СЕКЦІЯ 7. ПАРТИСИПАТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Радіонова Л. О., канд. філософ. наук, доцент, доцент кафедри філософії і політології,

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

ПАРТИСИПАТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ МІСТ

Реформа децентралізації влади, яка проходить сьогодні в Україні, зумовила потребу у формуванні такої системи управління, яка б найбільшою мірою відповідала сучасним завданням розвитку країни. Однією з підстав управління містом в умовах децентралізації влади є партисипативність. Важливо відмітити, що окрім очевидної проблеми участі жителів (кінцевих користувачів), підціммається на увазі залучена участь усіх сторін процесу, тобто адміністрації, представників бізнесу і фахівців з усіх галузей міського господарства.

Суть цього принципу полягає в тому, щоб на самому ранньому етапі ознайомити усі сторонни процесу з думками і цінностями один одного. Інакше, будь-який проект, що реалізовується в умовах міського середовища,якими є практично усі сучсні проекти, буде приречений на обструкцію з боку жителів, що не довіряють ні цілям адміністрації, ні цілям бізнесу.

Однією з найважливіших особливостей партисипативного проектування є можливість диференційованого підходу. Його суть полягає у відмові від орієнтації на абстрактного середнього користувача, оскільки у результаті такий користувач виявляється не схожий ні на яку окрему живу людину.

Це дозволяє проектувати місця і простори для різних соціальних груп, не приводячи їх до конфліктів між собою і даючи кожній групі шанс реалізовувати свої потреби в місті з комфортом і у безпеці.

У цьому контексті ефективно «працює» теорія поколінь. Теорія поколінь – це нове, інтенсивно таке, що розвивається і практично застосовневчення. Рушійною силою історичних подій багато хто вважає зміну поколінь (О. Конт, Дж. Милль, Г. Феррарі, О. Лоренц). У такому контексті теорія поколінь розглядалася американськими вченими Нейлом Хоувом і Вільямом Штраусом [2]. У основі цієї теорії – цінності людей, самецінності і їх схожість, а не вік, який формує і визначає покоління. Розрізняють: «мовчазне» покоління (1923–1943 роки народження), покоління «бейбі-бумерів» (1943–1963 рік народження), покоління X (1963–1983), покоління Y (1983–2000) і покоління Z (2000–2020). Як цеможевплинути на управліннямістом?

По-перше, представники покоління«бейбі-бумерів» хочуть масово спробувати себе в нових видах спорту. По-друге, багато хто з них регулярно відвідує фітнес-зали і підтримує хорошу форму. Для бізнесу це має величезну кількість нових запитів: персональні тренери, інструктори, що уміють працювати з цією віковою аудиторією, адаптуючи програми під фізіологічні і психологічні особливості бейбі-бумерів, при цьому відносячись до них як до активних людей.Відповідно, в містах, на підприємствах найближчим часом необхідно створити величезну кількість нових курсів, адаптованих під потреби бейбі-бумерів, – щоб допомогти їм інтегруватися у навколишній світ. До речі, такими фахівцями можуть бути зовсім молоді хлопці – студенти. Бейбі-бумери пишаються своєю молодістю: з будзагонами, походами, КВНами, а також 90–ми – коли вони відчували приплив енергії, були активними у бізнесі.

Зараз, в XXI столітті, вони хочуть про це розповідати, ділитися досвідом, виступати як представники для молоді. Адже вони можуть навіть будучи на пенсії працювати як волонтерами, так і збирати історію підприємств, проводити екскурсії по історичних місцях, які їм знайомі не з чуток, навчати молодих.

На прикладі тільки одного покоління бейбі-бумерів, а саме це покоління складає велику частину населення сьогоднішніх малих міст України, бачимо, що в управлінні містом неможливо не враховувати цей потенціал. Майже кожен шостий житель Харківської області –літній: 23,3% населення потрапили у вікову категорію від 60 років. Дітей (0–14 років) в регіоні опинилося 13,8%, людей у віці 15–64 року – 69,5%,осіб у віці 65+ налічили 16,7% [3].

У сільській місцевості мешкає більше літніх людей (25,8% жителів у віці 60 років і старіше), ніж в містах (22,7%). За рекомендацією ООН використовують ще один коефіцієнт старіння. Він враховує долю людей у віці від 65 років. Якщо показник перевищує 7%, то населення вважають старим. У Харківській області він склав 16,7% [3]. Як цінність «бути молодим» може реалізуватися в управлінні? Ось тільки деякі рекомендації:

Бейбі-бумери звертають увагу на те, що відбувається не в короткостроковій перспективі, вони орієнтовані на довгострокові стратегії, оскільки хочуть жити довго і активно. Вони уміють планувати і вбачати ситуацію стратегічно.

Сьогодні в управлінні містом важливе місце займає брендинг міста, бейбі-бумери розуміють та цінують це. Треба враховувати те, що голосувати вони будуть грошима і відношенням, а заразом –впливати на рішення своїх дітей і онуків у виборі сервісів міста.

І найголовніше, йдеться про найбільше зрушення парадигми – як живуть люди у віці "50+", "60+". Так, зараз бейбі-бумери створюютьнові правила для себе. Але жити в цих нових умовах не лише їм, але і наступним поколінням.

Бейбі-бумери уміють бути нставниками – вони не лише знають технології і сценарії, як діяти наставникові, але і цінують цю можливість. Для них почесно виступити в ролі наставника, навіть глобальніше – «бути наставником» по життю, місто не використовує цей потенціал. Місту,щоб ставати інноваційним, треба усе більш прискорюватися, включати те, що з'явиться або може з'явитися в майбутньому. До IQ і EQ треба додати AQ – адаптивний інтелект, здатність до адаптації. Адаптивність–як здатність прийняти зміни.

В управлінні містом сегментація аудиторії, яка базувалася на усереднених уявленнях про те, чого може абстрактно хотіти людина, вже не працює. Абстракції більше немає. Не можна говорити, що люди з високим прибуткомхочуть більше комфорту, а з низьким – економії. Це минуле. Майбутнє міста – це розвиток. Контроль замінюється довірою, творчістю, залученістю.

В Україні до ключових проблем, пов'язаних за участю жителів в управлінні розвитком міст, відносяться: включення жителів в обговорення окремих проектів забудови і містобудівних документів лише на фінальному етапі розробки; невирішена ситуація із земельними ділянками під багатоквартирними будинками (жителі не цілком розпоряджаються прибудинковою територією, так само як і не платять за користування нею).

Ці проблеми призводять до таких негативних наслідків, як: недовіра до адміністрації з боку жителів; поява гіршої якості середовища ущільнючої забудови і, навпаки, обструкція проектів, що покращують середовище з боку жителів; неможливість впорядкування стихійної парковки особистого автотранспорту в житловому середовищі; низька якість і дорожнеча обслуговування середовища, фінансування якого здійснюється лише з бюджету міста, що призводить до її повільного занепаду.

Для повнішого розуміння партисипативного управління містом необхідно перерахувати його характерні плюси і мінуси, що дозволяє застосувати цей метод найбільш вдалим чином. Плюси партисипативного управління: підходить для спірних питань, в силу більшої залученості зацікавлених сторін;збільшує шанс визначення вірних цілей і стратегічних завдань, роблячи проект стійкішим; формулювання спільних цілей робить процес управління проактивним; зміцнення зв'язку між сторонами (жителі, бізнес, адміністрація) і ув'язка їх цілей підвищує шанс на позитивну зміну.

Мінуси партисипативного управління: не має сенсу при низькій залученості жителів;висококонфліктні питання можуть утруднити перехід до компромісу, а в певних ситуаціях виключити його можливість;різниця владного потенціалу учасників (політична або економічна) може виключати можливість дійти компромісу.

Таким чином можна сказати, що парсипативне управління містом – це відкрите поле діяльності, яке нове для України. Для реалізації викладених цілей потрібна подальша робота по аналізу системи розвитку міста, націлена

на її вдосконалення, а також активний пошук нових рішень, у тому числі із зверненням до теорії поколінь.

Інформаційні джерела

1. Радионова Л. А., Радионова О. Н. Диалектика взаимосвязи поколений в современном вузе: онтологический подход / Моделюванняпокоління F [Електронний ресурс] :зб. матеріалівміждисциплінар. наук.-практ. конф., Київ, 05 жовтня 2018 р. / [уклад. Л. І. Юдіна]. Київ :Юдіна Л. І., 2018. URL:http://futurolog.com.ua/publish/12/zbirnyk.pdf(дата звернення: 4. 06.2021)

2. Шамис Е., Антипов А. Теория поколений / Маркетинг Менеджмент. 2007. № 6. URL: http://old.e-xecutive.ru/publications/(дата звернення: 12. 06.2021)

3. Статистика населения Харькова за 2018 годURL:https://kh.vgorode.ua/news/sobytyia/367352-potomu-chto-na-desiat-devchonok-v-kharkove-pereschytaly-muzhchyn-y-zhenschyn(дата звернення: 11. 06.2021).

Сигінь Д.І., студентка економічного факультету, кафедри менеджменту та маркетингу, групи МЗЕД-М1

Гринів Л.В.,науковий керівник, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

ПАРТИСИПАТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Стратегія розвитку громад являється результатом процесу стратегічного планування.Концентрація на досягненні єдиної загальної цілі громади є основним фактором стратегіїорану місцевого самоврядування, а забезпечення якнайкращих умов розвитку та життя членів місцевої спільноти (мешканців) є основною метою громади.

Стратегія розвитку громади – це певний комплекс дій і рішень, які сприяють вибору засобів та методів досягнення цілей чи кінцевої мети органу місцевого самоврядування[2].

Наступні компоненти формують стратегію розвитку громади:

– сфера дії самоврядування;
– стратегічні цілі;
– фінансові, матеріальні, нематеріальні ресурси;
– програми, заходи, що застосовують вибрані засоби та методи для досягнення цілей;
– процедури поширення стратегії розвитку, її пристосування й актуалізації, впровадження, оцінювання та моніторингу [1].