛЬСЬКА РАДА
ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ

РІШЕННЯ

від 10 грудня 2020 року

№ 7

*Про схвалення проєкту місцевого бюджету
Великогаївської сільської об'єднаної
територіальної громади на 2021 рік*

Заслухавши та обговоривши доповідь начальника відділу фінансового забезпечення та бухгалтерського обліку апарату сільської ради Бойко Н.В., відповідно до вимог пункту 1 частини другої статті 52 Закону України "Про місцеве самоврядування в Україні" та частини першої статті 76 Бюджетного кодексу України виконавчий комітет Великогаївської сільської ради

В И Р І Ш И В:

Схвалити та внести на затвердження Великогаївської сільської ради проєкт місцевого бюджету Великогаївської сільської об'єднаної територіальної громади на 2021 рік (додається).

Сільський голова

О.А. КОХМАН

Додаток Б
Доходи місцевого бюджету на 2021 рік.

Доходи місцевого бюджету на 2021 рік

195040000000

(код бюджету)

(грн)

Код	Найменування згідно з Класифікацією доходів бюджету	Усього	Загальний фонд	Спеціальний фонд	
				усього	у тому числі бюджет розвитку
1	2	3	4	5	6
10000000	Податкові надходження	45 846 000,00	45 846 000,00	0,00	0,00
11000000	Податки на доходи, податки на прибуток, податки на збільшення ринкової вартості	29 963 000,00	29 963 000,00	0,00	0,00
11010000	Податок та збір на доходи фізичних осіб	29 960 000,00	29 960 000,00	0,00	0,00
11010100	Податок на доходи фізичних осіб, що сплачується податковими агентами, із доходів платника податку у вигляді заробітної плати	27 110 000,00	27 110 000,00	0,00	0,00
11010400	Податок на доходи фізичних осіб, що сплачується податковими агентами, із доходів платника податку інших ніж заробітна плата	2 600 000,00	2 600 000,00	0,00	0,00
11010500	Податок на доходи фізичних осіб, що сплачується фізичними особами за результатами річного декларування	250 000,00	250 000,00	0,00	0,00
11020000	Податок на прибуток підприємств	3 000,00	3 000,00	0,00	0,00
11020200	Податок на прибуток підприємств та фінансових установ комунальної власності	3 000,00	3 000,00	0,00	0,00
13000000	Рентна плата та плата за використання інших природних ресурсів	13 000,00	13 000,00	0,00	0,00
13010000	Рентна плата за спеціальне використання лісових ресурсів	9 000,00	9 000,00	0,00	0,00
13010100	Рентна плата за спеціальне використання лісових ресурсів в частині деревини, заготовленої в порядку рубок головного користування	4 000,00	4 000,00	0,00	0,00

Продовження додатку Б

13010200	Рентна плата за спеціальне використання лісових ресурсів (крім рентної плати за спеціальне використання лісових ресурсів в частині деревини, заготовленої в порядку рубок головного користування)	5 000,00	5 000,00	0,00	0,00
13020000	Рентна плата за спеціальне використання води	1 000,00	1 000,00	0,00	0,00
13020200	Рентна плата за спеціальне використання води водних об'єктів місцевого значення	1 000,00	1 000,00	0,00	0,00
13030000	Рентна плата за користування надрами	3 000,00	3 000,00	0,00	0,00
13030100	Рентна плата за користування надрами для видобування корисних копалин загальнодержавного значення	3 000,00	3 000,00	0,00	0,00
14000000	Внутрішні податки на товари та послуги	1 200 000,00	1 200 000,00	0,00	0,00
14040000	Акцизний податок з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлю підакцизних товарів	1 200 000,00	1 200 000,00	0,00	0,00
18000000	Місцеві податки	14 670 000,00	14 670 000,00	0,00	0,00
18010000	Податок на майно	5 660 000,00	5 660 000,00	0,00	0,00
18010100	Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, сплачений юридичними особами, які є власниками об'єктів житлової нерухомості	10 000,00	10 000,00	0,00	0,00
18010200	Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, сплачений фізичними особами, які є власниками об'єктів житлової нерухомості	380 000,00	380 000,00	0,00	0,00
18010300	Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, сплачений фізичними особами, які є власниками об'єктів нежитлової нерухомості	25 000,00	25 000,00	0,00	0,00
18010400	Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, сплачений юридичними особами, які є власниками об'єктів нежитлової нерухомості	1 000 000,00	1 000 000,00	0,00	0,00
18010500	Земельний податок з юридичних осіб	700 000,00	700 000,00	0,00	0,00
18010600	Орендна плата з юридичних осіб	2 350 000,00	2 350 000,00	0,00	0,00
18010700	Земельний податок з фізичних осіб	640 000,00	640 000,00	0,00	0,00
18010900	Орендна плата з фізичних осіб	400 000,00	400 000,00	0,00	0,00

Продовження додатку Б

18011000	Транспортний податок з фізичних осіб	5 000,00	5 000,00	0,00	0,00
18011100	Транспортний податок з юридичних осіб	150 000,00	150 000,00	0,00	0,00
18030000	Туристичний збір	10 000,00	10 000,00	0,00	0,00
18030200	Туристичний збір, сплачений фізичними особами	10 000,00	10 000,00	0,00	0,00
18050000	Єдиний податок	9 000 000,00	9 000 000,00	0,00	0,00
18050300	Єдиний податок з юридичних осіб	1 200 000,00	1 200 000,00	0,00	0,00
18050400	Єдиний податок з фізичних осіб	5 000 000,00	5 000 000,00	0,00	0,00
18050500	Єдиний податок з сільськогосподарських товаровиробників, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 відсотків`	2 800 000,00	2 800 000,00	0,00	0,00
20000000	Неподаткові надходження	1 044 000,00	694 000,00	350 000,00	0,00
21000000	Доходи від власності та підприємницької діяльності	17 000,00	17 000,00	0,00	0,00
21010000	Частина чистого прибутку (доходу) державних або комунальних унітарних підприємств та їх об'єднань, що вилучається до відповідного бюджету, та дивіденди (дохід), нараховані на акції (частки) господарських товариств, у статутних капіталах яких є державна аб	2 000,00	2 000,00	0,00	0,00
21010300	Частина чистого прибутку (доходу) комунальних унітарних підприємств та їх об'єднань, що вилучається до відповідного місцевого бюджету	2 000,00	2 000,00	0,00	0,00
21080000	Інші надходження	15 000,00	15 000,00	0,00	0,00
21081100	Адміністративні штрафи та інші санкції	5 000,00	5 000,00	0,00	0,00
21081500	Адміністративні штрафи та штрафні санкції за порушення законодавства у сфері виробництва та обігу алкогольних напоїв та тютюнових виробів	10 000,00	10 000,00	0,00	0,00
22000000	Адміністративні збори та платежі, доходи від некомерційної господарської діяльності	667 000,00	667 000,00	0,00	0,00
22010000	Плата за надання адміністративних послуг	415 000,00	415 000,00	0,00	0,00
22010300	Адміністративний збір за проведення державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань	25 000,00	25 000,00	0,00	0,00

Продовження додатку Б

22012500	Плата за надання інших адміністративних послуг	200 000,00	200 000,00	0,00	0,00
22012600	Адміністративний збір за державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень	180 000,00	180 000,00	0,00	0,00
22012900	Плата за скорочення термінів надання послуг у сфері державної реєстрації речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень і державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань, а також плата за надання інших платних посл	10 000,00	10 000,00	0,00	0,00
22080000	Надходження від орендної плати за користування цілісним майновим комплексом та іншим державним майном	250 000,00	250 000,00	0,00	0,00
22080400	Надходження від орендної плати за користування цілісним майновим комплексом та іншим майном, що перебуває в комунальній власності	250 000,00	250 000,00	0,00	0,00
22090000	Державне мито	2 000,00	2 000,00	0,00	0,00
22090100	Державне мито, що сплачується за місцем розгляду та оформлення документів, у тому числі за оформлення документів на спадщину і дарування	1 900,00	1 900,00	0,00	0,00
22090200	Державне мито, не віднесене до інших категорій	100,00	100,00	0,00	0,00
24000000	Інші неподаткові надходження	10 000,00	10 000,00	0,00	0,00
24060000	Інші надходження	10 000,00	10 000,00	0,00	0,00
24060300	Інші надходження	10 000,00	10 000,00	0,00	0,00
25000000	Власні надходження бюджетних установ	350 000,00	0,00	350 000,00	0,00
25010000	Надходження від плати за послуги, що надаються бюджетними установами згідно із законодавством	350 000,00	0,00	350 000,00	0,00
25010100	Плата за послуги, що надаються бюджетними установами згідно з їх основною діяльністю	350 000,00	0,00	350 000,00	0,00
30000000	Доходи від операцій з капіталом	1 000 000,00	0,00	1 000 000,00	1 000 000,00
33000000	Кошти від продажу землі і нематеріальних активів	1 000 000,00	0,00	1 000 000,00	1 000 000,00
33010000	Кошти від продажу землі	1 000 000,00	0,00	1 000 000,00	1 000 000,00

Продовження додатку Б

33010100	Кошти від продажу земельних ділянок несіельськогосподарського призначення, що перебувають у державній або комунальній власності, та земельних ділянок, які знаходяться на території Автономної Республіки Крим	1 000 000,00	0,00	1 000 000,00	1 000 000,00
	Усього доходів (без урахування міжбюджетних трансфертів)	47 890 000,00	46 540 000,00	1 350 000,00	1 000 000,00
40000000	Офіційні трансферти	38 824 800,00	38 824 800,00	0,00	0,00
41000000	Від органів державного управління	38 824 800,00	38 824 800,00	0,00	0,00
41020000	Дотації з державного бюджету місцевим бюджетам	4 672 000,00	4 672 000,00	0,00	0,00
41020100	Базова дотація	4 672 000,00	4 672 000,00	0,00	0,00
41030000	Субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам	33 008 200,00	33 008 200,00	0,00	0,00
41033900	Освітня субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам	33 008 200,00	33 008 200,00	0,00	0,00
41040000	Дотації з місцевих бюджетів іншим місцевим бюджетам	1 144 600,00	1 144 600,00	0,00	0,00
41040200	Дотація з місцевого бюджету на здійснення переданих з державного бюджету видатків з утримання закладів освіти та охорони здоров'я за рахунок відповідної додаткової дотації з державного бюджету	1 144 600,00	1 144 600,00	0,00	0,00
Х	Разом доходів	86 714 800,00	85 364 800,00	1 350 000,00	1 000 000,00

Сільський голова

О. А. Кохман

Прогноз бюджету Великогаївської сільської ради на 2022-2024 роки.

**УКРАЇНА**
ВЕЛИКОГАЇВСЬКА СІЛЬСЬКА РАДА47722 Тернопільська обл., Тернопільський р-н., с. Великі Гаї вул. Галицька, 47
тел. 49-00-98, 49-02-98**ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ****РІШЕННЯ № 118**

від 30 серпня 2021 р.

*Про Прогноз бюджету Великогаївської
сільської ради на 2022-2024 роки*

Відповідно до статті 75¹ Бюджетного кодексу України, підпункту 1 пункту а) статті 28 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Постанови Кабінету Міністрів України від 31 травня 2021 року № 548 «Про схвалення Бюджетної декларації на 2022-2024 роки», листа Міністерства фінансів України від 09.06.2021 № 05110-14-6/18181 «Про прогнози місцевих бюджетів на 2022-2024 роки», з метою забезпечення послідовності бюджетного процесу, заслухавши інформацію начальника фінансового відділу Великогаївської сільської ради Бойко Н.В. щодо необхідності схвалення Прогнозу бюджету Великогаївської територіальної громади на 2022- 2024 роки, виконавчий комітет сільської ради

ВИРІШИВ:

1. Схвалити Прогноз бюджету Великогаївської територіальної громади на 2022 – 2024 роки (додається).
2. Фінансовому відділу Великогаївської сільської ради Прогноз бюджету на 2022-2024 роки, схвалений виконавчим комітетом Великогаївської сільської ради, до 01 вересня 2021р. подати для розгляду до Великогаївської сільської ради.
3. Контроль за виконанням цього рішення залишаю за собою.

Сільський голова



О. КОХМАН


SWOT- аналіз Великогаївської територіальної громади

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p style="text-align: center;"><u>УПРАВЛІННЯ</u></p> <p>1. Наявність висококваліфікованих, амбітних молодих спеціалістів команда апарату виконавчого комітету сільської ради та у сільському господарстві</p> <p>2. Налагоджений соціальний діалог між місцевою владою та бізнесом, кредит довіри від населення.</p> <p>3. Вигідне розташування біля обласного центру</p> <p>4. Командна робота сільської ради, яка дозволяє приймати управлінські рішення шляхом компромісу та враховувати інтереси усіх жителів громади</p> <p>5. Наближення надання адміністративних послуг до населення (в тому числі переселенцям)</p> <p style="text-align: center;"><u>СОЦІАЛЬНА ІНФРАСТРУКТУРА</u></p> <p>6. Розвинена соціальна інфраструктура (наявність дошкільних закладів, спортивних об'єктів, автобусного та залізничного сполучення, мобільного зв'язку, інтернету)</p> <p>7. Збільшення житлового фонду та його благоустрою (газифікація, водопостачання, електропостачання, освітлення вулиць).</p> <p style="text-align: center;"><u>ПРИРОДНО-РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ</u></p> <p>8. Наявність вільних земельних ділянок, природно-заповідного фонду та інвестиційно-привабливих об'єктів (водойми, височини для розвитку вітрової енергетики, корисні копалини, пам'яток та об'єктів культурної спадщини)</p> <p style="text-align: center;"><u>ЕКОНОМІКА</u></p> <p>9. Високий рівень розвитку малого та середнього бізнесу</p> <p>10. Широкий ринок збуту всередині громади</p> <p>11. Інноваційні ініціативи бізнесу, влади, населення</p> <p>12. Приплив внутрішньо переміщених осіб</p> <p style="text-align: center;"><u>ГЕОГРАФІЧНЕ РОЗТАШУВАННЯ</u></p> <p>Відсутність бойових дій під час воєнного стану в Україні</p>	<p style="text-align: center;"><u>ГЕОГРАФІЧНЕ РОЗТАШУВАННЯ</u></p> <p>1. Висока мобільність населення громади через наближеність до обласного міста (на роботу та учнів на навчання у міських гімназіях)</p> <p style="text-align: center;"><u>УПРАВЛІННЯ</u></p> <p>2. Відсутність налагодженої системи стратегічного планування розвитку громад та генеральних планів населених пунктів (крім с. Великі Гаї).</p> <p>3. Недостатня громадська активність населення.</p> <p>4. Неповністю сформований апарат виконавчого комітету, відсутність електронних баз даних і програмного забезпечення.</p> <p>5. Мінімальне використання маркетингових підходів в управлінську діяльність органів місцевого самоврядування</p> <p style="text-align: center;"><u>ІНФРАСТРУКТУРА</u></p> <p>6. Слабка матеріально-технічна база шкіл та потреба у капітальному ремонті їх будівель</p> <p>7. Відсутність позашкільних закладів.</p> <p>8. Низький рівень розвитку виробничої інфраструктури та розвиток шляхового господарства</p> <p>9. Відсутність туристичних об'єктів та об'єктів відпочинку туристів.</p> <p>10. Непомітний брендинг території</p> <p style="text-align: center;"><u>ЕКОЛОГІЧНА СИТУАЦІЯ</u></p> <p>11. Наявність стихійних сміттєзвалищ та відсутність централізованої системи водовідведення</p> <p>12. Забруднення земель водного фонду, обміління річок і ставків, розорювання прибережних захисних смуг</p> <p style="text-align: center;"><u>ЕКОНОМІКА</u></p> <p>13. Неформальна зайнятість населення та тіньові доходи</p> <p>14. Нерівномірний соціально-економічний розвиток населених пунктів, які входять до складу об'єднаної громади</p>

Продовження додатку Г

	<p>15. Не дотримання суб'єктами господарювання вимог щодо рекультивації використаних родовищ корисних копалин</p> <p>16. Низьке стимулювання залучення інвестицій</p> <p>17. Недостатньо надійний інституційне середовище для розвитку місцевого бізнесу</p>
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Підвищення конкурентоспроможності громади через впровадження маркетингових підходів в управлінську діяльність органів місцевого самоврядування. 2. Залучення туристичного потоку в громаді. 3. Децентралізація влади та розширення повноважень громади, бюджетна самостійність 4. Реалізація в регіоні багатьох міжнародних та національних проектів, до яких може долучитися громада (гранти, субвенції) 5. Покращення надання соціальних послуг за рахунок покращення інфраструктури регіону 6. Реалізація спільних проектів в рамках співробітництва територіальних громад, розвиток взаємовигідного партнерства з європейськими містами та регіонами. 7. Модернізація і розвиток шкільної освіти. Створення опорних шкіл. 8. Поліпшення функціонування сайту 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недосконала законодавча база щодо ОТГ. 2. Політична та соціальна напруженість у державі 3. Недостатнє і невчасне фінансування громади та наявність різного роду бар'єрів у залученні інвестицій. 4. Зростання цін на енергоресурси 5. У зв'язку зі зміною кліматичних умова спостерігається понижений рівень води ґрунтових вод, води у річках і ставках, їх замулення. 6. Відсутність достатньої підтримки з боку держави для сприяння розвитку технічної інфраструктури, альтернативних джерел енергії 7. Не можливість розпоряджатись землями за межами населених пунктів через відсутність відповідних законів. 8. Перенаселення переселенцями 9. Відтік потенційних туристів в сусідні громади.



Анкетне опитування мешканців Великогаївської ОТГ.



Великогаївська об'єднана територіальна громада
The United Territorial Community of Velyki Hal

Опитування мешканців Великогаївської ОТГ

Шановні мешканці! З метою покращення добробуту всіх жителів нашої громади, просимо відповісти на наступні запитання.

 vjcic2000@gmail.com (не зв'язано)
[Змінити обліковий запис](#) 

*Обов'язкове поле

Вкажіть населений пункт *

Ваша відповідь _____

Ваш вік *

Ваша відповідь _____

Соціальний статус *

службовець

робітник

студент

пенсіонер

Продовження додатку Д.

1. Чи задоволені ви якістю надання послуг працівниками сільської ради (видача довідок, приймання заяв, надання консультацій, етика поведінки працівників) тощо? *

- так
- ні
- Інше: _____

2. Чи задоволені ви якістю освіти у своєму селі? *

- так
- ні
- Інше: _____

3. Чи потрібно щось змінювати в системі освіти, як? *

- так
- ні
- Інше: _____

4. Чи задоволені Ви якістю послуг, які надає бібліотека у вашому селі? *

- так
- ні
- Інше: _____

Продовження додатку Д.

5. Чи задоволені Ви якістю послуг, які надає клуб у вашому селі? *

та

ні

Інше: _____

6. Чи потрібна лікарня в Баворові? *

так

ні

Інше: _____

7. Чи задоволені Ви якістю послуг, що надає ФАП у Вашому селі? *

так

ні

Інше: _____

8. Чи задоволені ви якістю послуг, що надає районна поліклініка? *

так

ні

Інше: _____

Продовження додатку Д.

9. Чи є у вас криниця (свердловина) на присадибній земельній ділянці? *

- так
- ні
- Інше: _____

10. Чи є проблеми з водопостачанням у Вашому селі? *

- так
- ні
- Інше: _____

11. Чи підтримуєте Ви пропозицію, щодо централізованого вивозу сміття? *

- так
- ні
- Інше: _____

12. Чи потрібні громадські організації або вуличні комітети у громаді? *

- так
- ні
- Інше: _____

Продовження додатку Д.

13. Чи хотіли б Ви бути членом громадської організації чи вуличного комітету? *

так

ні

Інше: _____

14. Чи задоволені Ви роботою депутатів Вашого округу? *

так

ні

Інше: _____

15. Чи мали Ви можливість ознайомитись з проектом Стратегії розвитку громади 2020? *

так

ні

Інше: _____

16. Чи маєте Ви пропозиції до Стратегії розвитку громади 2020, вирішення яких проблем не висвітлено в Стратегії? *

та

ні

Інше: _____

Продовження додатку Д.

11. Чи підтримуєте Ви пропозицію, щодо централізованого вивозу сміття? *

так

ні

Інше: _____

12. Чи потрібні громадські організації або вуличні комітети у громаді? *

так

ні

Інше: _____

13. Чи хотіли б Ви бути членом громадської організації чи вуличного комітету? *

так

ні

Інше: _____

14. Чи задоволені Ви роботою депутатів Вашого округу? *

так

ні

Інше: _____