

*Балашов Дмитро Валерійович,  
аспірант кафедри теорії та практики  
ФСП КПІ ім. Ігоря Сікорського  
balashov.dim@gmail.com*

*Науковий керівник:  
Цимбаленко Я.Ю., к.держ.упр., доц.,  
ФСП КПІ ім. Ігоря Сікорського*

## **ВПЛИВ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ НА ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ БРЕНДА МІСТА ШЛЯХОМ ОНЛАЙН-ВЗАЄМОДІЇ**

На сьогоднішній день спостерігається тенденція до посилення ролі онлайн-взаємодії між населенням та органами публічної влади як на державному, так і на місцевому рівні. В умовах посилення та інтенсифікації конкуренції між містами, побудова ефективної онлайн-взаємодії муніципалітету з місцевим населенням набуває все більшої актуальності, оскільки це може бути додатковим механізмом залучення місцевої громади до процесів формування та управління брендом міста.

Для підвищення конкурентоспроможності міста доцільно враховувати його репутацію та імідж не лише для зовнішніх стейкхолдерів, а й для місцевого населення. Громадяни міста є головною зацікавленою стороною у створенні бренду міста, оскільки одним з кінцевих результатів його впровадження є підвищення рівня життя місцевого населення.

Для створення ефективного бренду міста доцільно враховувати фактор впливу місцевого населення на процеси його формування та управління. Важливе місце необхідно приділити публічним обговоренням, поданню пропозицій та скарг, доступу до публічної інформації, механізму контролю та зворотнього зв'язку з органами місцевої влади. Представники місцевої громади мають право впливати на процеси формування брендом міста, оскільки є платниками податків у місцевий бюджет, за рахунок яких відбувається впровадження проектів для реалізації бренду міста. Органи місцевої влади

несуть відповідальність за розвиток та позитивний імідж міста, тому мають бути зацікавлені в отриманні зворотнього зв'язку від місцевого населення та враховувати його при впровадженні стратегії розвитку міста. Саме тому необхідно приділити особливу увагу питанню участі місцевого населення у процесах формування та управління брендом міста. Це є можливим завдяки інструментам онлайн-взаємодії між муніципалітетом та громадою у процесах формування та управління брендом міста.

Використання інструментів онлайн-взаємодії дає змогу спростити зв'язок між органами місцевої влади та місцевим населенням, механізм користування міськими сервісами та інфраструктурою, а також сформуванню кращий імідж міста серед місцевого населення. Можна виділити п'ять основних інструментів онлайн-взаємодії: 1) електронний персональний кабінет мешканця міста; 2) веб-портали та онлайн-платформи; 3) мобільні додатки; 4) актуальні електронні бази даних.

Через електронний персональний кабінет мешканця міста може відбуватися звернення громадян, подача пропозицій та скарг, а також подання та відстеження поданих електронних петицій.

Веб-портали можуть виступати інструментом підвищення швидкості взаємодії між місцевим населенням та іншими зацікавленими сторонами з органами місцевої влади. У площині формування та управління брендом міста до веб-порталів як інструменту онлайн-взаємодії слід віднести: 1) портал для громадян; 2) інформаційний портал стосовно бачення бренду міста, питань впровадження стратегії його розвитку, та звітності органів місцевої влади про хід виконання заходів щодо реалізації цієї стратегії; 3) веб-портал, на якому мешканці міста мають змогу подавати пропозиції стосовно формування іміджу політичного діяча, місцевого чиновника, визначати критерії оцінки його діяльності та рейтингу; 4) веб-портал з open data та відкритим бюджетом; 5) туристичний та інформаційно-розважальний портал.

Важливим етапом у процесах формування та управління бренду міста є контроль за їх здійсненням. З точки зору участі місцевого населення у цих

процесах, він може бути реалізований, наприклад, у наступних формах: 1) звітність органів місцевої влади на онлайн-порталах про хід реалізації стратегії розвитку міста у формі «дедлайн-звіт», «дедлайн-звіт»; 2) створення електронного реєстру, в якому можна прослідувати динаміку рейтингу міст за певними критеріями (може бути складовою поточного контролю за впровадженням стратегій розвитку міст); 3) онлайн-платформи, які дозволять визначити відповідальних осіб, фінансування та ресурсне забезпечення вищезазначених процесів.

Таким чином, розглядаючи питання про вплив місцевого населення на процеси формування та управління брендом міста, необхідно обов'язково враховувати можливість використання інструментів онлайн-взаємодії громади з муніципалітетом, оскільки це може покращити імідж міста та його конкурентоспроможність.