

в обмін за капітал. Постачальниками зовнішнього власного капіталу є бізнес-ангели, підприємці капітальні фірми та корпорації. Такі типи інвесторів крім фінансових засобів, надають ще й цінний досвід та мережу можливостей для інноваційних підприємств.

Бізнес-ангели. Бізнес-ангели представляють приватних інвесторів, які під час своїх активну роботу, накопичили багатство і досвід, і готові інвестувати в нові підприємства, щоб допомогти молодим підприємцям і отримувати прибуток одночасно.

Венчурний капітал являє собою фінансові кошти, як правило, у формі управління капіталом та ноу-хау, які інвестуються фізичними особами та установ на малих та середніх підприємствах, які не перелічені на фондовій біржі і мають високий потенціал зростання.

Бізнес-інкубатори. Бізнес-інкубатори відіграли важливу роль у інноваційній ідеї генерація та розвитку у Силіконовій долині . Багато досліджень показало, що бізнес-інкубатори є ефективним інструментом підтримки інновацій та створення нового бізнесу. Також бізнес-інкубатори можуть зменшити провал малого бізнесу.

Інвестиції корпорацій зазвичай мають комбінацію фінансових і стратегічних цілей. Загалом, стратегічна місія корпорацій полягає в тому, щоб допомогти зростанню бізнесу шляхом винайдення нових ідей та технологій, розробки нових продуктів або процесів, а також виходу на нові ринки або вдосконалення діючих підприємств.

Інші види фінансування, такі як субсидії та гранти від урядів та міжнародних організацій, також можуть бути критичними, враховуючи обмежений доступ інноваційних підприємств до фінансових ринків.

#### **Використані джерела**

1. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : підручник / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с
2. Організація Об'єднаних Націй Європейська економічна комісія, 2009 р., С. 5-6).

**Дембіцька Наталія**

(науковий керівник: д. н. держ. упр., доцент, професор кафедри менеджменту та публічного управління Толуб'як В. С.)

### **ОЦІНКА КОМУНІКАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ В ПРОЦЕСІ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ БІЛОБОЖНИЦЬКОЇ ОТГ**

Реформа місцевого самоврядування України в частині утворення об'єднаних територіальних громад (далі – ОТГ) вимагає ґрунтовного переосмислення на місцях місця і ролі їх комунікаційних зв'язків. Так, потребу

розвитку комунікаційних зв'язків обумовлює низка перспективних зисків для ОТГ. Зокрема, автори практичного посібника «Практика публічних комунікацій для об'єднаних громад» [1] виділяють можливості того, що: 1. Влада буде охочіше підтримувати ту громаду, що активно розвивається та охоче співпрацює з державними інституціями. 2. Члени об'єднаної громади (населення, місцеві мешканці) активніше підтримуватимуть всі задуми і рішення органу управління ОТГ тоді, коли на власні очі переконаються, що громада є успішною, реально формуються кращі умови для їхнього життя. 3. Представники недержавного сектору зазвичай охоче пристають на партнерські пропозиції, але за умови, що ці пропозиції збігаються з їхніми власними цілями й завданнями.

Як відомо, «комунікація» (латинське *communicatio*, від *communico* – «роблю загальним, зв'язую, спілкуюся») – 1) шлях повідомлення, зв'язок одного місця з іншим; 2) спілкування, передача інформації від людини до людини – специфічна форма взаємодії людей у процесах їхньої пізнавально-трудової діяльності, що здійснюється головним чином за допомогою мови (рідше за допомогою інших знакових систем) [2].

Піднімаючи питання комунікаційних зв'язків зауважимо, що за умов реформи децентралізації в Україні Білобожницька ОТГ отримала більш широкий спектр повноважень та важливих завдань щодо розвитку сучасної спроможної громади та активізації громадської активності. У неї в нових реаліях з'явилися нові перспективи й нові можливості, зокрема у частині прийняття різного роду рішень. При цьому, головним чинником прийняття будь-яких рішень є кожен представник громади, саме люди мають впливати на вирішення головної мети – комфортного життя кожного мешканця громади. Тому комунікаційні зв'язки мають визначити шляхи та способи взаємодії між владою та громадою, громадськими організаціями, владою та жителями населених пунктів [3].

Аналізуючи стан справ із інформаційними комунікаціями Білобожницької ОТГ важко не погодитися, що відсутність загальних стандартів двостороннього інформаційного обміну між органами державної влади та місцевого самоврядування, громадськістю, засобами масової комунікації призводить до зниження якості рішень через неврахування інтересів усіх зацікавлених сторін [4], де головним має стати використання закономірностей сучасної теорії комунікації.

Однак сучасна теорія комунікації, що знайшла свій початок в галузі торговельно-економічних відносин, для випадку місцевого публічного управління має низку відмінностей. Так, депутати, активісти Білобожницької ОТГ, працівники апарату мають одну особливість – соціальну відповідальність. І мова не йде лише про моральні якості депутатів/активістів, мова йде про саму природу місцевого самоврядування, його завдання. Окрім короткострокового економічного ефекту ми маємо відповідально прораховувати наслідки тієї чи

іншої дії.

Важливим є питання комунікаційної компетенції уповноважених осіб ОТГ яка складається із: налагодження контактів; передачі інформації вчасно, чітко, зрозуміло – усно та письмово; здатності слухати; прагнення зрозуміти інші точки зору; зворотного зв'язку (тобто вміння отримувати реакцію аудиторії) [5].

Головне функціональне навантаження на інформаційно-комунікаційну політику Білобожницької ОТГ покладено на загальний відділ виконавчого комітету. Так, згідно свого положення загальний відділ при вирішенні питань, які належать до його відання, взаємодіє з відділами ради та іншими структурними підрозділами виконавчого комітету ради, підприємствами, установами, організаціями і громадянами громади.

Стосовно взаємодії із іншими органами влади чи владними інституціями, роботою із звернень громадян весь комунікаційний потік є добре унормованим низкою нормативно-правових актів, серед яких Закони України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про інформацію», «Про захист персональних даних», «Про доступ до публічної інформації», «Про запобігання корупції» та ін., внутрішніх інструкцій з діловодства тощо.

Одак, проведений аналіз використання засобів масової комунікації в Білобожницькій ОТГ виявив низку невирішених питань, зокрема наявна проблема із комунікаціями через засоби масової інформації де перспектив розвитку досить багато, зокрема, використання соціальних мереж та ін.

Виявлені окремі проблеми комунікаційних зв'язків в процесі функціональної діяльності органу місцевого самоврядування Білобожницької ОТГ свідчать про потребу розробки виваженого плану чи стратегії налагодження системи інформаційної комунікації на середньострокову перспективу.

#### **Використані джерела**

1. Практика публічних комунікацій для об'єднаних громад [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.decentralization.gov.ua>
2. Шавкун І. Г. Ділова комунікація: сутність та типологізація / І. Г. Шавкун // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2009. – Вип. 38. – С. 67-74
3. Комунікаційна стратегія слобожанської селищної ради / Затверджено 14.06.2018 р. на 30 сесії Слобожанської селищної ради ОТГ.
4. Запровадження комунікацій у суспільстві/За заг. ред. Н.К. Дніпренко, В.В. Різуна – К.: ТОВ «Вістка», 2009. – 56 с.
5. Демократичні інструменти управління громадами. Посібник для депутатів місцевих рад. – Рівне: 2016. – 108 с.