

Демченко М.Л.

здобувач гр. ПА-23М

Фомічов К.С.

доктор юрид. наук., професор

Центральноукраїнський національний технічний університет

м. Кропивницький, Україна

НАПРЯМИ ПОЛІПШЕННЯ ІМІДЖУ ТЕРИТОРІЙ

Сьогодні особливо актуальним є визначення нових факторів сталого розвитку територій та інструментів їх ефективного управління, що сприяють підвищенню їх конкурентоспроможності. Серед таких факторів особливе місце займає позитивний імідж території, який стимулює ділову активність, привертає увагу бізнесу до реалізації інноваційних проєктів, освоєння ресурсного потенціалу, а також сприяє створенню нових робочих місць.

В умовах сучасних економічних викликів, таких як кризи та нестабільність, пошук перспектив ефективного і стійкого розвитку територій є нагальною необхідністю. Саме тому, в умовах зниження інвестиційної активності, імідж території виступає одним із ключових засобів їх залучення. Сьогодні імідж території стає важливим ресурсом економіки, оскільки інформація відіграє дедалі важливішу роль у забезпеченні конкурентних переваг. Імідж території серед підприємців та суспільно-політичної еліти набуває вирішального значення для просування національних та регіональних проєктів, а також для налагодження партнерських відносин. Імідж території формується на основі сукупності переконань і вражень, які виникають у жителів щодо її особливостей. Ці уявлення можуть базуватися на особистому досвіді (наприклад, проживанні чи відвідуванні) або ж опосередковано — через засоби масової інформації.

Імідж території доречно розглянути з точки зору поділу на об'єктивні та суб'єктивні складові, а саме: об'єктивні складові: конкурентні переваги та недоліки, що залежать від галузевої спеціалізації, експортного потенціалу, віддаленості, інноваційного розвитку, соціальної сфери, виробничої бази та рівня інвестиційної активності; суб'єктивні складові: враження, які формуються у свідомості цільових груп на основі інформації та емоційного сприйняття.

Конкурентні переваги сприяють інтеграції території в ринковий простір, тоді як недоліки можуть ускладнювати цей процес. Для досягнення успіху бажаний імідж території повинен відповідати місії її розвитку та дотримуватися кількох ключових умов, а саме: актуальність і достовірність: імідж має бути правдивим і відповідати реальним характеристикам; простота та чіткість: надмірна кількість образів може «розмити» сприйняття; унікальність: територія має відрізнятися від інших своїми відмінними характеристиками; привабливість: імідж повинен мотивувати до життя, інвестування, роботи чи відвідування.

Одним із найефективніших інструментів формування іміджу території виступає комунікація. Для створення сильного іміджу необхідно проводити комплексні маркетингові дослідження, які допоможуть виявити сильні та слабкі сторони території, а також сформулювати стратегію комунікацій, спрямовану на коригування існуючого образу. Іміджевий аудит дозволяє скласти «репутаційну карту», яка визначає проблемні зони та позитивні характеристики сприйняття території. Далі слід розробити стратегію формування іміджу, яка буде пов'язана із загальною стратегією розвитку території.

Таким чином, формування іміджу території має базуватися на системному підході, який забезпечує зв'язок між стратегією іміджу та загальною стратегією розвитку. Позитивний імідж стає важливим інструментом залучення інвестицій, які дозволяють не лише підвищити її привабливість, а й створити умови для сталого соціально-економічного розвитку.