

економічних основ діяльності державних органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, фізичних та юридичних осіб у сфері формування повноцінного життєвого середовища [2, 3].

Стратегічний підхід до сталого розвитку міст спонукає мислити по-новому та передбачає нові підходи до його впровадження:

- відповідальність за розвиток несе усе суспільство, а не лише державна влада;
- необхідність формування управлінської системи, здатної до постійного поліпшення та адаптації замість розробки та впровадження короткострокових планів;
- інтегроване визначення цілей розвитку, на відміну від процесу секторального планування;
- прозоре прийняття рішень з питань розвитку лише після обговорення з суспільством;
- перехід до ухвалення рішень на місцевому рівні та фінансової підтримки локальних ініціатив;
- аналіз отриманих результатів з подальшим покращенням управління процесами [3].

Література

1. Нечай О.О. Концепція сталого розвитку: методи оцінювання та застосування в умовах України. – [Електронний ресурс] / О.О. Нечай, А.А. Дмитрієва // Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=31603>
2. Інтернет-холдинг О. Соскіна. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2003/6/20030609.html>
3. Підліснюк В., Рудик І., Кириленко В., Вишенська І., Маслюківська О. Сталий розвиток суспільства: роль освіти. Путівник / За ред. В. Підліснюк – К.: Видавництво СПД «Ковальчук», 2005. – с. 88.

ОЦІНЮВАННЯ СОЦІО-ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНОГО СТАНУ МІСТА РІВНЕ ЗА ПОКАЗНИКАМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Яцюк Ю.

Національний університет водного господарства та
природокористування, Рівне, Україна
yatsyuk_az14@nuwm.edu.ua

До однієї з пріоритетних цілей сталого розвитку на 2016-2030 роки, що були затверджені Генеральною Асамблеєю ООН у формі Порядку денного до 2030 р. є ціль 11, яка передбачає: «Зробити міста і населені

пункти відкритими, безпечними, життєздатними і стійкими». Як зазначають М.З. Згуровський, М.О. Клименко, В.М. Боголюбов, Л.Г. Мельник, реалізація її можлива лише при збалансуванні екологічної, економічної та соціальної підсистем міста.

Метою роботи є оцінювання соціо-еколого-економічного (СЕЕ) стану міста Рівне за показниками сталого розвитку. Об'єкт дослідження: процеси, що протікають в СЕЕ міста Рівне. Предмет дослідження: показники та індикатори, які характеризують стан СЕЕ міста Рівне.

Методи дослідження. Вивчення СЕЕ стану міста проводили аналітико-синтетичними методами шляхом обробки фондових матеріалів, нормативно-правової бази, статистичної інформації, літературних джерел та результатів власних досліджень.

Результати дослідження. Місто Рівне - адміністративний, економічний та культурний центр Рівненської області, займає площу 58,039 км². Чисельність населення станом на 01.04.2016 становила 247 572 тис. осіб, густина населення - 3930 осіб/км².

Методологічною основою оцінки соціо-економіко-екологічного стану міста став системний підхід, який враховує взаємозв'язки між показниками, що характеризують стан економічного, екологічного та соціального розвитку території. Оцінювання СЕЕ стану міста здійснювали з використанням базових показників, які передбачали розрахунок агрегованих та інтегрованих показників соціального, екологічного та економічного розвитку. Індекс СЕЕ розвитку міста розраховували як середнє геометричне з трьох інтегральних показників екологічного, економічного, соціального стану. Оцінку стану проводили за уніфікованою шкалою: 0 – 0,2 – критичний стан; 0,2 - 0,4, - загрозливий стан; 0,4 – 0,6 – задовільний; 0,6 – 0,8 – сприятливий; 0,8 - 1,0 – еталонне. Нормування показників проводили за мінімальними і максимальними показниками, які встановлювали за статистичними даними та національними і міжнародними стандартами.

Розрахунок інтегрованих показників економічного розвитку міста Рівне проводили за трьома агрегованими показниками, які об'єднували 7 базових показників: індекс зростання обсягу продукції промисловості, %; частка продукції малих промислових підприємств, %; роздрібний товарообіг на душу населення; індекси інвестицій в основний капітал, %; середня заробітна плата, грн.; доходи місцевого бюджету, на 1 особу. Провівши розрахунки показника економічного розвитку регіону та оцінивши його за уніфікованою шкалою, встановили, що підсистема перебуває у задовільному стані.

Оцінку соціального розвитку проводили на основі шести агрегованих та 12 базових показників. Аналіз соціального розвитку території міста показав, що за уніфікованою шкалою територія знаходиться в задовільному

стані ($I_2 = 0,27$). Про найгірший стан у соціальному секторі свідчили такі базові показники як народжуваність, забезпечення житлом та кількість зареєстрованих злочинів

Оцінку екологічного стану міста здійснювати за чотирма агрегованими та 14 базовими показниками. Розрахунки інтегрального показника екологічного стану та його оцінка за уніфікованою шкалою свідчать, що регіон перебуває в задовільному стані (інтегральний показник становить 0,42). У цій сфері найгірший стан спостерігається у секторі поводження з відходами (про що свідчать показник утворення ТПВ на душу населення, показник утворення відходів III класу небезпеки) та управління водними ресурсами (про свідчать такі показники, як забір води з підземних водоносних горизонтів та скиди неочищених стічних вод).

Розрахунок індексу СЕЕ стану м. Рівне показав, що він дорівнює 0,42 і розглядається як задовільний. Результати оцінки СЕЕ стану міста є основою для визначення пріоритетних цілей і завдань, що спрямовані на покращення економічної, екологічної та соціальної підсистем міста.

СОЦІАЛЬНА ЕКОЛОГІЧНА РЕКЛАМА ЯК ФАКТОР ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ НАСЕЛЕННЯ

Рогачевська Л.В.

Національний університет «Києво-Могилянська Академія», Київ, Україна
rohachevska96@gmail.com

Вплив реклами на свідомість і поведінку людей визначається метою її застосування. Соціальна екологічна реклама спрямована на формування суспільних цінностей, поєднаних зі збереженням та охороною навколишнього середовища. Конкретно мета екологічної реклами спрямована не лише на інформування суспільства, але й на формування певних норм поведінки, екологічної свідомості, зміну менталітету тощо.

Соціальна екологічна реклама – це інформація з екологічної тематики, поширена в будь-якій рекламній формі, яка спрямована на попередження та усунення екологічних проблем, популяризація екологічного виховання якої не має на меті отримання матеріальної прибутку [1].

Функції соціальної екологічної реклами можна визначити наступним чином: інформування про соціальні послуги; формування нових поведінкових установок; консолідація зусиль суспільства, приватних компаній та держави у вирішенні екологічних проблем; пропозиції шляхів вирішення екологічної