

ЕКОЛОГІЧНИЙ БРЕНДИНГ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ МАЛИХ МІСТ УКРАЇНИ

Кульчицький Р.Р., Заставецька Л.Б., Заставецький Т.Б.

*Тернопільський національний педагогічний
університет ім. В. Гнатюка, м. Тернопіль, Україна*

Минулий вік характеризувався різким прискоренням розвитку людства на шляху до індустріального, високотехнологічного суспільства. Такий темп виробництва вимагав залучення великої кількості ресурсів та використання масштабних територій. Зрозуміло, що подальше одностороннє, егоїстичне ставлення до довкілля не раціонально і відповідатиме довгостроковим цілям побудови благополучного суспільства. У глобальному масштабі негативний вплив на земельні та водні ресурси, повітря, флору та фауну не може позначитися на здоров'ї та добробуті людини, оскільки сама людина є безпосереднім учасником екосистеми. Значний внесок у вивчення науково-методичних аспектів екологічного брендингу зробили такі відомі зарубіжні вчені, як А. Аакер, Б. Херо, Н. Саркар, М. Руссо, С. Флянц [2, с. 82-85].

Промисловий розвиток спричинив високі темпи зростання населення в містах. В Україні 69% населення проживає у містах, у тому числі 21% у містах із населенням понад 500 тис. осіб. Економічні та соціальні можливості міст сьогодні пов'язані не лише з промисловістю, а й з освітньою та науковою діяльністю, транспортом, туризмом та іншими галузями сфери послуг. Концентруючи значний людський, виробничий, інноваційний та інвестиційний потенціал, міста стають дедалі менш придатними для життя городян [3, с. 119-125].

Найбільш гострими екологічними проблемами міст є неадекватність житлово-комунального господарства, у тому числі водопостачання та водовідведення, забруднення повітря, поводження з твердими відходами, брак зелених насаджень. Традиційних методів охорони навколишнього середовища – дотримання розмірів санітарних зон підприємств, гранично допустимих концентрацій шкідливих речовин у повітрі та водоймах – українським містам недостатньо для виконання рекомендацій та норм ООН-Хабітат. Стратегія регіонального розвитку

«Європа 2020: Стратегія розумного та інклюзивного зростання», яка є важливою умовою для європейської інтеграції України.

Вищевикладене вимагає розробки принципово нових підходів до розвитку економічної бази міст та їх інфраструктури: енерго- та водозабезпечення, транспорту, утилізації відходів, а також житлового будівництва та загального містобудування [1, с. 101-105].

Основними складовими міського озеленення є:

- розвиток відновлюваної енергетики в межах міста, а саме енергії вітру, сонця, геотермальної енергії залежно від природних умов місцевості;
- будівництво енергоефективних будівель з мінімальним споживанням електричної та теплової енергії;
- зниження потреби в автомобільному транспорті за рахунок оптимального планування території, розвитку велосипедного руху, а також ефективного функціонування громадського транспорту у місті;
- забезпечення високої частки зелених насаджень у містах та стійкості природних систем та біорізноманіття в них;
- мінімізація утворення твердих побутових відходів, забезпечення їх сортування та максимально глибокої переробки.

Стратегія розвитку України до 2025 року передбачає найважливіші аспекти: реалізацію Загальноєвропейської програми викидів парникових газів «20/20/20», поводження з твердими побутовими відходами на їхню утилізацію та часткове спрямування, утилізацію, технічне переозброєння насосних станцій та систем каналізації загальних зелених насаджень міста.

Крім того, розроблено проект «Чисте місто», який фінансується Державним агентством інвестицій та управління національними проектами України, який передбачає будівництво сміттєпереробних заводів та забезпечення повторного використання вторинних ресурсів, збільшення глибини. До 50% переробки твердих побутових відходів та використання горючих фракцій як альтернативні види палива. Вищевказані заходи досі не реалізовані з низки об'єктивних і суб'єктивних причин, хоча це знижує актуальності екологічних проблем. Міський розвиток та необхідність досягнення поставлених цілей на глобальному та європейському рівні. [5, с. 49-54].

Серед основних екологічних проблем, спільних для всіх малих міст

України, можна назвати кризову ситуацію у житлово-комунальному господарстві.

Слід зазначити, що рівень зношування систем тепло-, водопостачання та водовідведення на підприємствах житлово-комунального комплексу малих міст дуже високий. Ці будівлі збудовані в основному в 70-х роках минулого століття, внаслідок чого їхній технологічний рівень вкрай низький, як і рівень енергоефективності [6].

Для вирішення екологічних проблем малих міст України основними завданнями є:

1. Реформа житлово-комунального господарства. Це потребує щорічних вкладень у переоснащення міських комунальних служб та зміцнення матеріально-технічної бази.

2. Реалізація державних та регіональних програм розвитку є важливим напрямом вирішення екологічних проблем малих міст.

3. З метою вирішення екологічних проблем малих міст особливе значення надається вдосконаленню місцевого самоврядування, справедливому порівняно з малими містами управлінню, розподілу коштів, що виділяються державою на соціально-економічний розвиток територій та спрощенню містобудівної документації. .

4. Для малих міст, розташованих у гірничодобувних районах, відновлення териконів, відвалів та кар'єрів має стати актуальним.

5. Територія малих міст, розташованих у північних областях України, схильна до значного радіаційного забруднення, вимагає постійного спостереження за довгоживучими радіоактивними ізотопами та їх міграцією [7, с. 136-140].

Таким чином, екологічний брендинг сьогодні стає все очевиднішим, хоча говорити про його досконалість в Україні ще зарано. Загалом під екобрендингом, як ми проаналізували, слід розуміти різновид брендингу, яким є створення екологічно орієнтованого бренду та його впровадження на ринок за допомогою відповідних екоінструментів.

Список використаних джерел

1. Бабич О. Особливості стратегічного управління інноваційними проектами розвитку малих міст. Актуальні проблеми державного управління. 2019. Т. 1, № 77. С. 101–105. URL: <https://doi.org/10.35432/1993-8330appa1772019170442> (дата звернення:

27.03.2023).

2. Головка А. Я. Брендинг в Україні : генеза та перспективи. Формування ринкових відносин в Україні. 2008. № 5 (84). С. 82–85.

3. Гуренко А. В. Сучасні чинники та умови розвитку малих міст. Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія "Економіка". 2016. Т. 17, вип. 299. С. 119–125.

4. Екологічний брендинг та маркетинг інновацій: аналіз взаємозв'язку : thesis / С. М. Махнуша та ін. 2010. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/17327> (дата звернення: 27.03.2023).

5. Ілляш І. Брендинг поселень як складова маркетингу територій. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2015. Вип. 20. С. 49–54.

6. Каленіченко Ю. Б., Калениченко Ю. Б. Екологічний моніторинг. Суспільний екологічний моніторинг : thesis. 2005. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/21834> (дата звернення: 27.03.2023).

7. Кіслов Д. В. Брендинг як вид державних маркетингових комунікацій. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 1, січ. С. 136–140.

ЕКОЛОГІЧНИЙ СТАН РІЧОК УКРАЇНИ

Міхелі С. В., П'ясківська А. Ю.

*Український державний університет імені Михайла Драгоманова,
м. Київ, Україна
miheli1950@ukr.net*

Забруднення річок України досліджувалось та аналізувалось за статистичними даними середньорічної концентрації забруднюючих речовин у контрольних створах водних об'єктів за 2021 рік, які містяться в Екологічних паспортах адміністративних областей України, що публікуються департаментами екології та природних ресурсів обласних державних адміністрацій України за результатами щорічного інструментально-лабораторного контролю якості поверхневих вод. У випадках відсутності даних за 2021 рік, аналізувались Екологічні паспорти за попередні 2020, 2019, 2018 роки. Для виявлення динаміки