

ФІНАНСИ, БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, КОНТРОЛЬ І АУДИТ

DOI: 10.33274/2079-4762-2023-53-1-108-125

JEL : M100, M390, G320

УДК 352(088.72):336.1+339.138+005.21(045)

Неізвестна О. В.

**канд. екон. наук,
доцент**

Донецький національний університет економіки і
торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна
e-mail: nieizviestna@donnuet.edu.ua

Коч Ю. Л.,

начальник відділу

Виконком Криворізької міської ради,
м. Кривий Ріг, Україна
e-mail: 1kochjulia1@gmail.com

Ільєнков М. С.,

магістрант

e-mail: ilienkov@donnuet.edu.ua

БРЕНД ТЕРИТОРІЇ ГРОМАДИ: ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ (НА ПРИКЛАДІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ МІСТА КРИВИЙ РІГ)

УДК 352(088.72):336.1+339.138+005.21(045)

**Nieizviestna O. V.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor**

Donetsk National University of Economics and Trade named after
Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: nieizviestna@donnuet.edu.ua

Koch Yu. L.,

Head of Department

Executive Committee of the Kryvyi Rih City Council,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: 1kochjulia1@gmail.com

Ilienko M. S.,

Master

e-mail: ilienkov@donnuet.edu.ua

THE COMMUNITY'S BRAND TERRITORY: FINANCIAL ASPECT (EXAMPLES OF THE TERRITORIAL COMMUNITY OF THE CITY OF KRYVYI RIH)

Мета. Метою дослідження є аналіз фінансового аспекту забезпечення формування і розвитку бренду територіальної громади, як ефективного засобу забезпечення економічного та соціального її розвитку.

Методи. При підготовці статті застосовувалися загальні й спеціальні методи наукового дослідження економічних процесів, зокрема систематизації, порівняння – при вивченні економічних процесів, явищ та об'єктів, зокрема в напрямку пошуку джерел та механізмів фінансування розвитку громад; угруповання, деталізації – для дослідження інструментів фінансування розвитку громад; системного підходу – для визначення потенціалу території громади; методи статистичного аналізу – для оцінювання фінансової спроможності територіальної громади.

Результати. Досліджено фінансовий аспект брендингу територіальної громади. Визначено, що брендинг території є ефективним засобом забезпечення економічного та соціального розвитку громади. Він сприяє успішному управлінню розвитком, зростанню економіки, соціальному покращенню та формуванню привабливого іміджу регіону, що підвищує його конкурентоспроможність. При цьому автори звертають увагу, що джерелами фінансування розвитку громад виступають різні ресурси зацікавлених осіб: фінансові ресурси місцевих органів влади, приватних підприємств, благодійних організацій, міжнародних інвесторів тощо. Крім того, розкривають складові інструментів забезпечення фінансування розвитку громад. Проведене дослідження враховує фінансовий аспект формування бренду, включаючи фінансування та оцінку його ефективності. Авторами запропоновано інструментарій та методи оцінки фінансового стану громади та ефективності програм її розвитку. Аналізуючи фінансову спроможність територіальної громади м. Кривий Ріг, було визначено достатню самостійність міста у формуванні бюджету та високий рівень фінансової стійкості. Загальні видатки бюджету зростали, зокрема на освіту, житлово-комунальне господарство та економічну діяльність. У процесі дослідження авторами доведено, що брендинг території громади – це складний, багаторічний, поступовий процес, який потрібно розглядати комплексно. Лише оцінка фінансового стану не дасть повної характеристики стану громади, проте є важливим елементом при стратегічному плануванні її розвитку та допоможе оцінити наскільки ефективно були досягнуті поставлені цілі. Авторами запропонований комплекс стратегічно важливих заходів, серед яких: подальша співпраця з промисловими підприємствами, зокрема з корпорацією «АрселорМіттал»; участь в грантових програмах від закордонних донорів, які спрямовані на розвиток громади; реалізація перспективних проєктів, які сприяють формуванню бренду, і будуть охоплюють різні аспекти брендингу, включаючи вдосконалення громадської інфраструктури, соціальний захист та безпеку населення.

Ключові слова: бренд території, розвиток громади, фінансове забезпечення, оцінка ефективності.

Постановка проблеми. Реформа децентралізації, що розпочалась у 2014 році надала територіальним громадам можливість самостійно розпоряджатися фінансовими ресурсами, що створило умови для розвитку громад відповідно до місцевих потреб. У результаті постало питання про те, як територіальна громада може це зробити більш ефективно. Розвиток бренду території є однією із відповідей. Це пояснюється тим, що бренд відображає сталість розвитку і його створення та розробка сприяє подальшому підвищенню лояльності населення, покращенню інфраструктури, формуванню позитивного іміджу громади, а відповідно збільшенню туризму, розширенню торгівлі і багато чому іншому. При цьому виникає проблема розгляду стратегії брендингу з боку фінансів: фінансового

забезпечення та оцінки ефективності задіяних ресурсів.

Місто Кривий Ріг, як адміністративний центр Криворізької територіальної громади, почав впроваджувати стратегію брендингу ще у 2013 році та пройшов довгий шлях його формування. Проте досі залишається багато невідкладних проблем що перешкоджають головній меті – формуванню позитивної інвестиційної привабливості. Існує потреба у дослідженні напрямів фінансового забезпечення формування і розвитку бренду, оскільки громада є перспективним промисловим регіоном, яка при ефективній стратегії формування бренду стане однією з найкращих в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Тема формування бренду території

громади залишається надзвичайно актуальною. Проблематика визначення місця фінансів у цьому питанні віднайшла своє місце у багатьох роботах науковців. Так, дослідженню найпоширеніших джерел та механізмів фінансування розвитку громад присвячена робота [1]. Розгляд відносно нових для України інструментів фінансування розвитку громад, зокрема в умовах децентралізації, міжнародного досвіду з відповідних питань окреслено у роботах [2, 3]. Важливість туристичного брендингу громади, як одного зі способів залучення зовнішніх джерел фінансування розвитку надано в дослідженні [4]. Визначення показників оцінки діяльності громад в сфері розвитку та формування брендингу, завдяки яким стало б можливо визначати фінансову спроможність та стійкість українських громад відображено в літературі [3, 5–7]. Методологію оцінки ефективності інвестиційних проєктів наводить вчений-економіст [8]. Результативні показники виконання бюджетних програм визначенні авторами роботи [9]. Однак, їх праці стосуються окремих сторін досліджуваного питання. Сучасний науковий простір потребує узагальнення існуючої інформації та інноваційних

підходів до розгляду фінансової сторони розвитку бренду території громад.

Метою дослідження є аналіз фінансового аспекту забезпечення формування і розвитку бренду територіальної громади, як ефективного засобу забезпечення економічного та соціального її розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Брендинг території громади це не просто створення логотипу чи красивий слоган – це складний та багатоетапний процес просування громади з метою її подальшого розвитку. Цей процес потребує тісного взаємозв'язку її мешканців, влади та бізнесу. Для досягнення цієї цілі потрібна, як мобілізація людського ресурсу, так і фінансове забезпечення.

Фінансове забезпечення громади є важливим для розвитку брендингу території і для загально функціонування регіону. Джерелами фінансування розвитку громад виступають різні ресурси зацікавлених осіб: фінансові ресурси місцевих органів влади, приватних підприємств, благодійних організацій, міжнародних інвесторів тощо. Загалом фінансові ресурси можна класифікувати за різними критеріями (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація джерел фінансування розвитку громад (складено авторами на основі [1])

Критерії класифікації	Види джерел фінансування
Територіальне походження	внутрішні (передбачають залучення ресурсів, наявних у громаді), зовнішні (передбачають залучення ресурсів ззовні)
Регулярність використання	регулярні (податки, орендна плата, лізингові платежі), нерегулярні (міжнародна технічна допомога, гранти, кредити), разові (продаж землі, приватизація комунального майна)
Економічний зміст	надання коштів, передача майна і майнових прав, здійснення діяльності
Спосіб залучення	бюджетні, інвестиційні, кредитні, грантові

Останній критерій – спосіб залучення – об'єднує в собі всі інші. Тому іноді його відокремлюють в окрему класифікацію

інструментів забезпечення фінансування розвитку громад (табл. 2).

Таблиця 2

**Класифікація інструментів забезпечення фінансування розвитку громад
(складено авторами на основі [1–3])**

Складова	Інструментарій	Переваги	Недоліки
Бюджетна	1. Податки та збори; 2. Державні цільові програми; 3. Місцеві цільові програми.	1. Дає змогу швидко залучити чималі в масштабах міста кошти; 2. Додаткове фінансування у вигляді цільових трансфертів з державного бюджету надходжень у рамках державно-приватного партнерства чи концесії, інвестицій, кредитів тощо; 3. Співробітництво територіальних громад.	1. Вичерпність та обмеженість ресурсів.
Інвестиційна	1. Корпоратизація комунальних підприємств; 2. Компенсація впливу – компенсація негативного впливу зовнішніх чинників на територію; 3. Державно-приватне партнерство.	1. Можна використовувати в перехідних економіках; 2. Можливий розподіл видатків, ризиків та майбутніх прибутків між публічним і приватним учасниками партнерства.	1. Мала мотивація приватних інвесторів.
Кредитна	1. Місцеві запозичення; 2. Безоблігаційні позики; 3. Місцеві гарантії; 4. Кредити міжнародних фінансових організацій.	1. Місцеві облігаційні позики; 2. Різний термін залучення; 3. Пільгові умови кредитування. 4. Значні фінансові ресурси.	1. Надаються на умовах платності, строковості та майнового забезпечення; 2. Цільове призначення коштів. 3. Ризик провальної реалізації проєктів. 4. Збільшення боргового навантаження на місцевий бюджет.
Грантова	1. Міжнародна технічна допомога; 2. Ендавмент (фінансові пожертви); 3. Проекти корпоративної соціальної відповідальності; 4. Краудфандинг (залучення внесків коштів від великої кількості сторонніх осіб).	1. Безоплатна та безповоротна основа.	1. Географія інтересів; 2. Конкурсні засади; 3. Грантове фінансування зазвичай застосовується для економічно розвинутих країн світу.

Інструменти фінансової спроможності та розвитку громад – це знаряддя, що забезпечують реалізацію цілей її політики [2]. Як показує практика, в Україні для фінансового забезпечення брендингу більшою мірою використовуються саме джерела внутрішніх ресурсів (бюджетні). Це пояснюється тим, що для підвищення рівня інвестиційної складової необхідною умовою є створення відповідного інвестиційного клімату, який доки залишається не сприятливим на державному та місцевих рівнях. Проте створення бренду громади передбачає і поліпшення інвестиційного клімату. Тому орієнтація місцевої влади саме на залучення зовнішніх небюджетних ресурсів для фінансування є важливою. Іноді використовується поєднання різних інструментів фінансування, що дає громадам можливість зекономити власні кошти та залучити додаткові із зовнішніх джерел.

Основним інструментом бюджетного фінансування є податки та збори. Реформа децентралізації бюджетів надала можливість громадам нагромаджувати 60 % податку на доходи фізичних осіб на власні потреби, що відкрило нові шляхи фінансування розвитку. Окрім податку на доходи фізичних осіб джерелами є туристичний збір, екологічний податок, плата за використання лісових ресурсів та інші [3].

Окрім податків та зборів використовуються державні та місцеві цільові програми. Державні цільові програми – механізм залучення коштів центрального бюджету на вирішення проблем у певній галузі або на певній території, що визнані пріоритетними на загальнодержавному рівні і мають системний характер, тобто перешкоджають стабільному соціально-економічному розвитку країни або принаймні декількох територіальних одиниць в її межах. Поряд із центральним урядом, місцеві органи влади можуть виступати ініціаторами і співвиконавцями таких програм, залучаючи з центрального бюджету

додаткові ресурси для вирішення найбільших проблем місцевого значення [1].

Брендинг території громади відіграє важливу роль у туристичній діяльності. Бренд міста може сам стати своїм джерелом фінансування. Управління брендом у сфері туризму забезпечує низку стратегічних переваг: сформований бренд дає змогу встановлювати більш високу преміальну ціну на туристичні послуги й товари порівняно з цінами територій-конкурентів; сильний бренд створює відчуття відданості туристичній дестинації своїй цільовій аудиторії, що передбачає вищі шанси цієї дестинації порівняно з іншими територіями під час прийняття рішення про відвідування; наявність бренду сприяє більшому успіху нових товарів, заходів або послуг за рахунок схвалення його цільовими аудиторіями; туристи, які вже знайомі з брендом дестинації, охоче погоджуються долати великі відстані для відвідування цієї території; успішний бренд дає додаткові важелі впливу в разі встановлення партнерських відносин з інвесторами; відомий бренд робить дестинацію більш привабливою для отримання міжнародних грантів і державних інвестицій [4].

Інвестиційні інструменти або ресурси охоплюють ресурси, що залучаються для створення нових активів. Їх головна особливість, що вони спрямовані безпосередньо на реалізацією окремих проєктів та здійснюються поза громадським бюджетом. Що є особливо важливим при високому рівні корупції на рівнях управління. Основними інструментами є корпоратизація комунальних підприємств, компенсація впливу та державно-приватне партнерство.

Компенсація впливу – механізм, що дає змогу синхронізувати темпи розвитку муніципальної інфраструктури з динамікою житлової та комерційної забудови, а також компенсувати негативний вплив зовнішніх чинників, наприклад, промислового забруднення довкілля, на територію. Використання цього

механізму передбачає зобов'язання забудовників чи підприємців компенсувати негативний вплив нової забудови чи підприємства на рівень завантаженості міської інфраструктури чи стан довкілля.

Державно-приватне партнерство – стало співробітництво між органами влади, зокрема й муніципального рівня, та підприємствами приватного сектору з метою генерування ресурсів для реалізації інфраструктурних проєктів. У межах державно-приватного партнерства відбувається розподіл видатків, ризиків та майбутніх прибутків між публічним і приватним учасниками партнерства [1].

У багатьох розвинутих країнах впроваджуються нові підходи до інвестицій. Жителі громад самі стають інвесторами громадських проєктів. Це сприяє більш ефективному виконанню поставлених фінансових завдань.

Також для фінансування розвитку громад може залучатися кредитні ресурси. Основними інструментами реалізації є місцеві запозичення, безоблігаційні позики, місцеві гарантії та кредити міжнародних фінансових організацій. Кредитні ресурси мають багато переваг: можливість отримати значні за обсягами фінансові ресурси, які можна повертати впродовж тривалого часу, прискорення розбудови міської інфраструктури тощо. Але і є значні ризики: провальна реалізація проєктів, збільшення боргового навантаження на місцевий бюджет тощо.

Останнім видом фінансових ресурсів є грантові кошти. Реалізуються через міжнародну технічну допомогу, ендавмент (фінансові пожертви), проєкти корпоративної соціальної відповідальності, краудфандинг (залучення внесків коштів від великої кількості сторонніх осіб). Зазвичай грантові кошти становлять невелику частку фінансування потреб міст в економічно розвинутих

країнах. Натомість в Україні, де доступ до інших фінансових ресурсів є вкрай обмеженим, саме грантові кошти часто мають вирішальне значення для фінансування різноманітних проєктів [2].

Як і у випадку зі створенням бренду товару, замовник або виконавець певного проєкту прагне знати чи доцільно він витратив свої кошти, чи було це ефективно та принесло бажаний результат.

У найбільш загальному розумінні ефективність характеризує співвідношення отриманого ефекту і витрат на його здійснення і є певною ціною або платою за досягнення даного результату [5]. Витрати на брендинг визначаються підсумовуванням понесених витрат на створення і розвиток бренду: витрати на його розробку, створення і просування за допомогою засобів маркетингових комунікацій.

Фінансову ефективність брендингу території громад слід розглядати у двох площинах:

1. Оцінка фінансової спроможності та ефективності витрат громади;
2. Оцінка ефективності фінансування окремих проєктів розвитку на території громади.

Оцінка фінансової спроможності та ефективності витрат громади має на меті виявити та показати в динаміці основні показники (табл. 3) надходжень, витрат, їх розподіл та ефективність. Ці показники є базою для управлінців громад, оскільки вони дають можливість оцінити фінансову спроможність, структуру витрат, а також динаміку таких показників. Окрім самих показників можна розглядати абсолютні величини основних витрат на забезпечення розвитку.

Таблиця 3

Показники фінансової спроможності громади (складено авторами на основі [6])

№	Показник	Формула для розрахунку
1.	Коефіцієнт спроможності (КС)	Видатки / Власні доходи
2.	Коефіцієнт власного бюджетного забезпечення (КВБЗ), грн. на 1 особу	Власні доходи / Кількість населення
3.	Профіцит-Дефіцит (ПД), млн. грн.	Доходи – Видатки
4.	Витрати на утримання апарату управління, грн. на 1 особу	Витрати на утримання апарату управління / Кількість посадових осіб місцевого самоврядування
5.	Населення на одну посадову особу місцевого самоврядування (ПОМС)	Кількість населення / Кількість ПОМС
6.	Ефективність витрат на дошкільну освіту, грн. на 1 дитину	Витрати на дошкільну освіту / Кількість дітей дошкільного віку
7.	Ефективність витрат на шкільну освіту, грн. на 1 дитину	Витрати на шкільну освіту / Кількість дітей шкільного віку
8.	Ефективність витрат на культуру, грн. на 1 особу	Витрати на культуру / Кількість населення
9.	Ефективність витрат на життєзабезпечення, грн. на 1 особу	(Витрати на дороги + Капітальні витрати + Благоустрій) / Кількість населення
10.	Ефективність соціальних витрат, грн. на 1 особу	Витрати на соціальну допомогу / Населення що її потребує
11.	Ефективність первинного медичного забезпечення, грн. на 1 особу	Витрати на охорону здоров'я / Кількість населення

Першим кроком є визначення розміру та динаміки власних доходів бюджетів громад. Як вже зазначалось, власні доходи є основним інструментом бюджетного фінансування. Тому від них у більшості буде залежати розвиток громади.

Коефіцієнт спроможності (КС), коефіцієнт власного бюджетного забезпечення (КВБЗ) та коефіцієнт профіцит-дефіциту (ПД) є головними показниками, що визначають фінансову спроможність громади. Якщо коефіцієнт спроможності менше 1, то можна стверджувати, що громаді вистачає власних доходів для забезпечення власних потреб та фінансування розвитку. Громади повинні намагатися збільшити КВБЗ, оскільки чим більше його значення, тим краще. Розрахунок такого показника не дає об'єктивної оцінки достатності витрат, тому його ліпше

порівнювати з показниками інших громад регіонів. Коефіцієнт ПД показує чи бюджет є профіцитним, тобто коли відбувається перевищення доходів над видатками чи дефіцитним, коли видатки переважають над доходами. Громади повинні прагнути збалансування бюджету (ПД = 0).

Також важливими показниками є розмір витрат на утримання апарату управління та кількість населення на одну посадову особу місцевого самоврядування (ПОМС). Такі показники показують ефективність утримання владного апарату. Чим менші витрати на владу та більше населення на посадову особу, тим краще.

Інші показники відображають фінансову ефективність видатків на забезпечення основних показників розвитку громади. Це ефективність витрат на дошкільну/шкільну

освіту, культуру, життєзабезпечення (витрати на дороги, благоустрій), соціальне та медичне забезпечення. Ці показники говорять про пріоритети влади щодо фінансування основних завдань розвитку громад.

Окрім показників спроможності можна застосувати показники фінансової стійкості

(табл. 4). Показники фінансової стійкості – це коефіцієнти, що показують здатність громади залишатися платоспроможною в довгостроковій перспективі.

Таблиця 4

Показники фінансової стійкості громад (складено авторами на основі [7])

№	Назва показника (КС)	Необхідність	Формула для розрахунку	Нормативне значення	Вага
1.	Коефіцієнт бюджетного покриття	Показує відповідність доходів місцевих бюджетів і повноважень, покладених на місцеві органи влади.	Власні доходи / Видатки (без дотацій вирівнювання)	від 0,7 до 0,5	0,32
2.	Коефіцієнт трансфертів до місцевих бюджетів	Показує міру залежності місцевих органів влади від фінансування з державного бюджету.	Офіційні трансферти / Доходи	від 0,3 до 0,5	0,13
3.	Коефіцієнт самостійності	Показує міру залежності фінансових можливостей місцевих органів влади під час фінансування видатків місцевого бюджету від трансфертів із державного бюджету.	Власні доходи / Доходи	вище 0,7	0,19
4.	Коефіцієнт податкової самостійності	Показує взаємозв'язок між обсягами податків, які збираються до місцевого бюджету, та доходами місцевого бюджету.	Податки / Доходи	від 0,6 до 0,5	0,26
5.	Коефіцієнт відносної бюджетної забезпеченості	Призначений для оцінки рівномірності забезпечення населення бюджетними послугами.	Власні доходи в розрахунку на одного мешканця по громаді / Середні власні доходи у розрахунку на одного мешканця громади по Україні	вище 0,9	0,10
6.	Інтегральний коефіцієнт фінансової стійкості місцевих бюджетів	Показує загальну фінансову стійкість громади.	$\sum (КС_n * Вага_{КСn})$	від 0,7 до 0,8	-

Показники фінансової стійкості доцільно використовувати комплексно та розглядати, як окремо, так і у виді інтегрального показника.

Оцінка ефективності фінансування окремих проєктів розвитку на території громади включає оцінку ефективності інвестиційних проєктів та бюджетних програм. У підсумку дається відповідь на питання: які фінансові наслідки та вигоди для стейкхолдерів, тобто

зацікавлених осіб (інвесторів, влади, бізнесу та мешканців громади).

Кожен інвестиційний проєкт має на меті у подальшому отримання прибутку. Тому інвесторам необхідно вимірювати отриманий ефект від вкладених коштів. Основні показники оцінювання ефективності інвестицій наведені у таблиці 5:

Таблиця 5

**Основні показники ефективності інвестиційних проєктів
(складено авторами на основі[8])**

№	Назва показника	Необхідність
1.	Чистий дисконтований дохід (NPV)	Дає змогу отримати абсолютну величину ефекту від реалізації проєкту.
2.	Внутрішня норма дохідності (IRR)	Показує верхню межу припустимого рівня дисконтної ставки, перевищення якої робить проєкт збитковим.
3.	Модифікована внутрішня норма дохідності (IRR)	Передбачає знаходження такої внутрішньої норми дохідності, яка зрівнює поточну оцінку інвестиційних витрат та майбутню вартість грошового потоку за проєктом, і розраховується при визначеній відсотковій ставці.
4.	Індекс прибутковості (PI)	Дає змогу отримати відносну величину ефекту від реалізації проєкту.
5.	Середня норма рентабельності (ARR, %)	Показує співвідношення між середньорічними надходженнями та початковими інвестиціями.
6.	Період окупності (PB)	Дає змогу визначити, який проміжок часу необхідний для того, щоб відшкодувати початкові інвестиції.
7.	Дисконтований період окупності (BPB)	Дає змогу визначити, який проміжок часу необхідний для того, щоб відшкодувати початкові інвестиції з урахуванням часу.

Оцінка ефективності фінансування бюджетних програм на відміну від оцінки інвестиційних проєктів не ґрунтується суто на отриманні прибутку. Проте для інвестиційних проєктів можуть застосовуватися також показники ефективності виконання бюджетних програм: витрати ресурсів на одиницю показника продукту (економність), відношення максимальної кількості вироблених товарів

(виконаних робіт, наданих послуг) до визначеного обсягу фінансових ресурсів (продуктивність), досягнення визначеного результату (результативність). Наприклад, перед владою громадою стоїть задача забезпечити створення належних умов для надання на належному рівні дошкільної освіти та виховання дітей. Показниками ефективності стане динаміка таких показників, як середні

витрати на 1 дитину в гривнях та діто-дні відвідування в днях [9].

Окрім цього прикладами оцінки ефективності бюджетних програм є зміна кількості користувачів послуг, відсотка охоплення дітей дошкільною/шкільною освітою, рівня смертності, середньої вартості капітального ремонту одного житлового будинку, середньої тривалості лікування хворого та т.п.

Криворізька територіальна громада – територіальна громада в Україні, що включає села Авангард, Гірницьке, Коломійцеве, Новоіванівку, Тернуватий Кут та місто Кривий Ріг, як адміністративний центр громади. Чисельні населення громади складає 615 492 осіб, загальна площа – 431,9 км²

Кривий Ріг – промислове місто України, найдовший населений пункт в Європі та одне

з перспективних міст у сфері розвитку брендингу території.

У лютому 2013 року у ході реалізації проекту міжнародної технічної допомоги «Місцевий економічний розвиток міст України» було розроблено та впроваджено демонстраційний проект «Маркетингова стратегія міста Кривого Рогу та інструменти її впровадження». Основна мета – розробка та запровадження інструментів формування позитивної інвестиційної привабливості міста. Найважливіша частина роботи – створення бренду міста. За результатами місто отримало логотип із зображенням рогу, як символу добробуту і достатку (рис. 1). А слоган «Місто, довжиною в життя» [10].



Рис 1. Бренд міста Кривого Рогу [10]

Розвиток громади забезпечується фінансуванням різними інструментами: бюджетним, інвестиційним, кредитним та грантовим.

Прикладом використання бюджетних ресурсів для реалізації політики у сфері брендингу територій є конкурс проєктів місцевого розвитку «Громадський бюджет», що проводиться в Кривому Розі шостий рік поспіль і має на меті залучення громади міста до ухвалення управлінських рішень, сприяє зростанню рівня довіри між мешканцями та органами місцевої влади, поглибленню співпраці з громадськими організаціями та кращому розумінню владою потреб громадян. За шість років, починаючи з 2016 по 2022, у Кривому Розі проведено сім конкурсів. Громадою було подано 892 проєктні заявки на

суму понад 426 млн грн, з яких 354 проєкти на суму майже 147 млн грн криворізьці обрали переможцями. За ці роки конкурс проєктів місцевого розвитку «Громадський бюджет» став однією з можливостей робити місто кращим [11].

У 2021 році «АрселорМіттал Кривий Ріг» інвестував 1 мільярд доларів в екомодернізацію та розвиток виробництва [12]. Головна мета інвестиційної програми – зосередиться на зниженні впливу виробництва на довкілля, сталому розвитку підприємства та впровадженні принципів циркулярної економіки: ощадливого та повторного використання ресурсів і переробки відходів виробництва. Проте російське вторгнення в Україну у 2022 році змусило «АрселорМіттал Кривий Ріг» тимчасово зупинити кілька

інвестиційних проектів, включно з будівництвом фабрики огрудкування, яка мала відкритися наприкінці 2023 року [13].

Продовжується робота в напрямку залучення фінансових ресурсів міжнародних фінансових організацій, у тому числі кредитних і грантових. В листопаді 2018 року між Північною екологічною фінансовою корпорацією та Криворізькою міською радою були підписані кредитний договір на суму 6 602,8 тис. грн. та договір про грант на суму до 94 990 євро [14]. Триває тісна співпраця з ЄБРР в питаннях реалізації проекту «Підвищення енергоефективності громадських будівель у м. Кривому Розі». Реалізація заходів проекту повинна була розпочатися протягом 2022 року [13].

Дослідимо фінансову ефективність брендингу території Криворізької громади на підставі аналізу наявного економічного та соціального потенціалу міста Кривий Ріг. Спочатку слід визначити розмір власних доходів бюджету, оскільки вони є основним інструментом бюджетного фінансування. Такий показник краще розглядати в динаміці та в порівнянні з іншими. Тому для порівняльного аналізу було обрано ще 2 громади Дніпровську та Запорізьку, з адміністративними центрами містом Дніпром та Запоріжжя відповідно (табл. 6).

Таблиця 6

**Порівняльний аналіз власних доходів місцевих бюджетів, млрд. грн.
(складено авторами на основі [11, 15-18])**

Місто	2019	2020	2021	2022	Середній приріст, млрд. грн.
Кривий Ріг	5,47	5,34 (-2,38 %)	6,44 (+20,6 %)	8,14 (+26,4%)	+0,89 (+14,87 %)
Дніпро	9,97	10,58 (+ 6,12 %)	12,9 (+ 21,93 %)	15,91 (+ 23,33 %)	+1,98 (+17,13 %)
Запоріжжя	5,96	6,22 (+ 4,36 %)	7,17 (+ 15,27 %)	7,6 (+ 6 %)	+0,55 (+8,54 %)

З таблиці 6 видно, що власні доходи місцевих бюджетів зростають майже упродовж всього досліджувального періоду з 2019 по 2022 роки (у 2020 зафіксовано невелике зменшення власних доходів бюджету м. Кривий Ріг). До 2022 року Кривий Ріг знаходився на останньому місці серед інших по розмірам власних доходів, проте у 2022 його доходи стали більше, ніж у міста Запоріжжя, що було зумовлено військовими діями на території Запорізької області, зменшенням податкових

надходжень та іншими факторами, що впливають на економіку міста. За 4 роки власні доходи м. Кривий Ріг зросли з 5,47 до 8,14 млрд. грн. Середній темп росту склав 14,87 % або 0,89 млрд. грн. на рік (другий по величині після м. Дніпро). І це враховуючи той факт, що Кривий Ріг не є обласним центром, проте забезпечує потужний розвиток навіть в умовах воєнного стану.

Наступним кроком є визначення показників фінансової стійкості територіальної громади м. Кривий Ріг (табл. 7).

Таблиця 7

Показники фінансової стійкості м. Кривий Ріг (складено авторами на основі [11, 15, 16])

№	Назва показника (КС)	2019	2020	2021	2022	Нормативне значення
1.	Коефіцієнт бюджетного покриття	0,7	0,78	0,72	0,94	від 0,7 до 0,5
2.	Коефіцієнт трансфертів до місцевих бюджетів	0,3	0,19	0,3	0,14	від 0,3 до 0,5
3.	Коефіцієнт самостійності	0,7	0,81	0,7	0,85	вище 0,7
4.	Коефіцієнт податкової самостійності	0,65	0,78	0,81	0,82	від 0,6 до 0,5
5.	Коефіцієнт відносної бюджетної забезпеченості	1,87	1,83	2,01	2,34	вище 0,9
6.	Інтегральний коефіцієнт фінансової стійкості місцевих бюджетів	0,75	0,81	0,81	0,93	від 0,7 до 0,8

Коефіцієнт бюджетного покриття показує відповідність доходів місцевих бюджетів і повноважень, покладених на місцеві органи влади. Показник м. Кривий Ріг протягом досліджуваного періоду перевищує нормативне значення, що говорить про відносну самостійність міста у формуванні бюджету.

Коефіцієнт трансфертів до місцевих бюджетів громади коливається протягом 4 років, але залишається в межах норми. Він відображає міру залежності органів місцевого самоврядування від фінансової допомоги органів влади вищого рівня. Міру залежності можна оцінити як «низьку».

Коефіцієнт самостійності є зворотним до коефіцієнта трансфертів до бюджету. Такий коефіцієнт показує міру залежності фінансових можливостей місцевих органів влади під час фінансування видатків місцевого бюджету від трансфертів із державного бюджету. Значення обраного об'єкта у 2019-2022 роках у середньому становить більше 0,7, що говорить про достатню самостійність міста при формуванні бюджету. Така ж ситуація і з коефіцієнтом податкової самостійності.

Коефіцієнт відносної бюджетної забезпеченості призначений для оцінки

рівномірності забезпечення населення бюджетними послугами. Забезпеченість населення територіальної громади м. Кривий Ріг є значно вищою, ніж у середньому по Україні. У 2022 році цей коефіцієнт вдвічі більший ніж по країні.

Загалом рівень фінансової стійкості територіальної громади м. Кривий Ріг знаходиться на високому рівні. Протягом 2019-2022 рр. інтегральний коефіцієнт фінансової стійкості знаходиться в допустимих межах та фіксує динаміку до збільшення.

Розглянемо Звіт з виконання у 2021 році програми економічного та соціального розвитку м. Кривого Рогу на 2017-2022 роки [11] та його основні сфери витрат, у тому числі на розвиток та формування бренду.

Загалом витрати громади склали 8,9 млрд. грн. Серед яких 388,0 млн. грн. було витрачено на забезпечення виплат матеріальних допомог та компенсацій мешканцям міста в рамках програм соціального захисту окремих категорій мешканців м. Кривого Рогу. Також протягом року було виплачено матеріальну допомогу мешканцям міста, які потребують підтримки на загальну суму понад 130,0 млн. грн.: ветеранам, людям з інвалідністю, постраждалим у наслідок катастрофи

на Чорнобильській атомній електростанції та іншим категоріям громадян.

Фінансування у сфері покращення якості благоустрою, дорожньо-мостового господарства та житлової політики, діяльності підпорядкованих комунальних підприємств житлово-комунальної сфери, сприяння їх розвитку, а також створення комфортних умов проживання коштувало 1 558 764,3 тис. грн.

Основні зусилля у сфері охорони здоров'я були спрямовані на протидію поширенню коронавірусної інфекції COVID-19 та її профілактику. Загалом за час пандемії з бюджету виділили майже 200,0 млн. грн. Загальна сума фінансування охорони здоров'я з бюджету Кривого Року склала 399,5 млн. грн.

На утримання закладів освіти та дитячо-юнацьких спортивних шкіл планові бюджетні призначення склали 3 321,3 млн. грн., з яких профінансовано 3 274,2 млн. грн. (98,6%). Зокрема спрямовано коштів на дошкільну освіту 1 043 405,2 тис. грн., середню – 1 748 053,4 тис. грн. та позашкільну – 154 055,8 тис. грн.

На функціонування закладів культури було спрямовано 330,8 млн грн, у тому числі із загального фонду 323,1 млн. грн., цільового – 1,5 млн грн, бюджету розвитку – 6,2 млн. грн.

Було продовжено реалізацію Програми розвитку промислового туризму в місті Кривому Розі на 2016-2024 роки. Основне завдання – розвиток нових напрямів туризму та популяризація промислового туризму.

Також приділялась увага підтримці дітей, сімей та молоді: виплачені стипендії, здійснені виплати для 3 257 багатодітних сімей, відправлено на оздоровлення 326 дітей, поставлено на квартирний облік 64 дитини-сироти та дитини, позбавленої батьківського піклування. На створення умов для зниження ризику виникнення надзвичайних ситуацій людини і природи та досягнення гарантованого рівня захисту населення і територій від

їх наслідків у громаді спрямовано 9,5 млн. грн.

Міською територіальною громадою було інвестовано 460,8 млн. грн. на галузі житлово-комунального господарства – 160,3 млн. грн., охорону здоров'я – 119,6 млн грн, освіту – 38,6 млн. грн., фізичну культуру і спорт – 20,9 млн. грн., культуру – 33,6 млн. грн., соціального захисту та соціального забезпечення – 7,9 млн. грн., транспорту – 50,9 млн. грн., інші – 29,0 млн. грн.

У зв'язку з введенням воєнного стану урядом України у лютому 2022 року Криворізька міська рада закрила доступ до більшості нормативно-правових актів та звітів, що унеможливило якісний аналіз соціально-економічного розвитку за 2022 рік, проте виходячи з даних державного порталу Відкритий бюджет [15] можна виділити наступне. Загальні видатки бюджету склали 9,24 млрд. грн. (95,02% виконання), що на 0,34 млрд. грн. (+3,82%) більше ніж минулого року, серед яких на забезпечення:

- загальнодержавних функцій – 1,38 млрд. грн.;
- громадський порядок, безпеку та судову владу – 5,64 млн. грн.;
- економічну діяльність – 1,53 млрд. грн.;
- охорону навколишнього природного середовища – 67,21 млн. грн.;
- житлово-комунальне господарство – 1,62 млрд. грн.;
- охорону здоров'я – 354,4 млн. грн.;
- духовного та фізичного розвитку – 317,39 млн. грн.;
- освіту – 3,35 млрд. грн.;
- соціального захисту та соціального забезпечення 635,22 млн. грн.;

Найбільші видатки бюджету 2022 року були спрямовані на освіту, житлово-комунальне господарство, економічну діяльність та загальнодержавні функції.

Проте не дивлячись на зростання власних доходів, хороші показники фінансової

спроможності та ефективності витрат така оцінка не дає повної картини щодо розвитку громади. Формування бренду слід розглядати зі всіх сторін: фінансової, соціальної, екологічної тощо. Територіальною громаду м. Кривий Ріг зараз складно назвати «брендом». У громаді та самому місті залишається велика купа невирішених проблем. Оскільки місто промислове, в першу чергу існує велика проблема викидів забруднюючих речовин та парникових газів. Також залишається низька якість житлово-комунального сектора. Навіть центральні вулиці міста вже давно потребують капітального ремонту. Є проблема вивозу побутових відходів. Останнім часом загострилась проблема незаконних забудов та встановлення так званих «МАФів» (кіосків), що загромаджують вулиці міста та псують його естетичний вигляд. Зокрема залишається проблема високого рівня злочинності, у тому числі корумпованість місцевих органів влади та інших рівнів управління. І це не повний список. Для подолання цих проблем не достатньо збільшити видатки чи посилити контроль за витрачанням коштів. У першу чергу потрібне усвідомлення кожним мешканцем, що від їх дій буде залежати розвиток громади.

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації у 2022 році стало визначальним у функціонуванні будь-якої громади, в тому числі Криворізької. Ще рано говорити про кінцеві розміри завданих збитків, проте вже зараз можна сказати, що ці збитки перевищують мільйони гривень. Через складну економічну та політичну ситуацію такий промисловий гігант, як «АрселорМіттал Кривий Ріг» та інші підприємства, що діють на ринку міста були вимушені частково призупинити свою діяльність. Особливо боляче було для малого бізнесу: багато підприємців не витримало тиску та пішло з ринку. Оскільки основним інструментом бюджетного фінансування виступають саме податки та збори, такі

події негативно вплинули на формування фінансування розвитку та створення бренду.

Зараз перед громадами гостро постало питання як залучити кошти для підвищення темпів розвитку чи хоча б для збереження нинішніх. Для місцевої влади територіальної громади м. Кривий Ріг безумовно перспективним напрямом є подальша співпраця з промисловими підприємствами. Міжнародна корпорація «АрселорМіттал» вже інвестує у екологічно чисте виробництво громади, проте така співпраця може бути розширена, наприклад, фінансування підприємством створення нових зелених насаджень, озеленення громадських вулиць. Також існує багато грантових програм від іноземних держав, у яких місто може приймати участь. Такі програми ставлять перед собою ціль реалізації перспективних проєктів розвитку громади, що у подальшому сприяли б формуванню бренду. Ці програми охоплюють різні аспекти брендингу: від вдосконалення громадської інфраструктури до забезпечення соціального захисту та безпеки населення.

Висновки. Таким чином, за результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що брендинг території є дієвим інструментом для забезпечення економічного та соціального розвитку громади. Він сприяє успішному управлінню розвитком, зростанню економіки та соціальному покращенню, а також формує привабливий імідж регіону та підвищує його конкурентоспроможність. У процесі формування бренду території громади посідає важливе розгляд його фінансового аспекту, а саме фінансового забезпечення та оцінки його ефективності. Для цього у статті було запропоновано відповідний інструментарій та різні методи оцінки: для загального стану громади та ефективності впроваджувальних програм чи проєктів розвитку. Ці показники дозволять оцінити діяльність керівників громад. На прикладі територіальної громади м. Кривий Ріг визначено її фінансову спроможність, оцінено

джерела фінансування і їх використання. Місто має достатню самостійність у формуванні бюджету. Рівень фінансової стійкості місцевої громади є високим. У 2021 році здебільшого витрати були спрямовані на благоустрій та освіту. Кривий Ріг також інвестував у розвиток промислового туризму. Вплив воєнного стану ускладнив аналіз соціально-економічного розвитку за 2022 рік, але загальні видатки бюджету зросли порівняно з попереднім роком, з найбільшими витратами на освіту, житлово-комунальне господарство та економічну діяльність. У процесі дослідження було доведено, що брендинг території громади – це складний, багатоетапний, поступовий процес, який потрібно розглядати комплексно. Тільки оцінка фінансового стану не дасть повної картини, проте є важливим елементом при стратегічному плануванні розвитку громади та допоможе оцінити наскільки ефективно були досягнуті поставлені цілі. Авторами запропонований комплекс стратегічно важливих заходів, серед яких: подальша співпраця з промисловими підприємствами, зокрема з корпорацією «АрселорМіттал»; участь в грантових програм від іноземних держав, спрямованих на розвиток громади; реалізація перспективних проєктів, сприяючих формуванню бренду, що будуть охоплюють різні аспекти брендингу, включаючи вдосконалення громадської інфраструктури, соціальний захист та безпеку населення.

Список літератури

1. Мамонова В., Балдич Н., Гринчук Н., Чорній Л., Рубановський К., Борода М. Джерела та механізми фінансування місцевого економічного розвитку: навч. посіб. Київ : Центр громадської експертизи. Проєкт «Місцевий економічний розвиток міст України», 2013. 176 с.
2. Місцевий економічний розвиток: моделі, ресурси та інструменти фінансування: практичний посібник : у 5 част. / Н. Балдич

та ін.; Федерація канадських муніципалітетів / Проєкт міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст». Київ, 2020. Част.1: МЕР: сучасні концепції, моделі та ресурси. 104 с.

3. Куценко Т. Ф., Сіренко Я. С. Забезпечення фінансової спроможності територіальних громад як пріоритет децентралізації управління. *Макроекономічне оцінювання публічного сектору в антикризовому управлінні : матеріали наук. прикладних дослідж. освіт.-проф. програми «Публічне управління та адміністрування» за 2017–2018 рр.* Київ : КНЕУ, 2019. С. 125-152.

4. Леоненко Н. А. Стратегічні засади формування державного туристичного брендингу в Україні. *Публічне управління та митне адміністрування.* 2019. С. 66-73.

5. Григорчук Т. В. Брендинг. Київ : Вид. центр КНУ, 2018. 163 с.

6. Зелінський С. Е. Оцінка спроможності громад в Україні. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України.* 2016. № 6. С. 128-134.

7. Лютік О. М. Основні тенденції формування та використання фінансових ресурсів бюджету м. Чернівці в умовах підвищення фінансової автономії. *Економіка і суспільство.* 2016. № 3. С. 418-424.

8. Мамотенко Д. Ю. Оцінка ефективності інвестиційних проєктів. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління».* 2008. № 628. С. 209-216.

9. Жабенко Л., Марушевська М. Формуємо паспорти бюджетних програм органу управління освітою : Порадник для голів та управлінців освітою територіальних громад / ред.: Н. Протасової та ін. Київ : ТОВ «Агентство Україна», 2021. 19 с.

10. Бренд міста Кривий Ріг. Офіційний сайт Виконкому – Кривий Ріг. URL: https://vykonkom-tsmkr.gov.ua/novyj_resurs3.html/ (дата звернення 16.05.2023).

11. Звіт з виконання у 2021 році програми економічного та соціального розвитку

м. Кривого Рогу на 2017–2022 роки. Кривий Ріг: Виконком Криворізької міської ради, 2021, 56 с.

12. «АрселорМіттал Кривий Ріг» інвестує 1 мільярд доларів в екомодернізацію. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2021/04/15/673014/> (дата звернення 16.05.2023).

13. «АрселорМіттал Кривий Ріг» тимчасово призупиняє інвестиційні програми у Кривому Розі. *KRIVBASS.CITY*. URL: <https://krivbass.city/news/view/arselormittal-krivij-rig-timchasovo-prizupinyae-investitsijni-programi-u-krivomu-rozi> (дата звернення 16.05.2023).

14. Звіти Криворізького міського голови та виконавчих органів міської ради про діяльність у 2018 році. *Червоний гірник*. 2019. 29 січ.

15. Відкритий бюджет : веб-портал. URL: <https://openbudget.gov.ua/> (дата звернення 16.05.2023).

16. Децентралізація : веб-портал. URL: <https://decentralization.gov.ua/> (дата звернення 16.05.2023).

17. Звіти про виконання бюджету Дніпровської міської ради. *Офіційний сайт Дніпровської міської ради*. URL: <https://dniprorada.gov.ua/uk/articles/category/zviti-pro-vikonannya-byudzhetu/> (дата звернення 16.05.2023).

18. Звіти про виконання бюджету Запорізької міської ради. *Офіційний сайт Запорізької міської ради*. URL: <https://zp.gov.ua/uk/page/bugjet> (дата звернення 16.05.2023).

References

1. Mamonova, V., Baldych, N., Hrynychuk, N., Chornii, L., Rubanovskyi, K., & Boroda, M. (2013). *Dzherela ta mekhanizmy finansuvannia mistsevoho ekonomichnoho rozvytku* [Sources and mechanisms of financing local economic development]. *Tsentr hromadskoi ekspertyzy. Proekt «Mistsevyi ekonomichnyi rozvytok mist Ukrainy»* [Center for Public Expertise, Project

«Local Economic Development of Cities of Ukraine»], 176 p.

2. Baldych, N. (2020). *Mistsevyi ekonomichnyi rozvytok: modeli, resursy ta instrumenty finansuvannia: praktychnyi posibnyk* [Local economic development: models, resources and financing tools: a practical guide], part 2: Budget instruments for financing MED, Partnership for Urban Development International Technical Assistance Project, 104 p.

3. Kutsenko, T., & Sirenko, J. (2019). *Zabezpechennia finansovoi spromozhnosti terytorialnykh hromad yak priorytet detsentralizatsii upravlinnia* [Ensuring the financial capacity of territorial communities as a priority of decentralization management]. *Makroekonomichne otsiniuvannia publichnoho sektoru v antykryzovomu upravlinni* [Macroeconomic evaluation of the public sector in crisis management], pp. 125–152.

4. Leonenko, N.A. (2019). *Stratehichni zasady formuvannia derzhavnoho turystychnoho brendynhu v Ukraini*. [Strategic principles of formation of state tourism branding in Ukraine]. *Publichne upravlinnia ta mytne administruvannia* [Public administration and customs administration], no. 4 (23), pp. 66–73.

5. Hryhorchuk, T.V. (2018). *Brendynh* [Branding]. *Vydavnychiy tsentr KNUKiM* [KNUKiM Publishing Center], 163 p.

6. Zelinsky, S.E. (2016). *Otsinka spromozhnosti hromad v Ukraini* [Assessment of community capacity in Ukraine]. *Naukovi zapysky Instytutu zakonodavstva Verkhovnoi Rady Ukrainy* [Scientific notes of the Institute of Legislation of the Verkhovna Rada of Ukraine], no. 6. pp. 128–134.

7. Lyutik, O.M. (2016). *Osnovni tendentsii formuvannia ta vykorystannia finansovykh resursiv biudzhetu m. Chernivtsi v umovakh pidvyshchennia finansovoi avtonomii* [The main trends in the formation and use of financial resources of the Chernivtsi budget in conditions of increased financial autonomy]. *Ekonomika i suspilstvo* [Economy and society], no.3. pp. 418–424.

8. Mamotenko, D.Yu. (2018). *Otsinka efektyvnosti investytsiinykh proektiv* [Evaluation of the effectiveness of investment projects]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Serii «Problemy ekonomiky ta upravlinnia»* [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Series «Problems of economics and management»]. no. 628. pp. 209–216.
9. Zhabenko, L., & Marushevska, M. (2021). *Formuiemo pasporty biudzhethnykh program orhanu upravlinnia osvitoiu : Poradnyk dlia holiv ta upravlintsiv osvitoiu terytorialnykh hromad* [Forming passports of budget programs of the education management body: Advisor for heads and managers of education of territorial communities] (N. Protasova, V. Poltorak, L. Zhabenko & A. Putsova, Eds.). *TOV «Ahentstvo Ukraina»* [Agency Ukraine LLC], 19 p.
10. Official website of the Executive Committee - Kryvyi Rih (2020, August 26). *Brend mista Kryvyi Rih* [Kryvyi Rih city brand]. Available at: https://vykonkom-tsmkr.gov.ua/no-vyj_resurs3.html (Accessed 16 May 2023).
11. *Zvit z vykonannia u 2021 rotsi prohramy ekonomichnoho ta sotsialnoho rozvytku m Kryvoho Rohu na 2017-2022 r.* [Report on the implementation in 2021 of the program of economic and social development of the city of Kryvyi Rih for 2017-2022], 56 p.
12. *Ekonomichna Pravda* [Economic true]. (2021, April 15). *ArselorMittal Kryvyi Rih investuie 1 miliard dolariv v ekomodernizatsiiu* [ArcelorMittal Kryvyi Rih invests 1 billion dollars in eco-modernization]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2021/04/15/673014/> (Accessed 16 May 2023).
13. Olena, G. (2022, May 12). «*ArselorMittal Kryvyi Rih*» *tymchasovo pryzupyniaie investytsiini prohramy u Kryvomu Rozi* [ArcelorMittal Kryvyi Rih temporarily suspends investment programs in Kryvyi Rih]. KRIVBASS.CITY. Available at: <https://krivbass.city/news/view/arselormittal-krivij-rig-timchasovo-prizupinyae-investitsijni-programi-u-krivomu-rozi>. (Accessed 16 May 2023).
14. Chervonyi hirnyk (2022, January 29). *Zvity Kryvorizkoho miskoho holovy ta vykonavchykh orhaniv miskoi rady pro diialnist u 2018 rotsi* [Reports of the Kryvyi Rih mayor and executive bodies of the city council on activities in 2018].
15. Open budget. Available at: <https://openbudget.gov.ua/> (Accessed 16 May 2023).
16. Decentralization. Available at: <https://decentralization.gov.ua/> (Accessed 16 May 2023).
17. Official website of the Dnipro City Council. *Zvity pro vykonannia biudzhetu Dniprovskoi miskoi rady* [Reports on the implementation of the budget of the Dnipro City Council]. Available at: <https://dniprorada.gov.ua/uk/articles/category/zviti-pro-vikonannya-byudzhetu/> (Accessed 16 May 2023).
18. Official website of the Zaporizhzhia City Council. *Zvity pro vykonannia biudzhetu Zaporizkoi miskoi rady* [Reports on the implementation of the budget of the Zaporizhzhia City Council]. Available at: <https://zp.gov.ua/uk/page/bugjet>. (Accessed 16 May 2023).

Objective. The purpose of the study is to analyze the financial aspect of ensuring the formation and development of the brand of a territorial community as an effective means of ensuring its economic and social development.

Methods. In preparing the article, general and special methods of scientific research of economic processes were used, in particular, a systematic approach, comparison, grouping, detailing, generalization, methods of statistical analysis etc.

Results. The results. The financial aspect of territorial community branding is studied. It has been determined that territory branding is an effective means of ensuring the economic and social

development of the community. It contributes to the successful management of development, economic growth, social improvement and the formation of an attractive image of the region, which increases its competitiveness. At the same time, the authors point out that the sources of funding for community development are various resources of stakeholders: financial resources of local authorities, private enterprises, charitable organizations, international investors etc. In addition, the components of the instruments for ensuring community development financing are disclosed. The study takes into account the financial aspect of brand building, including financing and evaluation of its effectiveness. The authors propose tools and methods for assessing the financial condition of the community and the effectiveness of its development programs. Analyzing the financial capacity of the territorial community of Kryvyi Rih, the authors determined that the city is sufficiently independent in budgeting and has a high level of financial stability. The total budget expenditures were growing, in particular, for education, housing and communal services, and economic activity. In the course of the study, the authors have proved that community branding is a complex, multi-stage, gradual process that needs to be considered comprehensively. The assessment of the financial condition alone will not provide a complete characterization of the community, but it is an important element in the strategic planning of its development and will help to assess how effectively the goals have been achieved. The authors propose a set of strategically important measures, including: further cooperation with industrial enterprises, in particular with the ArcelorMittal Corporation; participation in grant programs from foreign donors aimed at community development; implementation of promising projects that contribute to brand building and will cover various aspects of branding, including improving public infrastructure, social protection and public safety.

Key words: territory brand, community development, financial support, performance evaluation.

Надійшла до редакції 15.06.2023