

DOI 10.31558/2519-2949.2026.1.2

УДК 321.01:316.334.3(045)

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7263-1958>

Куц Г. М., Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8629-012X>

Куц Ю. О., Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

ПОЛІТИКО-УПРАВЛІНСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ ДОСЯГНЕННЯ СПРОМОЖНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ

Стаття присвячена виявленню специфіки застосування політико-управлінських технологій у процесі досягнення спроможності територіальної громади в Україні. Теоретико-методологічними засадами дослідження у розгляді питань спроможності територіальної громади та політико-управлінських технологій, спрямованих на її досягнення, стали як загальнонаукові методи пізнання, так і спеціальні методи політичної науки. Зокрема, використовувалися описові, аналітичні, емпіричні, порівняльні методи. Також у дослідженні застосовувалися історичний, системний методи аналізу. Виявлено особливості категорії спроможності у публічно-управлінському дискурсі. Зазначено, що спроможна територіальна громада є основою для успішних демократичних трансформацій у державі. Розглянуто критерії для оцінювання рівня спроможності територіальних громад. Аргументовано, що важливо сфокусувати увагу на формуванні довіри між мешканцями громади та довіри людей до влади. Саме успішний брендинг територій здатний детермінувати відповідне підвищення рівня довіри. Відсутність довіри між людьми свідчить насамперед про глибоку проблему – несформованість спільної потужної колективної ідентичності у територіальних громадах. Конструктивні моделі колективної ідентичності здатні підвищувати самооцінку населення окремих територій та сприяти появі самоврядних ініціатив. Констатовано, що політико-управлінські технології, спрямовані на досягнення спроможності територіальних громад, мають бути зорієнтовані на виявлення потенціалу певної території в межах держави, зокрема, щодо реалізації ключових ідей, товарів, послуг. Також в арсеналі політико-управлінських технологій щодо територіальних громад важливим є напрям стосовно просування ідей, товарів, послуг, які певна територія здатна генерувати у загальнонаціональному та міжнародному масштабах. Задля цього першим кроком має стати виявлення конкурентних переваг територій. Конкурентні переваги виявляються на основі оцінки наявних в ній ресурсів (людських, економічних, природних тощо) та потенціалу їх реалізації.

Ключові слова: спроможність, публічна влада, політичні технології, управлінські технології, органи місцевого самоврядування, територіальна громада, брендинг територій, спроможна територіальна громада, демократія, публічне управління, Україна.

Постановка наукової проблеми. Військова агресія росії проти України актуалізує проблеми наукового пошуку та практичного напрацювання дієвих політико-управлінських технологій, спрямованих на забезпечення інтересів людини, територіальної громади і держави. На місцевому рівні в межах територіальних громад здійснюється реалізація інтересів та пріоритетів мешканців держави. На окупованих росією українських територіях, у фронтових та прифронтових територіальних громадах означені інтереси не можуть бути реалізовані в повній мірі.

Отже, в сучасних українських реаліях, з огляду на період правового режиму воєнного стану [2], механізми посилення стійкості і міцності українського суспільства повинні базуватися на відведенні ключової ролі територіальній громаді в цьому процесі. Така ситуація вимагає фокусувати увагу на забезпеченні стійкості територіальних громад, на забезпеченні їхньої спроможності шляхом застосування відповідних політико-управлінських технологій.

Аналіз результатів наукових досліджень. Окреслена проблематика ґрунтовно досліджується

науковцями з різних галузей суспільно-політичного та гуманітарного знання. Так, науковим пошуком стосовно розвитку територіальних громад, щодо виявлення механізмів досягнення їхньої спроможності, щодо проблематики децентралізації в Україні присвячені праці багатьох вітчизняних науковців (В. Борщевський, М. Кіз, П. Книш, І. Кравців, І. Куліш, Ю. Мазур, В. Невлад, І. Томашук та ін.) У працях вказаних науковців розглядається багато важливих питань щодо формування механізмів досягнення спроможності територіальної громади, забезпечення її стійкості в умовах правового режиму воєнного стану. Політико-управлінські технології є в полі зору вітчизняних науковців, зокрема на теоретичні узагальнення та механізми їх застосування звертають увагу О. Дяконенко, Т. Заяць, Ю. Калиновський, Г. Краєвська, О. Нема, С. Романюк, С. Сова та ін. Але, в той же час проблематика виявлення специфіки політико-управлінських технологій досягнення спроможності територіальної громади в Україні ще не набула належного аналізу та узагальнення.

Мета наукового дослідження. Метою статті стало виявлення особливостей політико-управлінських технологій у процесі досягнення спроможності територіальної громади в Україні.

Виклад основного матеріалу. Категорія спроможності у публічно-управлінському дискурсі тісно пов'язана з європейським нормативно-правовим полем. Цей термін використовується у Європейській Хартії місцевого самоврядування, яку Верховна Рада України ратифікувала у 1997 р. Поняття «спроможність» використовується у визначенні дефініції місцевого самоврядування. Так, у статті 3 Хартії зазначено, що «місцеве самоврядування означає право і спроможність органів місцевого самоврядування в межах закону здійснювати регулювання та управління суттєвою часткою публічних справ, під власну відповідальність, в інтересах місцевого населення» [3].

Концепт спроможності територіальної громади у найбільш загальному виді було визначено «Методикою формування спроможних територіальних громад», що була затверджена Кабінетом Міністрів України 08.04.2015 р. В означеному документі під спроможною територіальною громадою розуміють «територіальні громади сіл, селищ, міст, які в результаті добровільного об'єднання (добровільного приєднання до об'єднаної територіальної громади) здатні самостійно або через відповідні органи місцевого самоврядування забезпечити належний рівень надання публічних послуг» [5]. Мова йде про широкий спектр публічних послуг у різних сферах: освіта, культура, охорона здоров'я, житлово-комунальне господарство, сфера соціального захисту тощо. Публічні послуги у спроможній територіальній громаді надаються за умов наявності відповідного фінансування, кадрових ресурсів, розвитку інфраструктури певної адміністративно-територіальної одиниці.

У публічно-управлінському дискурсі науковці аналізують різні аспекти спроможності територіальної громади. Так, О. Нема вказує на важливість комплексного підходу до розуміння спроможності, виокремлюючи такі важливі її компоненти: соціально-демографічна, адміністративна, фінансово-економічна, інфраструктурна, сервісна, соціокультурна [14, с. 88].

Спроможна територіальна громада, наголошує Ю. Калиновський, уособлює пряме народовладдя. Така громада є основою для успішних демократичних трансформацій у державі. Дефініцію спроможної територіальної громади автор концептуалізує наступним чином: «це самокерована (до певної міри самодостатня), адміністративна одиниця в межах своїх потреб, ресурсів та повноважень, яка своєю діяльністю зміцнює горизонтальні соціальні зв'язки у демократичній державі» [7, с. 108].

У «Методиці формування спроможних територіальних громад» Кабінетом Міністрів України було виділено п'ять ключових критеріїв для оцінювання рівня спроможності територіальних громад [5]:

- по-перше, кількість членів територіальної громади, які постійно мешкають на її території;
- по-друге, кількість учнів, які навчаються у школах, що розміщені в межах відповідної територіальної громади;
- по-третє, площа території всієї територіальної громади;
- по-четверте, індекс податкової спроможності бюджету відповідної територіальної громади;
- по-п'яте, частка у доходах бюджету податків та зборів (на місцевому рівні) відповідної територіальної громади.

На офіційному сайті Кабінету Міністрів України оприлюднено переліки спроможних територіальних громад. Із 2016 р. по 2020 р. було видано одинадцять Розпоряджень Кабінету Міністрів України «Про визнання спроможними об'єднаних територіальних громад», в яких наведено інформацію про переліки територіальних громад, яким було надано статус спроможних. Наприклад, Розпорядженням від 03.03.2020. № 213 було надано статус спроможних 63-м територіальним

громадам з різних областей України [6].

Цікаву статистику оприлюднено дослідниками сайту «Децентралізація» щодо функціонування територіальних громад в Україні в умовах воєнного стану. Незважаючи на триваючу війну, яку розв'язала росія проти України, в нашій державі спостерігається позитивна тенденція стосовно міжмуніципального співробітництва між громадами. Так, у 2025 р. було укладено 210 нових договорів про співпрацю. У 2024 р. таких договорів було укладено 134. Тобто, на 57% виросли показники міжмуніципального співробітництва в Україні. Об'єднання громад переважно відбувається навколо ключових послуг, до яких входять освіта, первинна медицина, соціальна підтримка. Важливо, що більш спроможні громади перетворюються на «хаби» для сусідніх громад, надаючи їхнім мешканцям відсутні в них послуги. Тобто, в умовах війни спроможні громади застосовують «прагматичний підхід, де замість конкуренції працює кооперація, а замість розпорошення ресурсів громади йдуть на спільне фінансування послуг, щоб зекономити на масштабі» [13].

Звернемось до аналізу політико-управлінських технологій з метою виявлення пріоритетних механізмів досягнення спроможності територіальної громади в Україні.

Управлінські технології за своєю суттю, зазначає П. Книш, варто аналізувати в трьох контекстах [9, с. 256]. По-перше, під управлінськими технологіями переважно розуміють технології прийняття політико-управлінських рішень. По-друге, категорія управлінських технологій експлікується в процесуальному вимірі, коли процес управління розподіляється на певні процедури, окремі операції з метою подальшого виконання виділених завдань. По-третє, управлінські технології концептуалізують в якості послідовності виконання певних управлінських функцій чи методів.

Цікаву модель застосування політико-управлінських технологій щодо проблематики спроможності територіальної громади запропонували науковці Т. Заяць, С. Романюк, Г. Краєвська, О. Дяконенко та С. Сова. Вони розробили модель зростання спроможності територіальної громади, виокремлюючи в ній три базових рівні: державний, регіональний та місцевий [4, с. 156]. Задля зростання спроможності територіальної громади на державному рівні слід підвищити ефективність системи міжбюджетних трансфертів. На регіональному рівні слід поліпшити систему підтримки розвитку територіальних громад. А на локальному (тобто місцевому) рівні слід здійснити удосконалення бюджетів територіальних громад. У моделі зростання спроможності територіальної громади пропонується здійснити ряд заходів для того, щоб на місцевому рівні ефективно провести удосконалення бюджетів громад. По-перше, мова йде про збільшення джерел податкових надходжень. По-друге, постає необхідність у залученні додаткових інвестицій. По-третє, важливо розвивати підприємницькі структури. По-четверте, слід формувати оптимальні умови для зайнятості людей за їхнім місцем проживання. По-п'яте, необхідне виведення з «тіні» економічної діяльності.

При формуванні політико-управлінських технологій з метою досягнення спроможності територіальної громади слід розуміти, що в сучасному політико-управлінському науковому дискурсі не існує цілісної, розвиненої концепції, де систематизовані базові уявлення стосовно проблематики спроможності територіальної громади. Вагомою детермінантою спроможності, з нашої точки зору, є система та механізми надання публічно-адміністративних послуг мешканцям територіальної громади. Сфокусуємо увагу на виокремленні ключових підходів у розумінні категорії спроможності територіальної громади:

- спроможність територіальної громади полягає у досягненні певної ієрархічної позиції у порівнянні з іншими територіальними громадами, яка корелює з очікуваннями мешканців територіальної громади, зокрема, якщо навіть існують розбіжності членів територіальної громади з їхніми особистими інтересами та прагненнями;

- спроможність територіальної громади обумовлюється її статусністю та престижністю насамперед в уявленнях мешканців територіальної громади, а не лише рейтинговими показниками в певних ієрархіях;

- спроможність територіальної громади детермінована наданням якісних публічних послуг в необхідній кількості на чітко адміністрованих засадах, що співвідноситься з вимогами більшості членів територіальної громади.

Слід зазначити, що наведені у Методиці формування спроможних територіальних громад критерії спроможності переважно стосуються кількісних показників. На жаль, цими критеріями не беруться до уваги показники щодо якості надання публічних послуг в територіальних громадах.

Таким чином, одним із напрямків фокусування основних зусиль у спрямуванні політико-управлінських технологій щодо досягнення спроможності територіальної громади є формування

статусності та престижності власної громади в уявленнях її мешканців. Тобто, мова йде про формування довіри між мешканцями громади та довіри людей до влади. Саме успішний брендинг територій здатний детермінувати відповідне підвищення рівня довіри.

Власне, концепт довіри тісно корелює з розумінням PR («Паблік Рілейшнз»). У походженні цього терміну цікаву роль відіграв колишній президент США Томас Джефферсон, який був автором американської Декларації незалежності. Вважається, що саме він на початку XIX ст. вперше використав словосполучення «Public relations» у такому розумінні: це «нарощування зусиль політичних інститутів для створення клімату довіри в національному масштабі» [8, с. 375]. Таким чином, формування PR (зв'язків з громадськістю) означає формування клімату довіри, прокладання шляху до довіри у суспільстві.

Відсутність довіри між людьми свідчить насамперед про глибоку проблему – несформованість спільної потужної колективної ідентичності у територіальних громадах. Конструктивні моделі колективної ідентичності здатні підвищувати самооцінку населення окремих територій та сприяти появі самоврядних ініціатив [10; 11]. Саме в цьому напрямі мають бути спрямовані політико-управлінські технології досягнення спроможності територіальної громади.

На нашу думку, насамперед політико-управлінські технології, спрямовані на досягнення спроможності територіальних громад, мають бути зорієнтовані на виявлення потенціалу певної території в межах держави, зокрема, щодо реалізації ключових ідей, товарів, послуг. Також в арсеналі політико-управлінських технологій щодо територіальних громад важливим є напрям стосовно просування ідей, товарів, послуг, які певна територія здатна генерувати у загальнонаціональному та міжнародному масштабах. Задля цього першим кроком має стати виявлення конкурентних переваг території. Конкурентні переваги виявляються на основі оцінки наявних в ній ресурсів (людських, економічних, природних тощо) та потенціалу їх реалізації.

Концепція брендингу територій, на наш погляд, є найоптимальнішою для виявлення конкурентних переваг територіальної громади з метою формування ефективних стратегій задля досягнення спроможності. Брендинг територій – один із перспективних напрямів сучасних наукових досліджень. Ця проблематика достатньо широко висвітлюється у контексті маркетингу територій [12]. Успішні бренди здатні певним чином сприяти ефективному розвитку територій. За умови оптимального брендингу території окремі регіони можуть набути додаткової привабливості в плані залучення інвестицій, розвитку різноманітних бізнес-проектів, формування туристичної інфраструктури тощо. У сучасних умовах бренд – це тривала унікальна конкурентна перевага.

Бренд території, як зазначав С. Анхольт, є специфічним відображенням «сутності місця». Вважається, що саме С. Анхольту належить термін «брендинг місцевості» (place branding), яке він запровадив у науковий обіг [16].

Ініціаторами формування політико-управлінських маркетингових стратегій розвитку територій мають виступати органи місцевої влади. Владні структури здатні формувати комфортне середовище життя для мешканців територіальних громад лише за умови активної співпраці між владою та громадою. Тобто, по лінії взаємодії «влада-громада» рух має бути двостороннім: влада має роз'яснювати переваги спроможності, а громада має висувати активних ініціативних осіб, які здатні навчатися новому, здатні брати на себе відповідальність за інших.

Однією з функцій брендингу територій є встановлення довірливих зв'язків між мешканцями територій та органами влади. Адже бренди надають певні гарантії не лише щодо очікувань мешканців, але й щодо передбачуваності поведінки представників влади. Бренд територій не формується сам собою природним чином [1]. Найчастіше – це продукт спланованої діяльності.

У формуванні стратегії брендингу територій набувають важливості наступні положення [15]. По-перше, слід чітко визначити основних реципієнтів бренду території, тобто, основну цільову групу споживачів бренду. Також постає необхідність визначення тих суб'єктів, що зацікавлені у формуванні брендингу території та тих, які здатні здійснювати вплив на його розвиток. По-друге, ініціаторами створення бренду території мають виступати органи місцевої влади. По-третє, до формування бренду території слід активно залучати юридичних та фізичних осіб, які відносяться до конкретної територіальної громади або проживають у ній.

Висновки. Таким чином, для вирішення проблем якості надання публічних послуг на рівні територіальної громади необхідна розробка та адміністрування чітких політико-управлінських технологій і механізмів їх застосування для відновлення й зміцнення спроможності територіальної громади.

Категорія спроможності у публічно-управлінському дискурсі тісно пов'язана з європейським нормативно-правовим полем. Цей термін використовується у Європейській Хартії місцевого самоврядування. Виявлено особливості концепту спроможності. Зазначено, що спроможна територіальна громада, є основою для успішних демократичних трансформацій у державі. Розглянуто критерії для оцінювання рівня спроможності територіальних громад

Незважаючи на триваючу війну, яку розв'язала росія проти України, в нашій державі спостерігається позитивна тенденція стосовно міжмуниципального співробітництва між громадами. Об'єднання громад переважно відбувається навколо ключових послуг, до яких входять освіта, первинна медицина, соціальна підтримка. Важливо, що більш спроможні громади перетворюються на «хаби» для сусідніх громад, надаючи їхнім мешканцям відсутні в них послуги.

Аргументовано, що важливо сфокусувати увагу на формуванні довіри між мешканцями громади та довіри людей до влади. Саме успішний брендинг територій здатний детерминувати відповідне підвищення рівня довіри. Відсутність довіри між людьми свідчить насамперед про глибоку проблему – несформованість спільної потужної колективної ідентичності у територіальних громадах. Конструктивні моделі колективної ідентичності здатні підвищувати самооцінку населення окремих територій та сприяти появі самоврядних ініціатив.

Констатовано, що політико-управлінські технології, спрямовані на досягнення спроможності територіальних громад, мають бути зорієнтовані на виявлення потенціалу певної території в межах держави, зокрема, щодо реалізації ключових ідей, товарів, послуг. Також в арсеналі політико-управлінських технологій щодо територіальних громад важливим є напрям стосовно просування ідей, товарів, послуг, які певна територія здатна генерувати у загальнонаціональному та міжнародному масштабах. Задля цього першим кроком має стати виявлення конкурентних переваг територій. Конкурентні переваги виявляються на основі оцінки наявних в ній ресурсів (людських, економічних, природних тощо) та потенціалу їх реалізації.

Успішні бренди здатні певним чином сприяти ефективному розвитку територій. За умови оптимального брендингу території окремі регіони можуть набути додаткової привабливості в плані залучення інвестицій, розвитку різноманітних бізнес-проектів, формування туристичної інфраструктури тощо

Ініціаторами формування політико-управлінських маркетингових стратегій розвитку територій мають виступати органи місцевої влади. Владні структури здатні формувати комфортне середовище життя для мешканців територіальних громад лише за умови активної співпраці між владою та громадою. Тобто, по лінії взаємодії «влада-громада» рух має бути двостороннім: влада має роз'яснювати переваги спроможності, а громада має висувати активних ініціативних осіб, які здатні навчатися новому, здатні брати на себе відповідальність за інших.

Бібліографічний список:

1. Борщевський В.В., Куліш І.М., Кравців І.К. (2016). Маркетинг сільських територій у новій парадигмі управління конкурентоспроможністю регіону. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. Вип. 1(117), С. 12-15. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20161\(117\)/sep20161\(117\)_012_BorshchevskyyV,KulishI,KravtsivI.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20161(117)/sep20161(117)_012_BorshchevskyyV,KulishI,KravtsivI.pdf)
2. Верховна Рада України (2025). *Про правовий режим воєнного стану*. Закон України № 389-VIII ред. від 14.05.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>
3. Європейська Хартія місцевого самоврядування (1985). Від 15.10.1985. № 994_036, ред. від 16.11.2009. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_036#Text
4. Заяць Т., Романюк С., Краєвська Г., Дяконенко О., Сова С. (2024). Пріоритетні напрями формування спроможних територіальних громад в Україні. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. Vol. 10, No. 1. С. 135-164. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=areis_2024_10_1_8
5. Кабінет Міністрів України (2015). *Методика формування спроможних територіальних громад*. Постанова № 214 від 08.04.2015. ред. від 24.01.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/34-2020-%D0%BF>
6. Кабінет Міністрів України (2020). *Про визнання спроможними об'єднаних територіальних громад*. Розпорядження № 213 від 03.03.2020. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-viznannya-spromom030320zhnimi-obyednanih-teritorialnih-gromad>
7. Калиновський Ю. (2019). Спроможна територіальна громада як фундамент вітчизняного державотворення. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. № 1. С. 107-116. DOI: 10.26693/ahpsxxi2019.01.107

8. Кізь М.В. (2014). Соціальна діяльність і політичний PR. *Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць*. Вип. 86 (7). С. 374-378. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILEA=&2_S21STR=gileya_2014_86_95
9. Книш П.В. (2014). Сутнісні характеристики поняття «Управлінська технологія». *Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія: Управління*. Вип. 1. С. 255-264. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_upravl_2014_1_34
10. Куц Г.М. (2007). Лібералізм і демократія. *Віче*. 2007. № 12. Спецвипуск. С. 17-20.
11. Куц Г.М. (2007). Проблематика ідентичності в ліберальному контексті. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: «Питання політології»*. Харків, 2007. № 785. Вип. 10. С. 79-85.
12. Мазур Ю.П., Невлад В.Ф. (2019). Використання маркетингових технологій у діяльності об'єднаних територіальних громад. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*. Вип. 1(11), С. 96-101. URL: <https://economics-msu.com.ua/uk/journals/tom-6-1-2019/vikoristannya-marketingovikh-tekhnologiy-u-diyalnosti-ob-yednanih-teritorialnih-gromad>
13. Моніторинг громад – січень 2026 (2026). *Децентралізація*. URL: <https://decentralization.ua/news/20456>
14. Нема О.С. (2021). Зміцнення спроможності територіальних громад: можливості щодо формування доходів бюджету та оптимізації витрат. *Ефективність державного управління*. Вип. 3/4 (68/69). Ч. 28. С. 86-101. DOI: <https://doi.org/10.36930/506808>
15. Томашук І.В. (2019). Брендінгові основи розвитку сільських територій Вінницького регіону. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Вип. 25(2). С. 147-155. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_25%282%29__32
16. Anholt S. (2008). From nation branding to competitive identity – the role of brand management as a component of national policy. *Dinnie K. Nation Branding Concepts, Issues, Practice*. P. 22-31. URL: https://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/Nation_Branding_-_Concepts,_Issues,_Practice_-_Keith_Dinnie.pdf

References:

1. Borshchevskyy V.V., Kulish I.M., Kravtsiv I.K. (2016). Marketynh silskykh terytoriy u noviy paradyhmi upravlinnya konkurentospromozhnistyuh rehionu. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrayiny*. Vyp. 1(117), S. 12-15. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20161\(117\)/sep20161\(117\)_012_BorshchevskyyV,KulishI,KravtsivI.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20161(117)/sep20161(117)_012_BorshchevskyyV,KulishI,KravtsivI.pdf) [in Ukrainian].
2. Verkhovna Rada of Ukraine (2025). *Pro pravovyy rezhyim voyennoho stanu*. Verkhovna Rada Ukrayiny, Zakon Ukrayiny № 389-VIII red. vid 14.05.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> [in Ukrainian]
3. *Yevropeyska Khartiya mistsevoho samovryaduvannya* (1985). Vid 15.10.1985. № 994_036, red. vid 16.11.2009. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_036#Text [in Ukrainian]
4. Zayats T., Romanyuk S., Krayevska H., Dyakonenko O., Sova S. (2024). Priorityetni napryamy formuvannya spromozhnykh terytorial'nykh hromad v Ukrayini. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. Vol. 10, No. 1. S. 135-164. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILEA=&2_S21STR=areis_2024_10_1_8 [in Ukrainian]
5. Kabinet Ministriv Ukrayiny (2015). *Metodyka formuvannya spromozhnykh terytorialnykh hromad*. Postanova № 214 vid 08.04.2015. red. Vid 24.01.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/34-2020-%D0%BF> [in Ukrainian]
6. Kabinet Ministriv Ukrayiny (2020). *Pro vyznannya spromozhnykh obyednanykh terytorialnykh hromad*. Rozporyadzhennya № 213 vid 03.03.2020. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-viznannya-spromom030320zhnimi-obyednanih-teritorialnih-gromad> [in Ukrainian]
7. Kalynovskyy Y. (2019). Spromozhna terytorialna hromada yak fundament vitchyznyanoho derzhavotvorennya. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. № 1. S. 107-116. DOI: 10.26693/ahpsxxi2019.01.107 [in Ukrainian]
8. Kiz M.V. (2014). Sotsialna diyalnist i politychnyy PR. *Hileya: naukovyy visnyk. Zbirnyk naukovykh prats*. Vyp. 86 (7). С. 374-378. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILEA=&2_S21STR=gileya_2014_86_95 [in Ukrainian]
9. Knysh P.V. (2014). Sutnisni kharakterystyky ponyattya «Upravlinska tekhnolohiya». *Naukovyy visnyk Akademiyi munitsypalnoho upravlinnya. Seriya: Upravlinnya*. Vyp. 1. S. 255-264. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvamu_upravl_2014_1_34 [in Ukrainian]
10. Kuts H.M. (2007). Liberalizm i demokratiya. *Viche*. № 12. Spetsvypusk. S. 17-20. [in Ukrainian].
11. Kuts H.M. (2007). Problematyka identychnosti v liberalnomu konteksti. *Pytannya politolohiyi*. № 785. S. 79-85. [in Ukrainian]
12. Mazur Y.P., Nevlad V.F. (2019). Vykorystannya marketynhovyykh tekhnolohiy u diyalnosti obyednanykh

terytorialnykh hromad. *Naukovyy visnyk Mukachivs'koho derzhavnoho universytetu. Seriya «Ekonomika»*. Vyp. 1(11), S. 96-101. URL: <https://economics-msu.com.ua/uk/journals/tom-6-1-2019/vikoristannya-marketingovikh-tekhnologiy-u-diyalnosti-ob-yednanikh-teritorialnykh-gromad> [in Ukrainian]

13. Monitorynh hromad – sichen 2026 (2026). *Dezentralizatsiya*. URL: <https://decentralization.ua/news/20456> [in Ukrainian]

14. Nyema O.S. (2021). Zmitsnennya spromozhnosti terytorialnykh hromad: mozhlyvosti shchodo formuvannya dokhodiv byudzhetu ta optymizatsiyi vydatkiv. *Efektivnist derzhavnoho upravlinnya*. Vyp. 3/4 (68/69). CH. 28. S. 86-101. DOI: <https://doi.org/10.36930/506808> [in Ukrainian]

15. Tomashuk I.V. (2019). Brendynhovi osnovy rozvytku silskykh terytoriy Vinnytskoho rehionu. *Naukovyy visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*. Vyp. 25(2). S. 147-155. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_25%282%29__32 [in Ukrainian]

16. Anholt S. (2008). From nation branding to competitive identity – the role of brand management as a component of national policy. *Dinnie K. Nation Branding Concepts, Issues, Practice*. P. 22-31. URL: https://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/Nation_Branding_-_Concepts,_Issues,_Practice_-_Keith_Dinnie.pdf [in English]

Kuts H., Kuts Y. Political and management technologies of achieving the capacity of a territorial community: ukrainian context

The article is devoted to identifying the specifics of the application of political and managerial technologies in the process of achieving the capacity of a territorial community in Ukraine. The theoretical and methodological foundations of the study in considering the issues of the capacity of the territorial community and political and managerial technologies aimed at its achievement were both general scientific methods of cognition and special methods of political science. In particular, descriptive, analytical, empirical, comparative methods were used. Also, historical, systemic methods of analysis were used in the study. The features of the category of capacity in public administration discourse are revealed. It is noted that a capable territorial community is the basis for successful democratic transformations in the state. The criteria for assessing the level of capacity of territorial communities are considered. It is argued that it is important to focus attention on building trust between community residents and people's trust in the authorities. It is the successful branding of territories that can determine a corresponding increase in the level of trust. The lack of trust between people indicates, first of all, a deep problem - the lack of formation of a common powerful collective identity in territorial communities. Constructive models of collective identity can increase the self-esteem of the population of individual territories and contribute to the emergence of self-government initiatives. It is stated that political and managerial technologies aimed at achieving the capacity of territorial communities should be oriented towards identifying the potential of a certain territory within the state, in particular, regarding the implementation of key ideas, goods, and services. Also, in the arsenal of political and managerial technologies for territorial communities, the direction of promoting ideas, goods, and services that a certain territory is capable of generating on a national and international scale is important. To this end, the first step should be to identify the competitive advantages of the territory. Competitive advantages are identified based on an assessment of the available resources (human, economic, natural, etc.) and the potential for their implementation.

Keywords: *capacity, public authority, political technologies, management technologies, local governments, territorial community, branding of territories, capable territorial community, democracy, public administration, Ukraine.*