

Використані джерела

1. Безуглий Д. Г. Проектно-орієнтоване управління стратегічним розвитком територіальних громад: дис. канд. екон. наук спец.: 25.00.04 – місцеве самоврядування; Дніпропетровський регіональний інститут державного управління НАДУ при Президентові України. Дніпро, 2017. 204 с.
2. Дегтярєва І. О. Конкуренентоспроможність територій і нова модель місцевого самоврядування в Україні. *Державне будівництво*. 2009. № 1. URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2009-1/doc/2/29.pdf>
3. Кльоба С. М. Економічна оцінка розвитку та конкурентоспроможності об'єднаних територіальних громад Львівської області. *Економічний аналіз*. Тернопіль, 2018. Т. 28. № 3. С. 27-36.
4. Мельник А. Підвищення конкурентоспроможності територіальних громад в умовах реалізації нової регіональної політики України. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2019. Вип. 1. С. 21-36.
5. Практичний посібник з питань формування спроможних територіальних громад. Проект ДІАЛОГ «Ініціатива захисту прав та представлення інтересів місцевого самоврядування в Україні»; Асоціація міст України. 2015. URL: http://www.auc.org.ua/sites/default/files/posibnik_gromadi_0.pdf.
6. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібник / С. М. Клименко та ін. К.: КНЕУ, 2006. 527 с.

Василина ЧАЙКІВСЬКА

аспірантка кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ТНЕУ

ВПЛИВ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ НА ПОКРАЩЕННЯ ІМІДЖУ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ

Ефективна діяльність системи місцевих органів влади можлива за наявності надійних інформаційних зв'язків між усіма його ланками. Тому, органи місцевої влади для того, щоб покращити свою діяльність та підвищити власний імідж, авторитет та довіру повинні налагодити взаємовідносини з громадськістю. Для цього варто активно використовувати у своїй діяльності засоби, прийоми, методи та процедури технологій зв'язків із громадськістю, впроваджуючи нові комунікативні технології.

Зв'язки з громадськістю відіграють велику роль у діяльності органів місцевої влади. У літературі налічується близько п'ятисот визначень зв'язків із громадськістю. Американський фахівець Р. Харлоу запропонував таке визначення: зв'язки з громадськістю – це одна із функцій управління, яка сприяє встановленню та підтримці спілкування, взаєморозуміння і налагодженню співробітництва між організацією та громадськістю [4, с. 176]. Дослідник Г. Почепцов вважає, що зв'язки із громадськістю – це комунікативна

дисципліна, спрямована на організацію комунікативного простору в сприятливому режимі для об'єкта зв'язків із громадськістю та покликані управляти позитивним іміджем фірми або людини [6, с.16].

Уся діяльність та відносини у сучасному суспільстві побудовані на комунікації. І успішною вона вважається не тільки тоді, коли ми ефективно будемо комунікаційні процеси, а й у випадку вдалого подання і правильного сприйняття певної інформації. Розвиток демократичної держави призводить до того, що органи державної влади і місцевого самоврядування постійно контактують з громадськістю, і їх ефективна діяльність не можлива без взаємодії з суспільством. Відсутність спілкування породжує безліч випадків непорозуміння. Саме тому головними завданнями діяльності створених в органах місцевої влади підрозділів зі зв'язків з громадськістю є налагодження ефективних шляхів комунікації з населенням, розробка нових засобів створення двостороннього потоку інформації і порозуміння. Такі підрозділи повинні постійно підтримувати діалог з громадянами, інформувати їх про свою діяльність, радитись з різних питань і дослухатись до порад. Це забезпечить прозорість, зрозумілість та відкритість діяльності, як місцевих органів державної виконавчої влади, так і органів місцевого самоврядування. Ще однією метою відділів зв'язків з громадськістю є формування позитивної громадської думки, оскільки стосовно себе орган влади прагне створити свій суспільний імідж. А хороша думка громадян призведе до більшої довіри до цих органів.

Можливість створення інформаційних підрозділів в органах місцевої влади передбачена Законом України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування». Згідно зі ст. 6 цього Закону інформаційні підрозділи (служби) в системі органів влади можуть створюватися у формі інформаційних управлінь, інформаційно-аналітичних підрозділів, прес-служб, прес-центрів, управлінь і центрів громадських зв'язків, прес-бюро, прес-секретарів та прес-аташе з відповідним апаратом [1, с. 10]. На жаль, ефективній роботі таких служб перешкоджають численні проблеми. Серед них – відсутність професійних кадрів через низьку оплату праці, часткова відсутність відпрацьованої схеми щоденної роботи, розмитість нормативно-правової бази їх діяльності та функціонування. Так, в Україні відсутні акти, в яких може бути зазначено, якою повинна бути структура органів місцевого самоврядування. Саме тому створення інформаційного підрозділу, визначення його назви та організаційної структури входить виключно до компетенції ради.

Основними функціями відділу публік рилейшнз при органах місцевого

самоврядування є: зв'язки із засобами масової інформації; зв'язки з місцевим населенням; взаємозв'язки з інформаційними центрами; створення та підтримання іміджу органу влади; організація виставок, зборів і лекцій; робота на підвищення ролі й авторитету органу управління. Зв'язки з громадськістю здійснюються з орієнтацією не на швидкий результат, а на довготривалий процес, ефект від якого має стратегічний характер. Успіх діяльності у сфері публік рилейшнз залежить від того, наскільки громадськість поінформована про ті чи інші події. Особливу роль тут відіграють засоби масової інформації, через які новини, ідеї, рішення потрапляють у суспільство. Засоби масової інформації – це активні учасники процесу створення і розповсюдження інформації, розрахованого на одночасне сприйняття кількісно великими і, водночас, розосередженими й неоднорідними аудиторіями. Взаємодія і співробітництво з мас-медіа є основним інструментом зв'язків з громадськістю. Тому фахівці з публік рилейшнз приділяють йому таку велику увагу.

Отже, зв'язків з громадськістю є відповідальною та важливою сферою діяльності органів місцевої влади, які передбачають різноманітні технології та шляхи реалізації інформаційної взаємодії з громадськістю. Без чесних, доброзичливих та відкритих відносин між громадськістю та органами місцевої влади їхня робота може бути проблематичною та не ефективною. Саме тому сьогодні важливо, щоб керівники органів місцевої влади усвідомили значимість функціонування служб зв'язків із громадськістю. Це допоможе підняти імідж органів влади й поступово повернути довіру до всіх рівнів управління державою в цілому.

Використані джерела

1. Королько В. Г. Публік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. 2-ге вид., допов. К.: Видавничий дім «Скарби», 2014. 400 с.
2. Занецька О. В. Нові засоби масової комунікації (соціокультурний аспект). К., 2015. 153 с.
3. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій. К., 2000. 214 с.
4. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб., 2011. 152 с.
5. Почепцов Г. Г. Публік рилейшнз: навч. посіб. К.: Знання, 2016. 327 с.
6. Слісаренко І. Ю. Публік рилейшнз у системі комунікації та управління. К.: МАУП, 2001. 104 с.