

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра менеджменту та публічного управління

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
УКРАЇНИ»**

(за матеріалами Департаменту фінансів Вінницької міської ради, м. Вінниця)

Здобувача вищої освіти
2 курсу, групи ПУА-21з(м),
спеціальності 281 «Публічне
управління та адміністрування»
освітньої програми «Публічне
управління та адміністрування»
заочної форми навчання

Ольги ШЕВЧУК

Науковий керівник
канд. екон. наук, доцент

Ірина СЕМЕНЮК

Гарант освітньої програми
канд. наук держ. упр., доцент

Ірина НІКОЛІНА

Вінниця 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	5
РОЗДІЛ 2. МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ НА РІВНІ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	24
2.1. Організаційна характеристика діяльності департаменту фінансів Вінницької міської ради	24
2.2. Оцінка ефективності взаємодії департаменту фінансів ВМР із громадськістю	32
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ ДЕПАРТАМЕНТУ ФІНАНСІВ ВІННИЦЬКОЇ МІСТКОЇ РАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	39
3.1. Основні заходи оптимізації взаємодії Департаменту фінансів ВМР із громадськістю	39
3.2. Обґрунтування впровадження запропонованих заходів	49
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження. Зв'язки з громадськістю відіграють важливу роль у системі публічного управління України, забезпечуючи прозорість та відкритість діяльності органів влади. Вони сприяють формуванню довіри громадян до державних інституцій через активну комунікацію та залучення громадськості до процесів прийняття рішень. Організація відділів зі зв'язків з громадськістю в органах місцевого управління та самоврядування дозволяє ефективніше реагувати на запити та очікування населення. Використання сучасних комунікаційних технологій, таких як соціальні медіа та онлайн-платформи, полегшує доступ громадян до інформації про діяльність влади та сприяє більш активній участі у суспільних процесах. Крім того, зв'язки з громадськістю допомагають у розробці нових програм та ініціатив, спрямованих на покращення якості життя населення. Важливим аспектом є також роль зв'язків з громадськістю у підвищенні іміджу органів влади та їхніх представників. Таким чином, зв'язки з громадськістю є ключовим елементом у розвитку демократичного суспільства та ефективного управління в Україні.

Зв'язки з громадськістю в системі публічного управління було розглянуто в публікаціях таких вітчизняних авторів: Адамовська В.С., Борисенко А. А., Колянко О. В., Васильковський О.Т., Буковський Р. В., Вакун О.В., Зяйлик М. Ф., Коврига О.С., Орлик С.В., Рябець І., Семчук І.В., Грабчук О.В, Сопіна О. А., Синиця С.М. Данилишин В.І., Махначова Н. М., Бондар В. О. та багато інших.

Гіпотеза дослідження базується на припущенні, що ефективна взаємодія з громадськістю в системі публічного управління покращує обґрунтованість фінансових рішень і сприяє прозорості розподілу фінансових ресурсів, що особливо важливо для підзвітності на місцевому рівні.

Мета написання кваліфікаційної роботи – дослідити теоретичні, методичні підходи та практичні аспекти зв'язків з громадськістю в системі публічного управління України. Для досягнення мети роботи будуть виконані такі завдання:

- дослідити теоретичні засади взаємодії органів публічного управління з громадськістю;
- розглянути механізми реалізації зв'язків із громадськістю на рівні органів місцевого самоврядування;
- дослідити організаційну характеристику діяльності департаменту фінансів Вінницької міської ради;
- провести оцінку ефективності взаємодії департаменту фінансів ВМР із громадськістю;
- запропонувати шляхи удосконалення зв'язків департаменту фінансів Вінницької міської ради з громадськістю;
- навести основні заходи оптимізації взаємодії департаменту фінансів ВМР із громадськістю;
- провести обґрунтування впровадження запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процес взаємодії із громадськістю Департаменту фінансів Вінницької міської ради.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних підходів щодо дослідження зв'язків з громадськістю Департаменту фінансів Вінницької міської ради в системі публічного управління.

Методи дослідження – логічне пізнання, синтез, порівняння, прогнозування.

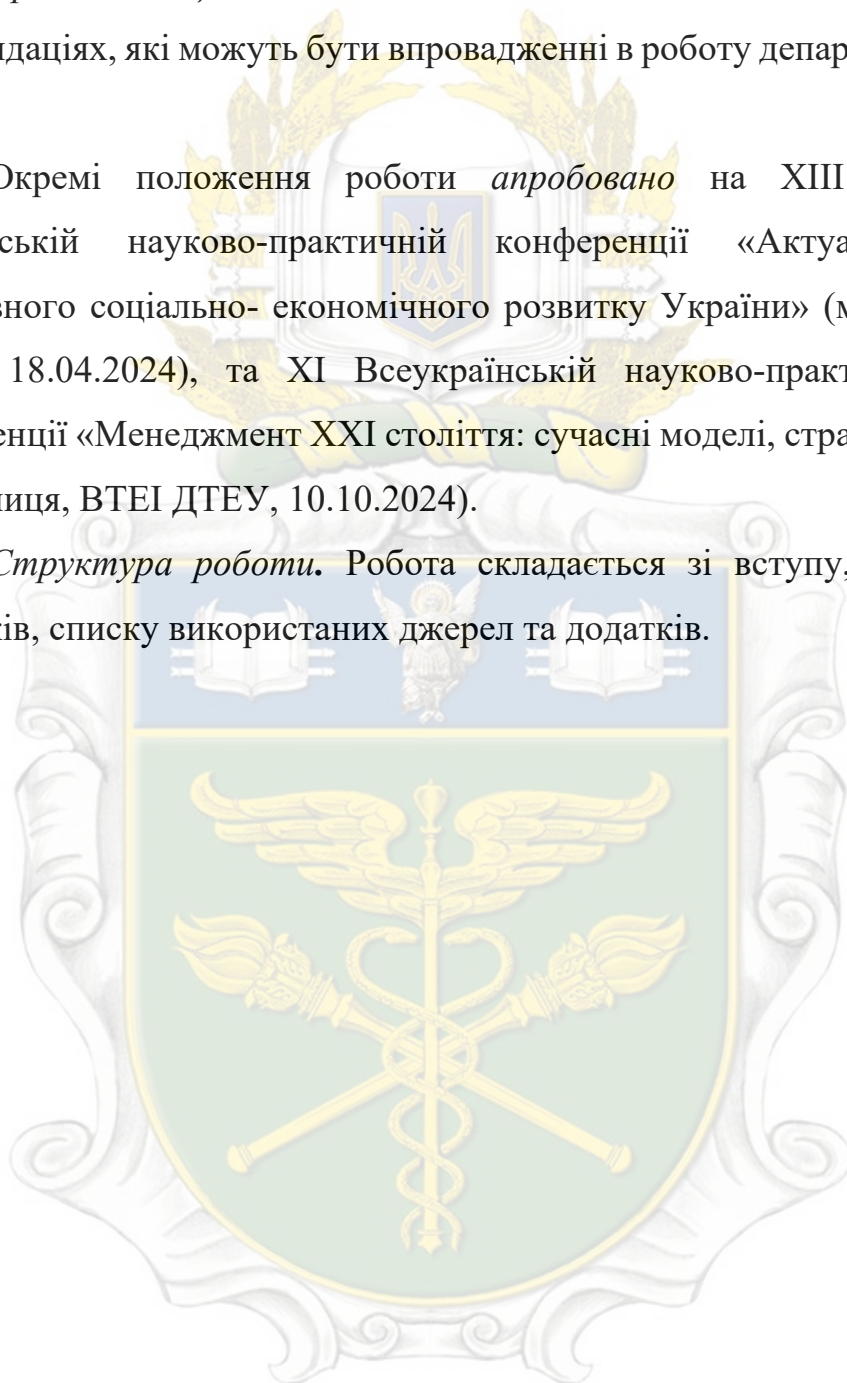
Інформаційна база дослідження: наукові публікації, монографії та підручники, інтернет-публікації за темою дослідження, чинна нормативно-правова база України, звіти про діяльність та офіційний сайт Департаменту фінансів ВМР із громадськістю.

Наукова новизна. Подальшого розвитку набули теоретико-методологічні засади формування механізму взаємодії органів публічного управління з громадськістю в контексті виникнення кризових ситуацій.

Практична цінність даного дослідження виявляється у конкретних рекомендаціях, які можуть бути впровадженні в роботу департаменту фінансів ВМР.

Окремі положення роботи *апробовано* на XIII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально- економічного розвитку України» (м. Вінниця, ВТЕІ ДТЕУ, 18.04.2024), та XI Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Менеджмент XXI століття: сучасні моделі, стратегії, технології» (м. Вінниця, ВТЕІ ДТЕУ, 10.10.2024).

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.



РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

На сучасному етапі на державному рівні визнано важливість комунікації та встановлення зв'язків з громадськістю. Суспільство стало більш активним, прагнучи до захисту своїх інтересів та врахування своїх потреб. Однак, органи державного управління все ще стикаються з проблемою непривабливого іміджу та недостатньої довіри до своїх рішень. Незважаючи на значний обсяг поширення інформації, багато людей все ще сприймають PR у сфері державного управління як маніпуляцію громадською думкою або як інструмент для досягнення економічних, політичних чи інших вигод. У сучасних умовах виникає об'єктивна необхідність побудови взаємозв'язків між органами державного управління та суспільством, а також формування позитивного іміджу державної служби [29].

За визначенням, наведеного в енциклопедичному словнику з державного управління, публічне управління означає стратегічний пошук оптимальних шляхів використання ресурсів для досягнення пріоритетних цілей держави. Публічне управління включає захист прав, свобод і законних інтересів приватних осіб і передбачає максимальне використання принципу публічності, відкритості та прозорості у діяльності її органів, можливість громадян впливати на роботу владних структур і громадський контроль за діяльністю управлінських органів та інше [12].

На даний час спостерігаються значні розбіжності між дефініціями «публічне управління» та «державне управління». Діяльність владних структур досі регламентується стандартами і процедурами раціонального бюрократичного підходу, який часто не відповідає вимогам демократичного управління в умовах динамічних змін як всередині країни, так і на міжнародній арені. Такий підхід може перешкоджати гнучкості та адаптивності державного

управління, що є необхідними для ефективного реагування на виклики сучасного суспільства та глобальні тенденції [24].

Історичний досвід підтверджує, що використання механізмів взаємодії між органами державного управління та громадськістю, як частини системи взаємодії з громадськістю, є критичним аспектом функціонування громадянського суспільства. Однак діяльність підрозділів зі зв'язків з громадськістю часто обмежується моніторингом подій і реагуванням на них (функція реагування), замість прогнозування можливих негативних наслідків, розробки та впровадження довгострокових програм, орієнтованих на майбутнє (функція проєктування), а також створення стабільної позитивної репутації організації або держави в цілому. Такий підхід обмежує здатність владних структур не лише ефективно реагувати на поточні виклики, але й здійснювати проактивні заходи, спрямовані на попередження проблем і зміцнення довіри суспільства [27].

Зв'язки з громадськістю, або «паблік рилейшнз» (від англійської «public relations»), є однією з конкретних функцій управління, метою якої є встановлення та підтримання спілкування з громадськістю для виявлення спільних інтересів та досягнення взаєморозуміння й встановлення співробітництва між організацією і громадськістю. Сьогодні паблік рилейшнз (PR) розглядається як важливий елемент ділових відносин у всіх сферах повсякденного життя [13].

Зв'язки з громадськістю здійснюються від імені установи або окремої особи з метою створення, захисту або підвищення їх репутації. При цьому, репутація установи або особи, також відома як «імідж бренду», є об'єктом діяльності професіоналів у сфері PR, які прагнуть забезпечити позитивне сприйняття установи чи іміджу бренду.

PR є новим явищем у сфері державного управління в Україні. Комерційні структури активно використовують PR-інструменти для закріплення соціальної відповідальності як конкурентної переваги. Зміни умов функціонування закладів вищої освіти та медичних установ також змусили ці

суб'єкти звернутися до PR-інструментів. Для державних структур PR має особливе значення, оскільки якісно розроблена, індивідуалізована та високопрофесійна програма стає невід'ємною частиною суспільного визнання, сприяючи формуванню сприятливого іміджу влади [9].

Дослідники вважають, що термін «паблік рилейшнз» був вперше використаний третім президентом Сполучених Штатів Америки Томасом Джефферсоном. Саме Джефферсон у 1807 році у своєму посланні до VII конгресу вперше вжив термін «суспільні відносини», замінюючи ним вираз «стан думки». Початок XX століття став періодом, коли термін «зв'язки з громадськістю» почав отримувати нове значення, особливо це було помітно у комерційному секторі за введенням спеціальних PR-служб. Відомі практики того часу, такі як А. Лі та Е. Бернайс, внесли значний внесок у теоретичний та практичний розвиток PR. Наприклад, А. Лі пропагував ідею надання політичним лідерам і бізнесменам «людської подоби», а Е. Бернайс відзначився ініціативою перетворення практики PR у науку. Деякі дослідники вважають, що головним каталізатором швидкого розвитку PR стали війни, не лише в США, але й у Великобританії, Німеччині, Франції та інших країнах. Під час Другої світової війни в США та Великобританії були створені спеціальні служби, які мали інформувати громадськість про хід військових подій, а після війни продовжили свою роботу в інших сферах. Наприклад, місцева влада Великобританії проявила інтерес до перепідготовки колишніх пропагандистів для роботи в нових відділах зв'язків з громадськістю [2]. Аналогічні процеси спостерігаються і в українському суспільстві, але їх початок відбувся пізніше у порівнянні зі США та країнами Європи. В кінці XX століття в Україні зростає інтерес як до практики, так і до теорії PR.

Сопіна О.А. надає таке визначення «зв'язки з громадськістю – це сприяння встановленню взаєморозуміння і доброзичливості між особою, організацією та іншими людьми, групами людей або суспільством в цілому за допомогою поширення роз'яснювального матеріалу, розвитку обміну інформацією і оцінки суспільної реакції» [30, с.27].

Буковський Р.В. зазначає, що «PR – це цілеспрямована діяльність в інтересах суб'єкта, а об'єкта притаманні специфічні риси» [2, с.110].

Зв'язки з громадськістю виступають як метод включення громадської думки у процеси управління. Створення відділів зі зв'язків з громадськістю в органах місцевого управління і самоврядування, а також незалежних структур зі зв'язків з громадськістю, сприяє удосконаленню управлінської діяльності державних структур (по вертикалі) та координації з рівноправними партнерами (по горизонталі). Ефективне впровадження зв'язків з громадськістю в державному управлінні дозволяє виявляти суспільні очікування, передбачати можливі конфлікти та сприяти їх вирішенню.

Використання реклами у зв'язках з громадськістю визначається зростаючим значенням символічної політики, що базується на іміджах кандидатів на виборні посади. Іміджі, разом з реальними характеристиками, що притаманні окремим особам і інститутам, включають створені штучно аспекти, що підсилюють можливості інституційної реклами для ефективного представлення громадськості особистостей, інститутів, ідей та програм соціального розвитку. Лобістська діяльність збільшує передбачуваність управлінських дій та розширює коло учасників у процесі управління [27].

З наукової точки зору державного управління, формування національної системи публічного управління повинно розпочинатися зі створення відповідного інституційного середовища, яке спрямоване на впровадження нових ціннісних орієнтирів у суспільстві та в кожного громадянина. Це є необхідною передумовою для забезпечення сталого соціально-економічного розвитку України.

На рис. 1.1 наведено всі аспекти, які розкривають суть моделі «публічного управління».

Суб'єктами публічної влади є народ України в цілому, виборчий корпус, органи державного управління, місцеве самоврядування, громадяни, групи виборців, територіальні колективи громадян та громадські об'єднання. До них також можуть бути включені інші інституції громадянського

суспільства, такі як професійні спілки, асоціації, неурядові організації, які беруть активну участь у формуванні та реалізації державної політики [19].

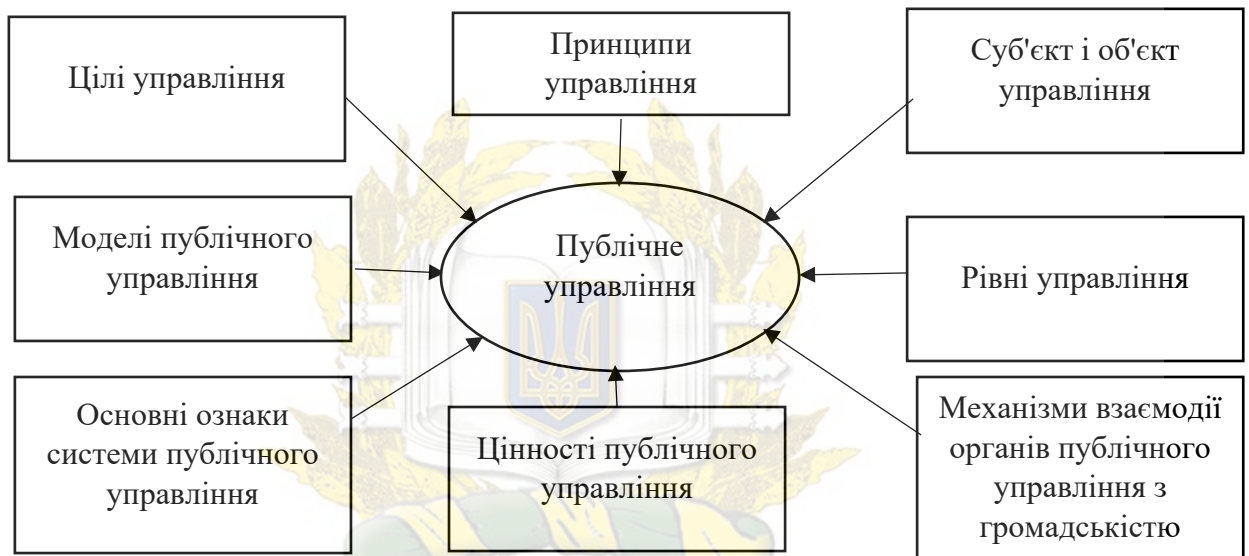


Рисунок 1.1 – Структура моделі «публічне управління»

Джерело: сформовано автором за [8;27]

Згідно з Вільною енциклопедією «Вікіпедія», органи публічної влади представляють собою владні інституції політично організованого сучасного суспільства. Вони зазвичай поділяються на органи державної влади та місцевого самоврядування [16]. Однак, відповідно до Кодексу адміністративного судочинства України, до органів публічної влади також відносяться політичні партії, Збройні Сили України та дипломатичні установи України. До цієї категорії можна також включити інші інституції, що мають публічно-правові повноваження, такі як національні комісії, регуляторні органи та судові установи [16].

Отже, суб'єктами публічного управління є представники державних організацій та система органів, яка визначає їх структуру, представницькі органи влади, населення, окремі групи населення і окремі особи. В Україні існує дворівнева система влади: органи державної влади і органи місцевого самоврядування. Важливо зауважити, що органи місцевого самоврядування, які формуються безпосередньо населенням, не є частинами державної влади,

що робить ступінь їхньої «публічності» виразнішою, ніж у системі державного управління.

Крім того, доцільно розглянути включення до суб'єктів публічного управління інститутів громадянського суспільства. Це можуть бути різноманітні організації, рухи, професійні об'єднання, громадські ініціативи, що висловлюють інтереси різних категорій і верств населення. Отже, суб'єкти публічного управління представлені на всіх рівнях.

Розглянемо об'єкти публічного управління на рис.1.2.



Рисунок 1.2 – Об'єкти публічного управління

Джерело: сформовано автором за [8]

Публічне управління здійснюється на державному та місцевому рівнях і має ряд спільних характеристик. Ці характеристики включають наявність системи управління, яка використовується для реалізації державного примусу у різних формах; чітко визначену законом сферу впливу та повноважень для кожного рівня управління; а також необхідність встановлення норм, які регулюють виконання обов'язків публічного управління і є обов'язковими для всіх суб'єктів правовідносин [8].

Громадськість – це спільнота людей, яка утворюється внаслідок певних обставин, розуміє проблематичну ситуацію і реагує на неї однаковим чином [13]. Громадськість поділяється на зовнішню і внутрішню. Зовнішня громадськість включає широкий спектр учасників, таких як громадяни, громадські організації, профспілки, галузеві об'єднання, підприємства, державні установи, різноманітні течії та політичні партії. Внутрішня громадськість охоплює працівників державних органів, які є частиною службових відносин, мають визначені обов'язки та відповідальність перед державою та суспільством.

Взаємодія між органами публічного управління та громадськістю є важливим аспектом сучасної демократії. Вона підкреслює рівень прозорості та відкритості управління, що сприяє покращенню процесів ухвалення рішень та якості публічних послуг. Однак для успішної взаємодії необхідно глибше розуміти її сутність та вплив на формування політики та реалізацію проектів у сфері публічного управління. Ця взаємодія передбачає налагодження двостороннього комунікаційного процесу для обміну інформацією, думками, поглядами та рекомендаціями [15].

Зважаючи на взаємодію між органами публічного управління та громадськістю, перша складова полягає в інформаційному наданні. Органи публічного управління регулярно публікують офіційні заяви, прес-релізи, інформаційні бюлетені та звіти, які призначені для інформування громадськості про їхню діяльність, прийняті рішення та плани. Ці канали є основою для забезпечення прозорості та відкритості в управлінських процесах, дозволяючи громадськості отримувати достовірну інформацію безпосередньо від владних органів.

Друга складова включає зворотний зв'язок від громадськості. Це важливий елемент, оскільки громадяни мають можливість висловлювати свої погляди, скарги, пропозиції та побажання щодо діяльності владних структур. Громадські служби, онлайн-форми зворотного зв'язку та інші механізми

дозволяють активно залучати громадськість до діалогу із владними органами, що сприяє збагаченню ухвалених рішень і врахуванню інтересів суспільства.

Третя складова комунікаційного процесу — це активний діалог та обговорення між органами публічного управління та громадськістю. Це може включати проведення громадських слухань, консультацій, створення робочих груп, форумів та круглих столів. Ці формати сприяють прямому взаємодії представників влади з громадськістю, що дозволяє глибше розуміти потреби та погляди громадян і розробляти більш ефективні стратегії управління.

Активний діалог з громадськістю є важливою складовою процесу прийняття рішень органами публічного управління. Він дозволяє враховувати інтереси та потреби громадян, що сприяє підвищенню якості ухвалених рішень та зміцнює легітимність влади. Залучення громадськості до управлінських процесів сприяє більшій відповідності владних органів потребам суспільства [8].

Заклучна, четверта складова процесу взаємодії між органами публічного управління та громадськістю — це оцінка та відповідальність за прийняті рішення. Важливо, щоб владні органи активно сліdkували за реакцією громадськості на ухвалені рішення та програми. Це включає аналіз інформації зворотного зв'язку, врахування відгуків та вживання заходів для вдосконалення прийнятих рішень у майбутньому. Такий цикл оцінки та відповідальності сприяє підвищенню якості управлінських рішень і зміцнює довіру до владних органів у громадськості.

Один з важливих аспектів співпраці полягає у передачі інформації від органів публічного управління до громадськості. Це включає інформування громадськості про прийняті рішення, програми та послуги, а також активне збирання їхніх відгуків щодо сприйняття та ефективності цих ініціатив.

Процес передачі інформації між органами публічного управління та громадськістю включає наступні аспекти:

- інформування. Органи публічного управління повідомляють громадськість про свою діяльність, прийняті рішення, реалізовані програми та доступні послуги;
- збір зворотного зв'язку. Активний процес отримання відгуків та думок громадян щодо різних аспектів діяльності органів управління, що дозволяє оцінити їхню ефективність та адаптувати стратегії відповідно до потреб суспільства;
- взаємодія та діалог. Створення умов для активного обміну інформацією, відкритого обговорення та співпраці між органами управління та громадськістю для досягнення спільних цілей та покращення якості життя громадян.

Цей процес є основою для підтримання взаєморозуміння та довіри між різними сторонами та сприяє більш ефективному управлінню на користь суспільства в цілому (рис.1.3).

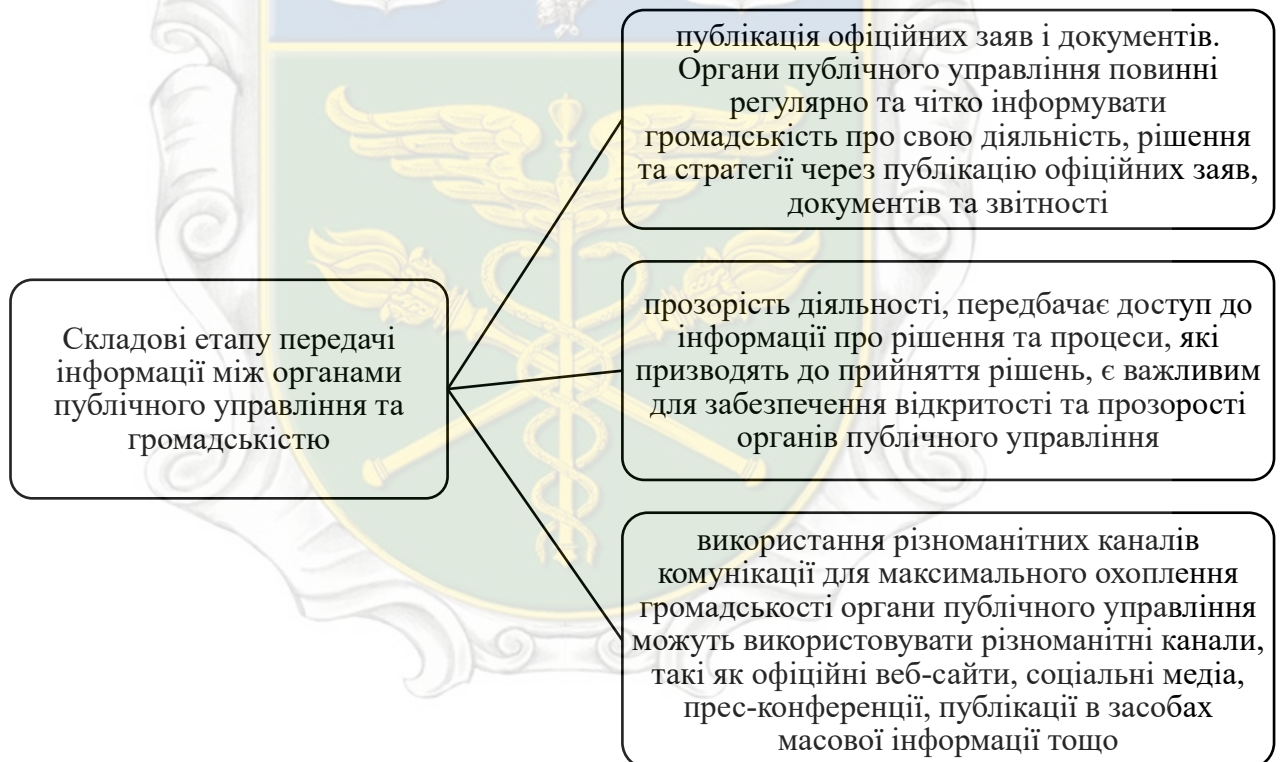


Рисунок 1.3 – Складові етапу передачі інформації між органами публічного управління та громадськістю

Джерело: сформовано автором за [3]

Аналіз зворотного зв'язку з громадськістю є критичним компонентом взаємодії між органами публічного управління та суспільством. Цей процес охоплює створення різноманітних механізмів, таких як онлайн-платформи, громадські консультації та інші ініціативи, що надають можливість громадськості висловлювати свої погляди. Отримана інформація аналізується та враховується при ухваленні рішень з метою врахування інтересів та потреб суспільства. Важливим аспектом є забезпечення доступності та прозорості цих механізмів для всіх груп населення, що сприяє ефективному обміну інформацією та підтримує прозоре управління [20].

Інформація, що надходить внаслідок зворотного зв'язку, є важливим фундаментом для подальшої взаємодії. Вона включає активний діалог та обговорення з громадськістю, можливість використовувати цю інформацію при прийнятті рішень, адаптацію стратегій, політик і програм діяльності, а також надання інформації та збір зворотного зв'язку як основні елементи взаємодії між органами публічного управління та громадськістю.

Однією з ключових передумов сталого демократичного розвитку суспільства є інформаційна відкритість органів державної влади. Саме прозорість їхніх дій є основою для ефективної політики, проведення громадського контролю і зміцнення довіри до влади з боку суспільства. Демократичні країни прагнуть виконувати чіткі процедури інформування громадян органами влади про свою діяльність, а також використовують механізми залучення громадськості до формування державної політики та оцінювання якості її реалізації.

Органи публічного управління можуть встановлювати партнерські зв'язки з громадськістю, використовуючи принципи взаємодії. Цей підхід орієнтований на активне залучення громадських представників до процесів консультацій, прийняття рішень і стратегічного планування, що сприяє урахуванню різноманітних точок зору та підходів. Такий підхід сприяє

збільшенню легітимності і ефективності ухвалених рішень, а також підтримує широку підтримку громадськості в реалізації управлінських ініціатив [2].

Ефективне партнерство та співробітництво між органами публічного управління та громадськістю починається з активного діалогу, спрямованого на постійний обмін інформацією, думками та ідеями. Цей процес включає громадські слухання, регулярні зустрічі, консультації та інші форми відкритого обговорення.

Для забезпечення широкої участі громадських організацій та активістів у процесах прийняття рішень важливе залучення їх до робочих груп, комітетів та консультаційних форумів, де активно обговорюються ключові питання.

Крім того, партнерство передбачає спільне планування та реалізацію проектів між органами публічного управління та громадськістю. Це охоплює різноманітні ініціативи від розвитку соціальних програм до підтримки місцевих ініціатив, спрямованих на покращення якості життя в спільноті. Додатково, партнерство сприяє розвитку навичок та знань громадськості у сфері управління та впливу на процеси прийняття рішень, включаючи проведення навчальних семінарів, тренінгів, курсів та інших освітніх заходів [24].

Партнерство між органами публічного управління та громадськістю є важливим механізмом співпраці, спрямованим на покращення управління та взаєморозуміння між владними структурами та громадськими організаціями та ініціативами. Це включає впровадження систем моніторингу та оцінки результатів спільних ініціатив, що дозволяють оцінити їхню ефективність та внести необхідні корективи для подальшого удосконалення. Важливою умовою є створення механізмів відповідальності перед громадськістю та органами управління, таких як регулярне звітування і визначення відповідальних за виконання завдань.

Партнерство також передбачає підтримку розвитку громадських ініціатив через фінансову підтримку, консультування, надання ресурсів та іншу допомогу. Це може включати створення механізмів саморегулювання

для громадських організацій, наприклад, розробку стандартів якості і етичних кодексів, що сприяють забезпеченню високих стандартів їх діяльності.

Партнерство та співробітництво між органами управління та громадськістю сприяють забезпеченню відкритості, прозорості та ефективності управління. Це активізує участь громадськості у процесах прийняття рішень і зміцнює довіру до владних органів. Також взаємодія включає громадський контроль і нагляд за діяльністю органів управління через створення відповідних механізмів, що дозволяють громадськості впливати на якість послуг і боротьбу з корупцією [3].

Громадський контроль і нагляд охоплюють систематичний моніторинг діяльності органів публічного управління з боку громадськості, включаючи аналіз рішень, програм, фінансових операцій та інших аспектів, що дозволяє виявляти можливі недоліки, прояви корупції або порушення законності.

Важливим аспектом громадського контролю є забезпечення прозорості та доступу до інформації про діяльність органів публічного управління. Це включає доступність всіх важливих документів, звітів, рішень та іншої інформації через відповідні канали. Громадський контроль здійснюється через такі дії (рис.1.4).

Ефективність налагодження комунікацій залежить від рівня інформаційної грамотності серед громадськості. Для представників громадськості важливо мати навички критичної оцінки інформації, використовувати наявні комунікаційні засоби для взаємодії з органами публічного управління та активно брати участь у процесах ухвалення рішень і формування політики [8].

Особливість PR-служби у структурах державного управління полягає в тому, що PR охоплює всі сфери суспільного життя, такі як економіка, право і політика. Важливою особливістю є також широкий охоплення цих процесів, яке включає значну частину населення.

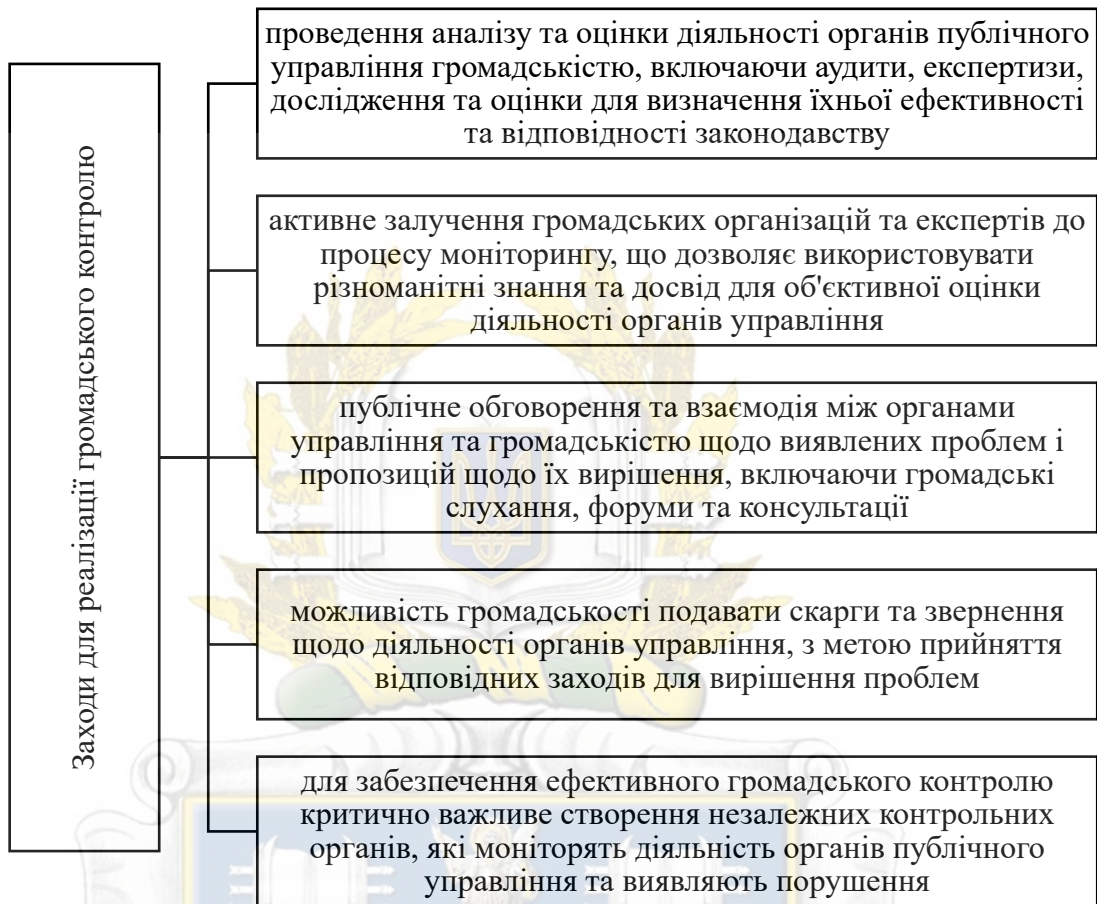


Рисунок 1.4 – Заходи для реалізації громадського контролю

Джерело: сформовано автором за [24]

Основні особливості PR-служби у державних структурах включають:

- інформаційна діяльність, тобто забезпечення широкого доступу до інформації про діяльність уряду, його рішення та ініціативи;
- комунікаційна стратегія, що включає розробку і впровадження стратегій комунікації для підтримки урядових ініціатив та політики;
- медійні відносини – управління взаєминами з журналістами та медійними організаціями для забезпечення об'єктивного висвітлення подій;
- кризове управління (реагування на кризові ситуації та управління репутаційними ризиками);
- електронне урядування (підтримка ініціатив з розвитку електронного урядування та взаємодії з громадянами через онлайн-платформи).

Ці функції дозволяють PR-службі в державних установах ефективно спілкуватися з різними зацікавленими сторонами та забезпечувати відкритість та прозорість урядових процесів [9].

Сьогодні, одним з найважливіших завдань зв'язків з громадськістю в системі публічного управління є створення привабливого та позитивного іміджу органів державної влади. Це передбачає використання емоційно-психологічного впливу на громадськість з метою популяризації та реклами. Ключовим аспектом діяльності в галузі публік рилейшнз є вплив на громадську думку. Більшість заходів у цій сфері спрямовані на формування громадської думки там, де її немає, переконання людей змінити свою думку та підсилення вже існуючої думки у громадськості.

PR для органів державного управління та бізнес-середовища має свої особливості як у контексті основних принципів і концептуальних засад реалізації (дод.А), так і щодо їх учасників.

В Україні PR-функції (рис.1.5) в сфері державного управління реалізуються не повною мірою, головним чином через прес-службу.

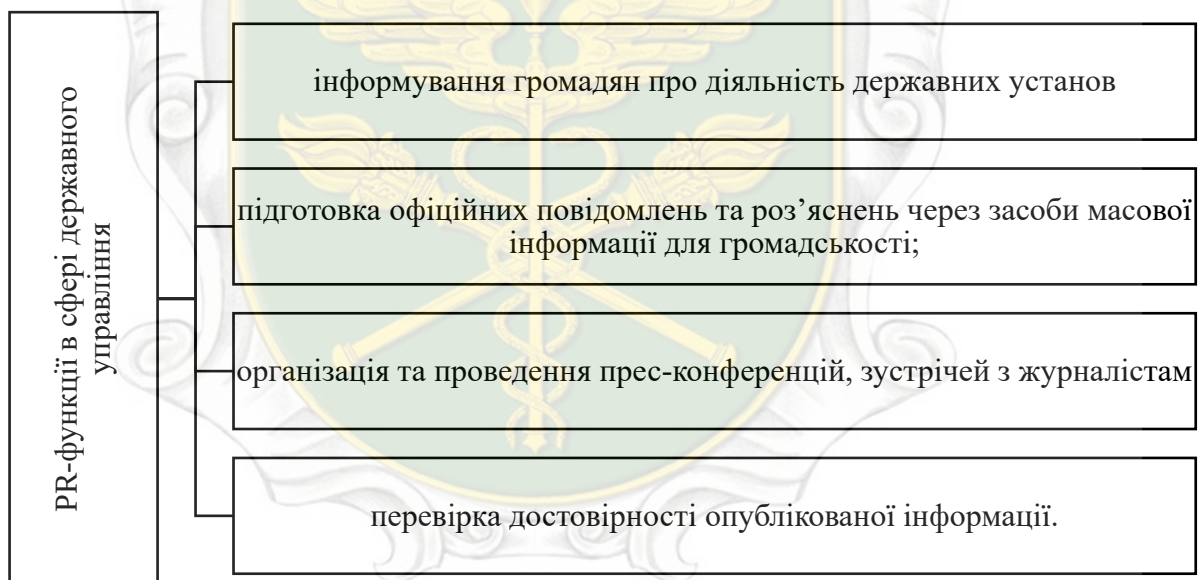


Рисунок 1.5 – PR-функції в сфері державного управління

Джерело: сформовано автором за [29;29]

В органах державного управління PR переважно спрямовані на інформування громадськості про проекти та досягнення у відповідній сфері

або про діяльність виконавчих органів. Дякуючи взаємодії з суспільством PR стає ключовим фактором успіху державних проектів.

PR є спеціальністю і професією, що вимагає ініціативності, динамізму, творчості, організованості і, перш за все, відповідальності виконавців. Ця професія є основою для розвитку будь-якої державної чи приватної установи. Створення PR-команди у сфері державного управління є складним завданням, оскільки вимагає наявності спеціалістів з різних галузей. У зарубіжних країнах для цих цілей часто залучають спеціалізовані агентства, команди яких об'єднують творчість, великий досвід і професіоналізм, спрямовані на досягнення комунікаційних цілей і отримання якісних результатів [9].

Функціональні особливості PR-служби в системі державного управління визначають її організаційні структури. Зазвичай, до таких підрозділів відносяться інформаційно-аналітичний відділ, відділ з інформаційних комунікацій, відділ з роботи з політичними партіями та громадськими установами, організаційно-правовий відділ. Ця структура спрямована на забезпечення ефективного взаємодії з громадськістю, але також повинна враховувати сучасні технології комунікацій, включаючи веб-сайти, соціальні мережі, месенджери та інші інструменти.

Використання сучасного арсеналу комунікаційних інструментів дозволяє PR-службам ефективно виконувати завдання державних органів. Інтернет забезпечує швидке поширення інформації про різноманітні події у державі. Використання соціальних мереж та месенджерів дозволяє оперативно реагувати на новини і значно розширює масштаби її поширення. Сучасні працівники PR-служб повинні враховувати ці інструменти у своїй діяльності, розробляючи методики написання текстів та поєднуючи різноманітні інформаційні формати для максимального впливу на цільову аудиторію.

Взаємодія між органами публічного управління та громадськістю сприяє встановленню відкритого та прозорого комунікаційного процесу. Цей процес не лише передбачає передачу інформації від владних структур до громадськості, але й активне врахування та урахування поглядів, думок та

рекомендацій громадськості під час прийняття рішень та розробки проектів в сфері публічного управління [1].

Основні принципи інформаційних відносин, які закріплені у ст. 5 Закону України «Про інформацію» включають (рис.1.6).



Рисунок 1.6 – Основні принципи інформаційних відносин

Джерело: сформовано автором за [18]

Основні відмінності між PR-службами в органах державного управління та комерційних структурах включають:

- вплив PR-служб в сфері державного управління на значну частину населення, який є прямим і значимим. державні органи мають ширший інструментарій для взаємодії з громадськістю;
- наявність установ необхідного набору засобів для успішної PR-діяльності, включаючи матеріально-технічну базу, адміністративний і організаційний досвід, історично сформований досвід спілкування з суспільством та громадськими організаціями;

- сфери охоплення PR. для комерційних установ ці сфери обмежені їхньою основною діяльністю, тоді як для державних органів PR охоплює всі аспекти суспільного життя;
- різноманітні рівні підзвітності та відповідальності. влада має враховувати громадську думку у процесі прийняття рішень і звітувати перед громадськістю про результати своєї роботи. PR-служби в державному управлінні несуть відповідальність перед суспільством, а також звітують перед вищими органами у своїй організаційній структурі;
- витрати на PR в сфері державного управління обмежені фінансовими можливостями, в той час як для комерційних структур вони визначаються плановими бюджетними асигнуваннями [27].

Розглянемо ключові напрями діяльності PR-служб в органах державного управління:

- здійснення інформаційних кампаній з метою інформування громадськості щодо діяльності державного органу та його стратегій, рішень;
- моніторинг громадської думки для виявлення та аналізу настроїв суспільств;
- взаємодія з територіями для координації діяльності та співпраці з місцевими громадами;
- аналіз і прогнозування суспільно-політичних процесів для визначення стратегій комунікаційних заходів;
- інформаційно-просвітницька робота з громадськістю та сприяння розвитку громадянської позиції;
- формування позитивного образу державного органу та підвищення престижу державної служби;
- організація та проведення прес-конференцій з представниками ЗМІ;
- підготовка документів і інформаційних бюлетенів для масових медіа [9].

Взаємодія між органами публічного управління та громадськістю грає ключову роль у підвищенні легітимності та довіри до влади. Цей процес відкритості та прозорості сприяє зменшенню відчуття відокремленості між владою та громадянами, що веде до збільшення рівня довіри до органів управління. Більше того, це дозволяє органам управління враховувати різноманітні погляди, досвід та рекомендації від широкого кола зацікавлених сторін, що може поліпшити якість управління та забезпечити активну участь громадськості у формуванні політик.

Урахування різноманітних потреб і інтересів громадськості під час ухвалення рішень сприяє підвищенню ефективності управлінських рішень та розвитку громадянського суспільства. Активне обговорення та участь громадськості у процесах прийняття рішень сприяють зміцненню відкритості та прозорості управління, що в свою чергу сприяє підвищенню довіри громадськості до діяльності органів публічного управління [15].

Формування позитивного іміджу через взаємодію з громадськістю та його цілісність залежать не лише від створення штучного образу, але й від сприйняття цього образу громадськістю та іншими державними органами. Отже, позитивний імідж слід постійно підтримувати, просувати у певному напрямку та використовувати у різноманітних взаємодіях. Ефективність роботи у сфері публічного управління у справах з громадськістю залежить від адекватності, гнучкості та системності підходу, коли конкретні заходи відповідають конкретним економічним, правовим, політичним, моральним та технологічним вимогам.

Реалізація публік рилейшнз на практиці може бути розділена на три основні групи дій:

- активні заходи для досягнення доброзичливості;
- збереження репутації (виявлення та відмова від традицій організації, які можуть зашкодити громадській думці);

- внутрішні відносини (використання прийомів, спрямованих на формування у співробітників почуття відповідальності та зацікавленості у справах адміністрації) [13].

Робота з громадськістю сприяє зробити органи управління більш доступними для різних груп і сприяє розробці нових програм і місцевих інститутів. Ці програми та інститути об'єднують мережу місцевих груп, які взаємно довіряють одна одній і спільно працюють над розвитком інфраструктури та життєзабезпечення місцевих територій. Такі взаємовідносини з часом переростають у життєздатні місцеві організації, що базуються на спільних інтересах та добровільності їх учасників, і забезпечують стаке зростання місцевого потенціалу [27].

Отже, технологія зв'язків з громадськістю сприяє соціальній інтеграції людей і соціальних груп з інститутами місцевої влади, що робить їх доступними для громадянської ініціативи. Вона сприяє інституціоналізації організацій і лідерства, відкритих для громадської участі, та формує громадську думку, що забезпечує доступність до систем управління. Ця технологія також сприяє політичному самовираженню громадян і соціальних груп, мінімізуючи конфлікти між управлінськими структурами та громадянами.

РОЗДІЛ 2

МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ НА РІВНІ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

2.1. Організаційна характеристика діяльності департаменту фінансів Вінницької міської ради

Департамент фінансів Вінницької міської ради, з кодом ЄДРПОУ 37537246, був створений 14 березня 2011 року. Станом на 20 серпня 2024 року, юридична особа залишається зареєстрованою. Керівником департаменту є Лесь Антоніна Михайлівна [33].

Департамент заснований для реалізації функціональних і організаційних завдань у фінансовій галузі з метою підтримки збалансованого соціально-економічного розвитку Вінницької міської громади, оптимізації використання фінансових ресурсів та створення бюджету, який покриває потреби у фінансуванні як власних, так і переданих повноважень органів місцевого самоврядування.

Діяльність департаменту спрямована на забезпечення прозорості та ефективності фінансових процесів, що дозволяє своєчасно реагувати на економічні виклики та соціальні потреби громади. Він також відіграє важливу роль у залученні додаткових ресурсів для розвитку інфраструктури та забезпечення сталого розвитку міста. Крім того, департамент активно співпрацює з іншими структурами місцевого самоврядування, щоб досягти стратегічних цілей та покращити добробут мешканців громади.

Для реалізації своєї мети департамент виконує такі функції (рис.1.1). Розглянемо більш детально представлені функції.

Організація роботи над середньостроковим прогнозом бюджету Вінницької міської громади є ключовим завданням Департаменту фінансів. Цей процес включає аналіз доходів і витрат громади, врахування макроекономічних показників та зовнішніх чинників, таких як зміни у

законодавстві та економічній ситуації. На основі цього аналізу департамент формує сценарії розвитку, проектує доходи та витрати на кілька років вперед, що допомагає забезпечити стабільність фінансування.

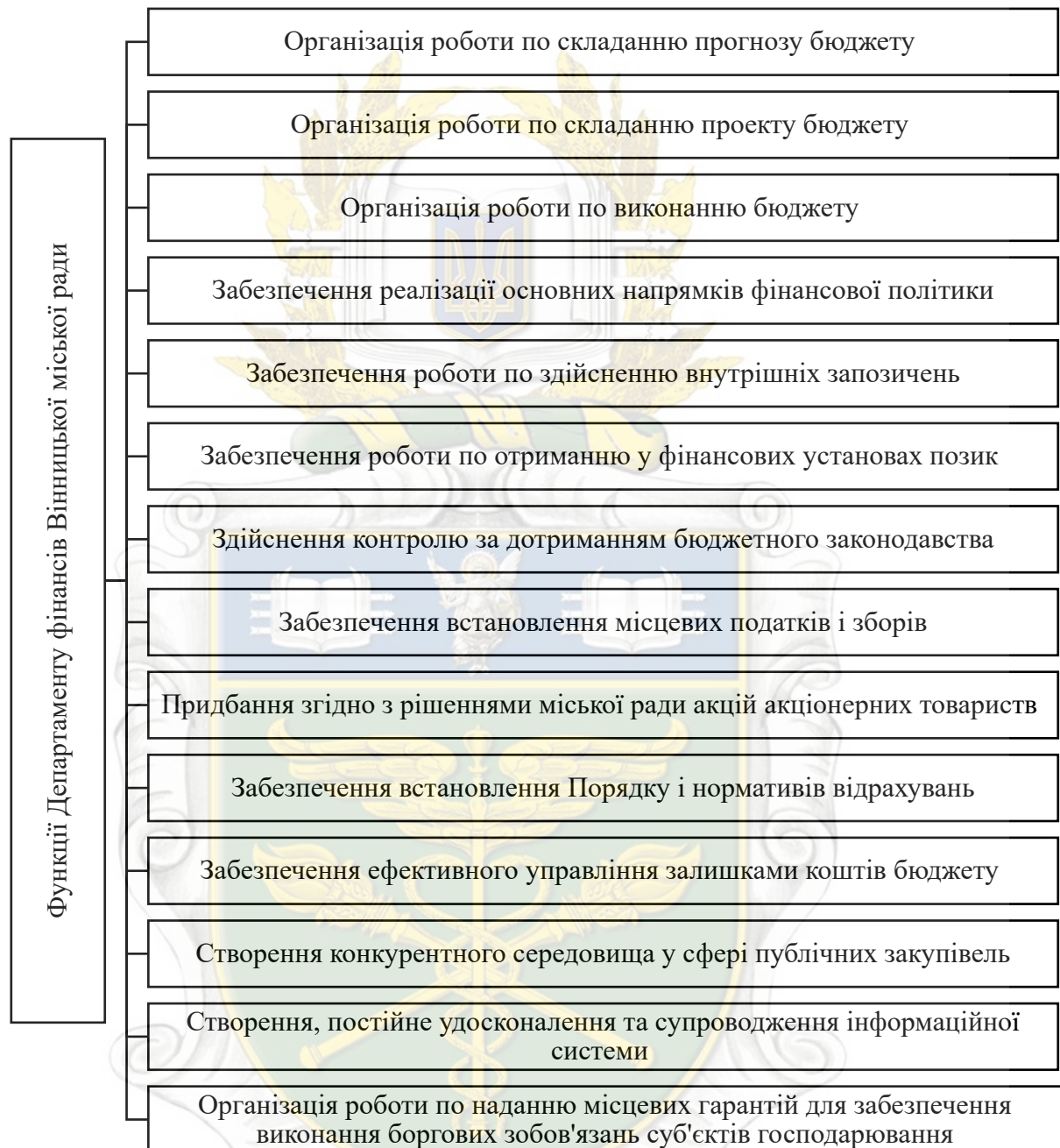


Рисунок 2.1 - Функції Департаменту фінансів Вінницької міської ради

Джерело: складено автором за даними [33]

Організація роботи зі складання проекту бюджету Вінницької міської громади є основним завданням Департаменту фінансів. Спочатку департамент збирає інформацію про фінансові потреби різних структурних підрозділів міста, аналізує економічну ситуацію та прогнозує доходи й витрати на

наступний рік. Враховуючи макроекономічні показники та зміни у фінансовій політиці держави, формується проєкт бюджету, в якому розподіляються кошти на ключові напрямки, такі як освіта, охорона здоров'я та інфраструктура.

Організація роботи з виконання бюджету Вінницької міської територіальної громади включає контроль за реалізацією фінансових планів відповідно до Бюджетного кодексу України. Департамент забезпечує своєчасне та ефективне використання бюджетних коштів, відстежує виконання запланованих видатків і надходжень

Організація роботи з виконання бюджету Вінницької міської територіальної громади передбачає комплексний контроль за реалізацією фінансових планів відповідно до Бюджетного кодексу України. Департамент забезпечує належне та ефективне використання бюджетних коштів, регулярно перевіряючи відповідність витрат затвердженому бюджету і стежачи за надходженнями до міського бюджету.

Організація процесу залучення внутрішніх запозичень для бюджету Вінницької міської територіальної громади включає розробку і реалізацію стратегії фінансування. Це передбачає визначення потреб у додаткових фінансових ресурсах, оцінку можливих джерел запозичень, а також укладення угод з кредиторами та інвесторами.

Організація процесу залучення короткострокових кредитів для покриття тимчасових фінансових нестач у бюджеті Вінницької міської територіальної громади включає активний пошук та оцінку пропозицій від банків та інших фінансових установ. Департамент проводить переговори, укладає кредитні угоди та забезпечує своєчасне отримання необхідних коштів для підтримання фінансової стабільності. Також здійснюється моніторинг витрат і погашення кредитів для забезпечення ефективного управління фінансовими ресурсами громади.

Організація моніторингу відповідності бюджетних процесів чинному законодавству передбачає впровадження системи перевірок і аудиту для

забезпечення виконання всіх нормативних вимог. Департамент активно відстежує дотримання бюджетних правил, проводить регулярні ревізії та аналізи, а також надає рекомендації для коригування порушень.

Організація системи регулювання місцевих податків і зборів на території Вінницької міської громади включає розробку нових податкових норм та механізмів їх адміністрування. Це передбачає визначення ставок податків, встановлення процедур їх стягнення і постійне вдосконалення відповідних регуляторних актів. Департамент забезпечує ефективне впровадження та адаптацію змін у податковій політиці, а також проводить регулярний перегляд і коригування правил для відповідності актуальним потребам громади.

Здійснення інвестицій в акції акціонерних товариств на підставі рішень міської ради за рахунок бюджетних коштів Вінницької міської територіальної громади включає стратегічне управління цими інвестиціями. Це передбачає придбання акцій для забезпечення фінансових інтересів громади та активну участь у корпоративних управлінських процесах. Департамент відповідає за представлення інтересів громади в акціонерних компаніях.

Організація механізму відрахувань частини прибутку від міських комунальних підприємств до загального фонду бюджету Вінницької міської територіальної громади включає розробку та впровадження чітких правил і стандартів для цих відрахувань. Це передбачає визначення розміру відрахувань, встановлення нормативів і процедур, а також забезпечення прозорості фінансових операцій. Департамент відповідає за контроль за дотриманням встановлених норм, а також за коригування політики відрахувань відповідно до змін у фінансовій ситуації та потребам громади. Крім того, проводиться регулярна перевірка і звітність щодо внесків, щоб забезпечити ефективне наповнення бюджету.

Організація управління бюджетними залишками та місцевим боргом Вінницької міської територіальної громади передбачає оптимізацію використання фінансових ресурсів для досягнення максимального ефекту. Це

включає розробку стратегій для ефективного розміщення тимчасово вільних коштів на депозитних рахунках у банках, що забезпечує отримання додаткового доходу.

Формування конкурентного середовища для публічних закупівель передбачає впровадження нових стандартів та механізмів для забезпечення прозорості та добросовісної конкуренції. Це включає боротьбу з корупційними практиками шляхом запровадження жорсткого контролю і перевірок усіх етапів закупівельних процедур. Основна мета полягає у максимальному ефективному використанні бюджетних коштів Вінницької міської громади шляхом забезпечення чесності і відкритості в усіх фінансових операціях.

Розробка та безперервне вдосконалення інформаційної платформи для управління бюджетними процесами Вінницької міської територіальної громади передбачає створення інтегрованої системи, яка забезпечить ефективне планування та контроль за виконанням бюджету. Це включає постійне оновлення та налаштування програмного забезпечення для підвищення його функціональності, безпеки та зручності для користувачів. Департамент відповідає за технічну підтримку системи, адаптацію до змін у бюджетних процедурах та забезпечення її відповідності актуальним стандартам.

Організація процесу надання місцевих гарантій для покриття боргових зобов'язань підприємств комунального сектору, які реалізують інвестиційні проєкти для розвитку комунальної інфраструктури або впровадження ресурсозберігаючих технологій, передбачає встановлення чітких умов і процедур. Це включає розробку критеріїв для визначення проєктів, які можуть отримати такі гарантії, та забезпечення їх відповідності бюджетним обмеженням, встановленим рішенням міської ради.

Структура департаменту фінансів Вінницької міської ради зображено на рис.2.2.

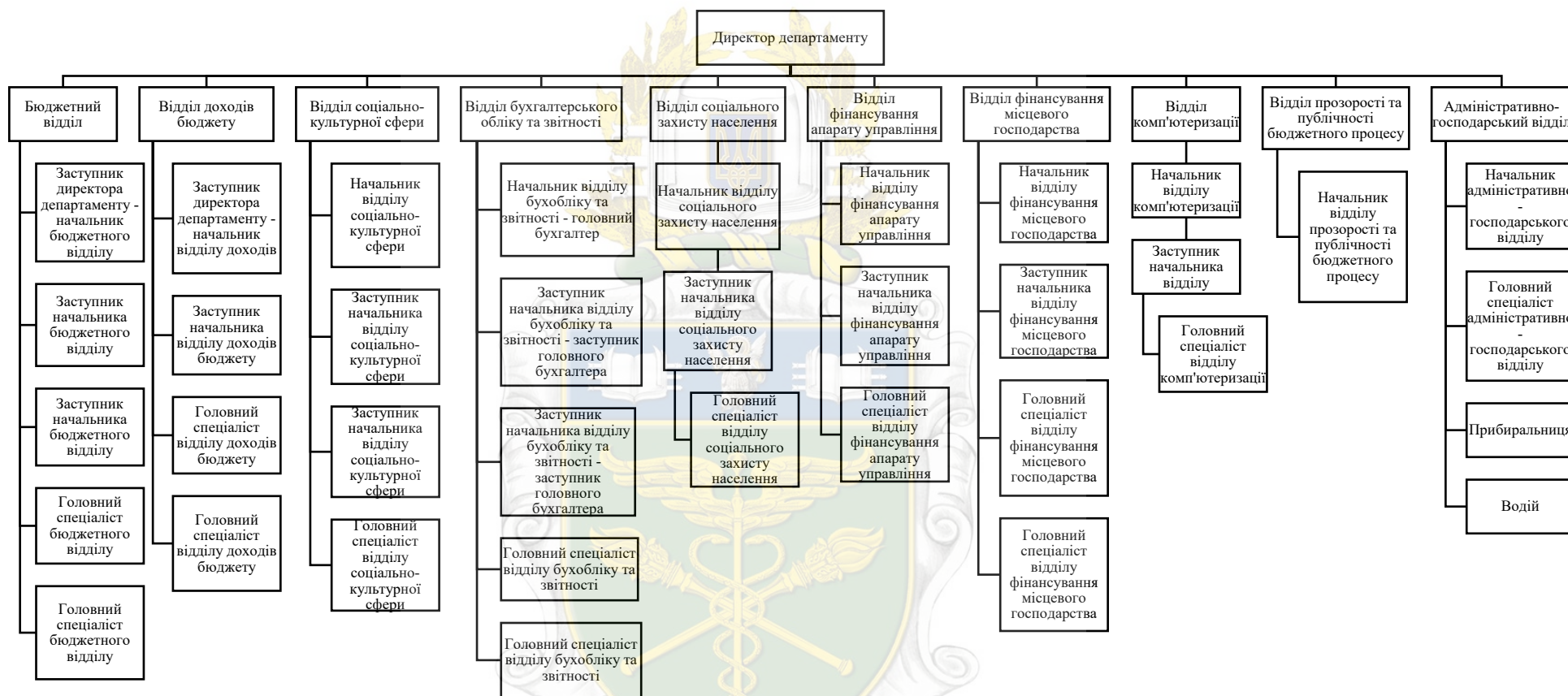


Рисунок 2.2 – Структура Департаменту фінансів Вінницької міської ради

Джерело: складено авторами за даними [33]

Бюджетний відділ департаменту фінансів Вінницької міської ради відповідає за розробку та управління бюджетом міської громади, включаючи планування, складання та контроль виконання бюджетних програм і статей витрат. Він проводить аналіз фінансових показників, координує процеси з розподілу бюджетних коштів між різними підрозділами та контролює ефективність їх використання.

Відділ доходів бюджету відповідає за прогнозування та управління надходженнями до міського бюджету, включаючи збір і облік податків, зборів та інших фінансових ресурсів. Він також здійснює контроль за виконанням податкових і фінансових зобов'язань підприємств і громадян, забезпечуючи своєчасне надходження доходів до бюджету. Також відділ аналізує фінансові тенденції.

Відділ соціально-культурної сфери відповідає за фінансове забезпечення соціальних та культурних програм і заходів міської громади. Його обов'язки включають складання бюджетних планів для соціально-культурних установ, контроль за витратами та моніторинг виконання фінансових зобов'язань.

Відділ бухгалтерського обліку та звітності відповідає за ведення точного бухгалтерського обліку всіх фінансових операцій міської ради, включаючи доходи та витрати бюджету. Він також готує регулярні фінансові звіти та баланси, які відображають фінансовий стан та результати діяльності міської громади.

Відділ соціального захисту населення відповідає за фінансове забезпечення програм і заходів соціального захисту громадян, включаючи надання субсидій, допомоги та соціальних виплат. Він контролює витрати, пов'язані з соціальними виплатами, та проводить аналіз ефективності реалізації соціальних ініціатив.

Відділ фінансування апарату управління забезпечує фінансове управління та бюджетування витрат, пов'язаних з діяльністю адміністративного апарату. Він контролює використання коштів на заробітну

плату, адміністративні витрати та інші витрати, що стосуються роботи департаменту.

Відділ фінансування місцевого господарства управляє бюджетними коштами, що виділяються на розвиток та підтримку комунальної інфраструктури та місцевого господарства. Він відповідає за контроль за витратами, планування та моніторинг фінансових ресурсів, а також за забезпечення ефективного використання бюджетних коштів на відповідні проєкти.

Відділ комп'ютеризації відповідає за розробку, впровадження та підтримку інформаційних систем і технологій, що забезпечують ефективне управління фінансовими процесами та даними.

Відділ прозорості та публічності бюджетного процесу забезпечує відкритість і доступність інформації про бюджетні витрати і фінансові рішення, сприяючи підвищенню довіри громадськості та контролю за використанням бюджетних коштів.

Адміністративно-господарський відділ відповідає за організацію і координацію адміністративних і господарських процесів всередині департаменту, включаючи управління ресурсами, забезпечення офісних потреб і підтримку загального функціонування. Він також проводить моніторинг і контроль за виконанням внутрішніх процедур та регламентів, щоб забезпечити ефективність і відповідність у діяльності департаменту [33].

Отже, департамент фінансів Вінницької міської ради є органом, відповідальним за формування та реалізацію фінансової політики міста. Його основна мета – забезпечення ефективного управління бюджетом, контроль за фінансовими потоками та забезпечення фінансової стабільності. Департамент має чітко визначену організаційну структуру, яка включає кілька ключових підрозділів. Департамент активно співпрацює з іншими органами місцевого самоврядування, державними органами, а також з громадськістю, забезпечуючи прозорість фінансових процесів та ефективне використання бюджетних ресурсів.

2.2. Оцінка ефективності взаємодії департаменту фінансів ВМР із громадськістю

Безпосередньо взаємодією з громадськістю у Вінницькій міській раді займається Департамент у справах засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю. Це призводить до фрагментації відповідальності та зниження ефективності інформаційного обміну, оскільки спеціалісти з комунікацій можуть не мати достатньої експертизи у фінансових питаннях. У результаті виникають затримки у передачі важливої інформації, зниження прозорості та втрати зворотного зв'язку з громадянами, що погіршує якість інформування та знижує рівень довіри до бюджетних процесів.

Департамент фінансів Вінницької міської ради (ВМР) активно комунікує з мешканцями міста Вінниця через офіційний вебсайт та сторінку у соціальній мережі Facebook. Це дозволяє забезпечити прозорість у діяльності Департаменту та оперативно інформувати громадян про важливі рішення та події. На сайті представлена повна інформація, яку мешканці можуть використовувати для ознайомлення з роботою Департаменту, його структурами, контактами, а також для отримання необхідних консультацій.

Окрему увагу на сайті приділено детальному опису структури Департаменту фінансів, яка складається з десяти відділів. Кожен відділ має чітко визначені функції та завдання, що дозволяє ефективно виконувати поставлені перед Департаментом завдання. Крім того, на сайті розміщена інформація про керівників цих відділів із зазначенням контактних телефонів та поштових адрес, що сприяє більшій відкритості та доступності органу для мешканців.

У розділі «Плани та звіти» користувачі можуть знайти докладну інформацію про плани роботи Департаменту фінансів на майбутнє, а також ознайомитися зі звітами про виконані роботи. Цей розділ є особливо важливим, оскільки дає можливість громадянам слідкувати за тим, як

витрачаються бюджетні кошти, які проєкти реалізуються, та які програми співпраці підтримує Вінницька міська рада.

Крім того, на сайті детально висвітлені функції Департаменту та завдання, які він вирішує в процесі своєї діяльності. Це включає, зокрема, планування та контроль за виконанням бюджету міста, фінансовий моніторинг, а також розробку та впровадження фінансових програм, що спрямовані на покращення економічного стану Вінниці [34].

Сторінка Департаменту у Facebook (рис.2.3) слугує додатковим каналом комунікації, де регулярно публікується інформація про поточну роботу Департаменту, висвітлюються питання, що розглядалися на чергових сесіях, та оприлюднюються новини щодо бюджетних рішень.

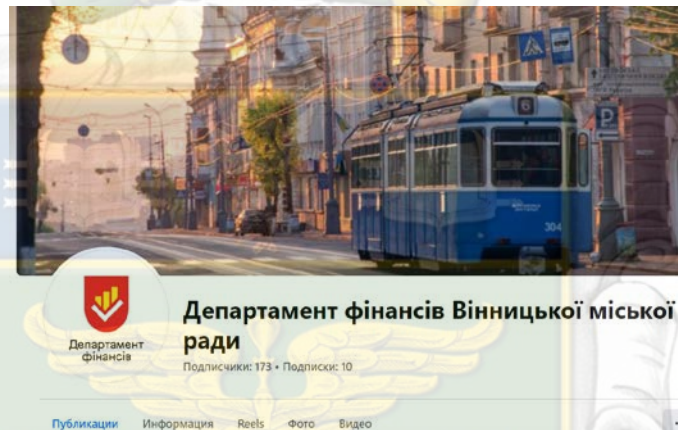


Рисунок 2.3 – Офіційна сторінка Департаменту фінансів ВМР

Джерело:[34]

Мешканці міста мають можливість не лише знайти контакти та адресу Департаменту, але й залишити свій відгук чи запитання, що забезпечує зворотній зв'язок і дозволяє враховувати думку громади у фінансовій політиці міста.

Аналізуючи діяльність Вінницької міської ради в сфері зв'язків з громадськістю протягом 2022 та 2023 років, можна виділити декілька ключових аспектів, які свідчать про ефективність комунікаційної стратегії та її вплив на інформування і залучення громадськості.

Протягом двох років спостерігається стійке зростання кількості підготовлених та розміщених інформаційних матеріалів. У 2022 році було підготовлено 2473 пресрелізи, пресанонси та інші інформаційні матеріали, а в 2023 році цей показник зріс до 2539 одиниць. Це свідчить про систематичну та послідовну роботу Департаменту у справах ЗМІ та зв'язків з громадськістю. Така активність дозволяє громадськості бути в курсі всіх важливих подій, рішень та ініціатив міської ради.

Вінницька міська рада ефективно використовує різноманітні канали комунікації для поширення інформації. Зокрема, інформація активно розповсюджується через офіційний сайт ради, соціальні мережі (Facebook, Telegram, Viber), місцеве телебачення та радіо, друковані видання та інтернет-ресурси. У 2023 році міська рада навіть створила власний канал у Viber, що є показником адаптації до сучасних комунікаційних трендів та прагнення забезпечити максимальну доступність інформації для різних груп населення.

Фінансова підтримка комунікаційної діяльності міської ради є важливим показником її пріоритетності. У 2022 році на висвітлення діяльності міської ради та її виконавчих органів було виділено 1817,8 тис. грн, а у 2023 році ця сума зросла до 2980,04 тис. грн. Таке суттєве збільшення фінансування дозволило реалізувати більш масштабні та різноманітні інформаційні кампанії, підвищуючи ефективність комунікаційної діяльності та її вплив на суспільство.

З початком російської агресії у 2022 році, Вінницька міська рада продемонструвала здатність швидко адаптувати свою комунікаційну стратегію до нових умов. Інформаційні кампанії, які були заплановані на 2022 рік, зазнали змін, і основний акцент було зроблено на соціально-патріотичній тематиці. Було виготовлено та розміщено велику кількість матеріалів, спрямованих на підтримку патріотичного духу населення та інформування про важливі аспекти у зв'язку з війною. Така швидка адаптація демонструє гнучкість та ефективність роботи комунікаційної команди.

Протягом 2022 та 2023 років міська рада активно співпрацювала з усіма основними місцевими засобами масової інформації, включаючи телебачення, друковані видання, інтернет-сайти та радіо. Це забезпечувало оперативне поширення інформації про заплановані події, рішення виконавчих органів та інші важливі аспекти діяльності міської ради. Завдяки такій співпраці інформація досягала широкої аудиторії, що сприяло підвищенню рівня поінформованості та залученості громадян.

Зазначимо, що соціально-патріотична тематика стала центральною у комунікаційних кампаніях міської ради в 2022 та 2023 роках. Виготовлені та розміщені матеріали мали на меті не лише інформувати, але й підтримувати моральний дух населення в умовах війни. Наприклад, було виготовлено 227 постерів на зупинках, 26 відеобордів, 81 ролик на телебаченні, а також аудіоролики, що транслювалися через загальноміську систему оповіщення та в громадському транспорті. Ці заходи показують, що міська рада не лише виконує свою інформаційну функцію, але й активно працює над формуванням суспільної підтримки та патріотичних настроїв.

Протягом двох років Вінницька міська рада постійно вдосконалювала свої комунікаційні стратегії, що виявляється у збільшенні кількості та якості інформаційних матеріалів, розвитку нових каналів комунікації та адаптації до змін у суспільно-політичній ситуації. Це свідчить про системний підхід до управління зв'язками з громадськістю, що спрямований на максимальну відкритість та доступність інформації для громадськості.

Вінницька міська рада продемонструвала високу ефективність у сфері зв'язків з громадськістю протягом 2022 та 2023 років. Зростання кількості та якості інформаційних матеріалів, широке використання різних каналів комунікації, значні фінансові інвестиції та швидка реакція на суспільно-політичні виклики – все це свідчить про успішну комунікаційну стратегію. Міська рада не лише інформує громадськість, але й активно працює над формуванням позитивного іміджу та підтримкою патріотичних настроїв серед населення.

Комунікації Департаменту фінансів Вінницької міської ради із громадськістю відіграють важливу роль у забезпеченні прозорості бюджетного процесу, інформування населення та залучення мешканців до управління фінансами міста. Департамент фінансів регулярно публікує на офіційному веб-сайті Вінницької міської ради фінансові звіти, проекти бюджету та іншу ключову інформацію. Це надає можливість громадськості ознайомитися з бюджетом міста, його структурою та виконанням, що сприяє підвищенню обізнаності громадян щодо фінансової політики міста.

Однією з важливих ініціатив Департаменту є підготовка та публікація «Бюджету для громадян». Цей документ пояснює складні фінансові аспекти бюджету у доступній формі, що допомагає мешканцям краще розуміти, як розподіляються кошти міста, і які проекти отримують фінансування. Таким чином, підвищується рівень фінансової грамотності серед населення, що є важливим кроком до створення відкритого суспільства.

Крім того, департамент організовує громадські слухання та обговорення щодо проекту бюджету на наступний рік. Ці заходи надають мешканцям можливість висловити свої пропозиції та зауваження, а також активно брати участь у прийнятті важливих рішень, що стосуються фінансів міста. Вони включають відкриті зустрічі, де обговорюються основні бюджетні статті та пріоритети, а також інтерактивні сесії, що дозволяють громадянам безпосередньо взаємодіяти з представниками влади. Така участь громадян у бюджетному процесі є свідченням демократичного підходу до управління міськими фінансами і сприяє формуванню бюджету, який відповідає реальним потребам та очікуванням населення.

Департамент фінансів також активно використовує соціальні мережі та інші інтерактивні платформи для комунікації з громадськістю. Через ці канали надається оперативна інформація про бюджетний процес, включаючи новини, пояснення складних фінансових питань та можливість ставити питання безпосередньо представникам Департаменту. Це сприяє створенню двостороннього діалогу між владою та мешканцями міста, що допомагає

краще розуміти бюджетні рішення та зміцнює довіру до органів місцевого самоврядування. Департамент активно моніторить зворотний зв'язок через ці платформи, що дозволяє оперативно реагувати на питання та проблеми громадян.

З метою підвищення обізнаності громадян щодо фінансової політики та бюджету міста, Департамент проводить освітні заходи, такі як семінари, вебінари та інші публічні ініціативи. Ці заходи включають навчальні сесії з фінансового управління, спеціалізовані тренінги для різних груп населення та консультації з експертами, що допомагає жителям краще розуміти фінансові процеси та принципи бюджетного планування. Вони також забезпечують платформу для обговорення актуальних фінансових питань і залучення громадян до активної участі в управлінні фінансами міста.

Таким чином, комунікації департаменту фінансів вінницької міської ради із громадськістю спрямовані на забезпечення прозорості бюджетного процесу, підвищення рівня фінансової грамотності мешканців та зміцнення довіри до органів місцевого самоврядування. Ці заходи сприяють активній участі громадян у прийнятті важливих рішень, що стосуються розвитку та фінансового благополуччя Вінниці, забезпечуючи тим самим більш ефективне і справедливе управління ресурсами міста.

Попри достатню кількість заходів, які проводяться для взаємодії з громадськістю, існують певні проблеми. Наприклад, хоча департамент проводить громадські слухання та зустрічі, не всі мешканці мають можливість брати участь у цих заходах через обмежену інформацію про їх проведення або відсутність зручних платформ для участі. Це може призводити до недостатнього охоплення та залучення різних соціальних груп до бюджетного процесу.

Незважаючи на намагання департаменту спрощувати фінансову інформацію через проєкти на кшталт «Бюджет для громадян», деякі аспекти бюджету та фінансової політики залишаються важкими для розуміння пересічним громадянином. Ця проблема виникає через складні терміни та

концепції, що використовуються у звітах та презентаціях, що може обмежувати доступ до інформації для громадян з низьким рівнем фінансової грамотності.

Окрім того, хоча департамент активно використовує офіційні сайти та соціальні мережі для поширення інформації, не всі мешканці міста мають доступ до цих ресурсів або знають, де шукати необхідну інформацію. Це може створювати прогалину в комунікаціях із громадськістю, особливо серед старшого населення або тих, хто не має постійного доступу до інтернету.

Також, у суспільстві розповсюджена загальна недовіра до органів влади, що впливає на сприйняття дій Департаменту фінансів. Незважаючи на зусилля, спрямовані на забезпечення прозорості, деякі громадяни можуть сприймати дії департаменту як непрозорі або недостатньо відкриті.

Отже, забезпеченням взаємодії Департаменту фінансів ВМР із громадськістю займається інший виокремлений підрозділ (Департамент у справах засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю). Для взаємодії з цільовою аудиторією використовуються сайт ВМР та сторінка в соціальних мережах ВМР. На сайті є закладка Департаменту фінансів ВМР, де можна побачити інформацію про підрозділ та його діяльність, розглянути звіти за звітні роки. Було виявлено ряд проблем взаємодії Департаменту фінансів ВМР із громадськістю, що обумовлює необхідність удосконалення комунікаційних стратегій Департаменту фінансів для досягнення більшого рівня залученості громадськості та підвищення рівня довіри до процесу бюджетного планування.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ ДЕПАРТАМЕНТУ ФІНАНСІВ ВІННИЦЬКОЇ МІСТКОЇ РАДИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

3.1. Основні заходи оптимізації взаємодії Департаменту фінансів ВМР із громадськістю

В попередньому розділі було проведено аналіз та виявлено, що у Департаменту відсутній власний прес-центр, а висвітленням всієї інформації займається Департамент у справах засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю ВМР, що призводить до таких недоліків як фрагментація відповідальності, зниження ефективності інформаційного потоку, недостатня фаховість комунікацій, зниження прозорості, проблеми зворотного зв'язку.

Для забезпечення удосконалення інформаційно-комунікаційної діяльності пропонуємо запровадити такі заходи (рис.3.1).



Рисунок 3.1 – Пропозиції щодо удосконалення інформаційно-комунікаційної діяльності Департаменту фінансів Вінницької міської ради

Джерело: розроблено автором

В першу чергу, пропонуємо створення в складі Департаменту фінансів ВМР власного прес-центру або призначення відповідальної за це особи, яка володіє достатнім рівнем професіоналізму, має необхідний набір навичок та компетенцій для роботи у прес-центрі.

Прес-центр в Департаменті фінансів ВМР буде створений з метою покращення комунікацій між Департаментом і громадськістю, підвищення прозорості бюджетного процесу, зміцнення довіри до діяльності органів місцевого самоврядування та залучення громадян до активної участі у фінансових рішеннях міста.

Визначимо ключові функції прес-центру на рис.3.2.

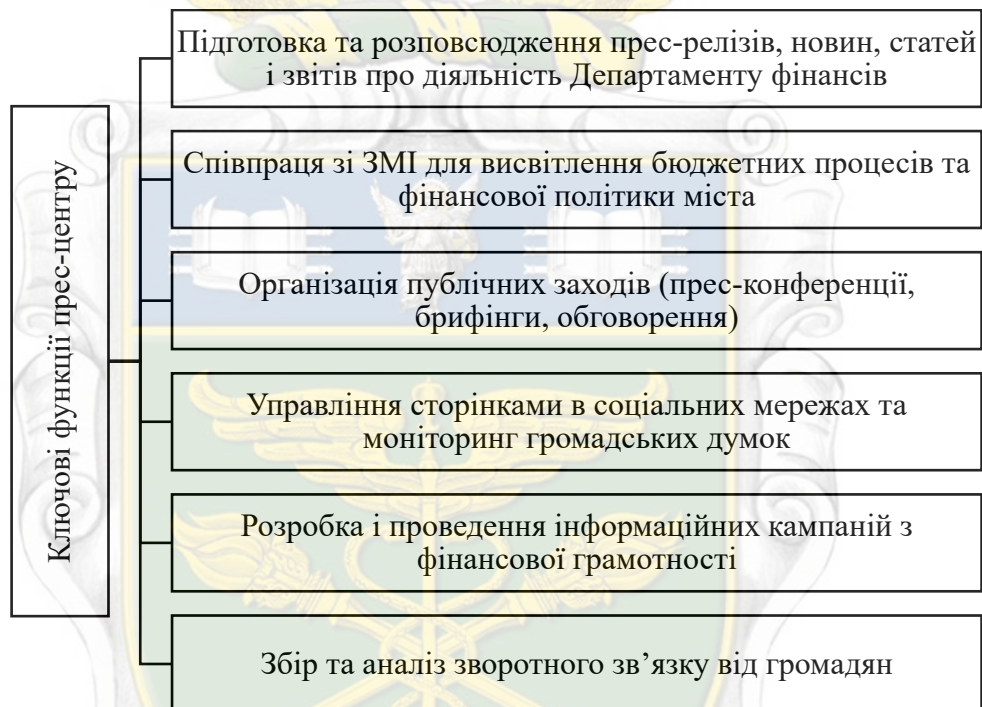


Рисунок 3.2 – Ключові функції прес-центру

Джерело: розроблено автором

Для створення удосконалення інформаційно-комунікаційної діяльності бажано створити прес-центр в управлінні, але спочатку необхідно виявити систему компетенцій, якими повинен володіти кваліфікований фахівець. Визначимо обов'язки основні навички, якими повинен володіти співробітник прес-служби в табл.3.1.

Таблиця 3.1 – Основні навички, якими повинен володіти співробітник прес-служби

Вид діяльності	Основні навички та вміння	Звітність, яка є результатом діяльності
1	2	3
Комунікація із ЗМІ	- Вміння ефективно взаємодіяти з журналістами та представниками ЗМІ	- Прес-релізи, публічні заяви, статті в місцевих медіа
	- Володіння техніками підготовки прес-релізів, публікацій та інших інформаційних матеріалів	- Інформаційні матеріали, які публікуються на офіційних ресурсах та в соцмережах
Інформаційно-аналітична діяльність	- Аналітичне мислення для збору, обробки та підготовки інформації	- Аналітичні звіти, публікації щодо поточного стану бюджету, фінансових показників та проєктів
	- Розуміння основ бюджетної політики та діяльності Департаменту фінансів	- Звіти про виконання бюджету, прогнози показники бюджету
Управління інформаційними потоками	- Навички планування і координування інформаційних потоків між департаментом та громадськістю	- Графік публікацій, медіа-плани
	- Вміння розробляти інформаційні кампанії та стратегії для залучення громадян	- Плани інформаційних заходів, презентації бюджетних проєктів
Стратегічне планування комунікацій	- Навички розробки стратегій інформаційного висвітлення бюджетних процесів	- Стратегічні комунікаційні плани
	- Вміння прогнозувати ефективність комунікацій та оцінювати їх результативність	- Звіти про результати інформаційних кампаній
Кризові комунікації	- Вміння реагувати на кризи та негативні публікації	- Звіти про управління кризовими ситуаціями, антикризові плани
	- Володіння техніками швидкого реагування та комунікації під час криз	- Інформаційні повідомлення, що оперативно публікуються в разі виникнення кризових ситуацій
Зворотній зв'язок	- Вміння налагоджувати ефективну систему зворотного зв'язку з громадянами через ЗМІ та соціальні мережі	- Звіти про звернення громадян, аналіз запитів і відповідей
	- Навички моніторингу та обробки запитів від громадськості	- Звітність щодо зворотного зв'язку, зібрані дані про громадські потреби
Публічні виступи та презентації	- Вміння публічно виступати на брифінгах, прес-конференціях, громадських обговореннях	- Презентації бюджету та його окремих програм
	- Навички підготовки до публічних виступів та створення презентацій	- Матеріали для виступів, презентації для публічних заходів

Таблиця 3.1

1	2	3
Робота з соціальними мережами	- Знання основ роботи з соціальними мережами, вміння створювати і публікувати контент	- Регулярні публікації в соціальних мережах, коментарі та відповіді на запити громадськості в онлайні
	- Володіння інструментами SMM для підтримки позитивного іміджу та інформування громадськості	- Статистика взаємодії з громадськістю в соціальних мережах
Правові знання	- Розуміння основ інформаційного права, правил роботи із ЗМІ, норм конфіденційності інформації	- Звіти про дотримання правових норм у інформаційній діяльності
Професійна етика	- Володіння навичками етичної комунікації та дотримання стандартів професійної поведінки	- Оцінка дотримання етичних стандартів у комунікаціях

Джерело: розроблено автором

Наявність інформаційних ресурсів дозволяє прес-службам здійснювати постійний моніторинг інформаційного простору, зокрема із використанням власних технологічних рішень. Моніторинг охоплює аналіз засобів масової інформації, інтернет-ресурсів (вебсайти, соціальні мережі) та інших джерел. Для цього застосовуються різноманітні комунікаційні інструменти – від базових до найсучасніших технологій.

Прес-служба має посилити комунікаційну взаємодію з молоддю, оскільки ця соціальна група в найближчій перспективі стане ключовою опорою демократичної політичної системи країни, а також основним інтелектуальним, творчим і моральним ресурсом держави. Інтернет є основним джерелом інформації для студентської молоді. Таким чином, враховуючи молодь як один із центральних сегментів інформаційно-комунікативного впливу, прес-службі доцільно змістити акцент на використання інтернет-ресурсів з метою оптимізації зворотного зв'язку. Це сприятиме покращенню іміджу владних структур у сприйнятті цієї соціальної групи.

Сучасні прес-служби та PR-відділи активно використовують можливості інтернет-комунікації у своїй діяльності. Зокрема, офіційні вебсайти державних установ стали постійними комунікаційними

платформами для представників ЗМІ. Крім того, популярні соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, SlideShare і YouTube, широко застосовуються для взаємодії з аудиторією.

Працівникам запропонованого прес-центру Департаменту фінансів ВМР рекомендується використовувати соціальні мережі Facebook, Instagram, YouTube та LinkedIn для комунікації зі ЗМІ та громадськістю. Основна частина комунікацій має здійснюватися через офіційні акаунти органів місцевого самоврядування, однак у деяких випадках прес-секретарі можуть використовувати особисті профілі з робочою метою. У цих мережах відділ прес-центру може публікувати важливі повідомлення, оперативну інформацію, інтерв'ю керівництва, брифінги прес-секретаря, презентаційні ролики та інший корисний контент, що сприятиме підвищенню прозорості та інформованості громадськості.

Необхідно активніше використовувати Інтернет як платформу для інформування громадян та взаємодії з міськими, регіональними і державними ЗМІ. Використання Інтернет-майданчиків надає низку важливих переваг:

- фінансова доступність. Створення акаунтів у соціальних мережах або ведення публічних сторінок не потребує значних фінансових витрат. Витрати обмежуються лише оплатою праці співробітника прес-центру, який відповідальний за адміністрування сторінки. Крім того, зберігання інформації здійснюється на серверах соціальних мереж, що знімає навантаження з власних серверів організації;
- орієнтація на молоду аудиторію. Молодь є найактивнішою групою користувачів Інтернету, тому взаємодія через соціальні мережі дозволяє залучити та інформувати цю аудиторію найбільш ефективно;
- моментальне поширення інформації. Інформація, розміщена в Інтернеті, може поширюватися надзвичайно швидко завдяки репостам і пересиланням. Крім того, користувачі мають цілодобовий

доступ до контенту, що підвищує охоплення аудиторії та оперативність комунікацій.

Співпраця з популярними блогерами може вирішити кілька важливих завдань:

- прес-служба відповідатиме своїм функціям та забезпечуватиме повноцінну взаємодію з засобами масової інформації та громадськістю, що допоможе більш ефективно поширювати інформацію про роботу місцевої влади;
- місцеві блогери отримають додаткові можливості для розвитку. Співпраця з прес-службою надасть їм постійне поле для роботи та збільшення аудиторії, що сприятиме їхній професійній діяльності;
- населення матиме доступ до повної та різноманітної інформації. Завдяки різним джерелам, громадяни зможуть отримувати детальну інформацію про діяльність місцевої влади, що підвищить прозорість і довіру до влади.

Офіційний вебсайт є інтернет-ресурсом, який забезпечує відкритий доступ громадян до інформації про діяльність органів місцевого самоврядування. Департамент фінансів Вінницької міської ради (ВМР) має власну сторінку на офіційному сайті ВМР. Візуальне оформлення головної сторінки справляє позитивне враження завдяки спокійній кольоровій гамі, ретельно підбраному шрифту та добре структурованій навігації. З точки зору іміджу, сайт коректно позиціонує суб'єкт PR-діяльності — Вінницьку міську раду, зокрема Департамент фінансів, як надійний офіційний орган місцевого самоврядування.

Змістовна частина сайту відповідає вимогам, закріпленим у чинному законодавстві, проте існують незначні недоліки, як-от відсутність деяких відомостей або незручна організація пошуку інформації. Ці недоліки не є критичними та можуть бути легко усунені.

Проте інформація про поточну діяльність Департаменту фінансів Вінницької міської ради (ВМР) подається в формальному і

малозахоплюючому вигляді. З точки зору жанрової специфіки, тексти, розміщені на сайті, мають характер нотаток і прес-релізів. Тематика нової інформації є вкрай обмеженою, охоплюючи лише напрямки витрат бюджетних коштів, надходження бюджетних ресурсів та пріоритети статей витрат. Крім того, тексти слабо ілюстровані, а мультимедійні засоби не використовуються, що знижує їхню привабливість для користувачів.

Комунікативні характеристики сайту, такі як швидкість завантаження, зручність використання на різних пристроях, логічність, простота, а також зручність навігації та текстові підказки, цілком відповідають вимогам юзабіліті інтернет-порталів.

Однак слід зазначити, що сайт функціонує лише як адресант інформації і не має можливостей для інтерактивного спілкування з користувачами. Відсутні посилання на соціальні мережі, блоги та інші інтерактивні форми комунікації з аудиторією, такі як опитування та голосування з актуальних суспільних питань, що обмежує залучення користувачів до діалогу.

Таким чином, можна стверджувати, що офіційний сайт Вінницької міської ради в цілому виконує такі PR-функції, як інформаційна, правова, організаційна, аналітична та консультативно-методична. Проте, комунікативній функції не приділяється належна увага, що знижує його ефективність у взаємодії з громадськістю.

У якості рекомендацій для вдосконалення PR-діяльності та оптимізації використання офіційного сайту як ефективного інструменту, доцільно запропонувати включення в обов'язки співробітників прес-центру концептуальної роботи щодо наповнення сайту, а також забезпечення його необхідними інтерактивними сервісами для комунікації з громадськістю. Ця діяльність має бути скоординована з працівниками відділу інформатизації з метою усунення наявних недоліків у функціонуванні сайту і забезпечення виконання всього необхідного обсягу функцій.

Крім того, рекомендується створити окремий сайт для Департаменту фінансів Вінницької міської ради, що сприятиме покращенню та розвитку

комунікаційних зв'язків департаменту з населенням. Цей сайт може стати платформою для активнішої інформаційної взаємодії, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню прозорості діяльності державних органів і зміцненню довіри з боку громадян.

Окрім створення окремого сайту для Департаменту фінансів ВМР пропонуємо провести заходи з розширення каналів комунікації, а саме: створення сторінки у соціальній мережі Facebook та публікації статей у місцевій пресі.

Створення сторінки Департаменту фінансів у соціальній мережі Facebook дозволить покращити взаємодію з громадськістю, надаючи мешканцям міста швидкий доступ до інформації про бюджетні рішення, фінансові показники та ключові заходи. Через цю сторінку можна публікувати актуальні новини, інфографіки, відео та звіти, що дозволить громадянам краще розуміти фінансові процеси та брати участь у дискусіях. Крім того, коментарі та повідомлення від користувачів на сторінці створять двосторонній діалог, підвищуючи прозорість та залученість мешканців до бюджетного процесу.

Публікація статей у місцевій пресі, включно з газетами та іншими друкованими виданнями, забезпечить охоплення ширшої аудиторії, зокрема тих громадян, які менше використовують цифрові технології.

Для забезпечення широкого висвітлення діяльності департаменту варто налагодити активну співпрацю з місцевими журналістами та редакціями. Це сприятиме регулярному публікуванню матеріалів та підвищенню інтересу до фінансових питань серед громадян.

Однією з ключових рекомендацій для покращення доступності інформації, що надається Департаментом фінансів Вінницької міської ради (ВМР), є розробка та реалізація стратегії адаптації контенту сайту до потреб цільової аудиторії.

Розглянемо основні етапи реалізації стратегії адаптації контенту сайту до потреб цільової аудиторії (рис.3.3).



Рисунок 3.3 – Основні етапи реалізації стратегії адаптації контенту сайту до потреб цільової аудиторії

Джерело: розроблено автором

Рекомендації щодо покращення доступності інформації Департаменту фінансів Вінницької міської ради (ВМР) починаються з аналізу цільової аудиторії. Важливо провести детальне дослідження потреб і уподобань різних груп користувачів. Використання опитувань, фокус-груп або аналізу даних про відвідуваність може допомогти виявити, яка інформація найбільше цікавить громадян, підприємців та інших стейкхолдерів.

Наступним кроком є оптимізація структури контенту. Це включає організацію інформації у зрозумілій формі, використання чітких заголовків, підзаголовків та списків, що дозволяє читачам швидше знаходити необхідну інформацію. Простота і логічність викладу зменшать ризик інформаційного перевантаження.

Важливим елементом є впровадження різноманітних форматів інформації для покращення сприйняття складних фінансових даних. Використання інфографік, відеоматеріалів, подкастів та інтерактивних

презентацій дозволить залучити ширшу аудиторію та підвищити зацікавленість у темі.

Інтеграція інтерактивних елементів, таких як калькулятори бюджетних витрат або опитування, може заохотити користувачів до активної участі. Це не лише полегшить процес отримання інформації, але й сприятиме залученню громадськості до фінансових питань.

Завершальним етапом є створення механізмів зворотного зв'язку. Запровадження способів збору зворотного зв'язку, таких як коментарі чи контактні форми, дозволить Департаменту фінансів отримувати інформацію про проблеми з доступністю контенту та своєчасно їх усувати. Це покращить взаємодію з громадськістю і підвищить довіру до органу.

Запровадження цільових інформаційних кампаній, зокрема «годин фінансової грамотності», для місцевого населення є важливим кроком до підвищення рівня обізнаності громадян щодо принципів формування та розподілу бюджету Вінницької міської ради (ВМР). Ці заходи передбачають проведення регулярних навчальних сесій, на яких фахівці Департаменту фінансів пояснюватимуть основні аспекти бюджету, його структуру, основні статті витрат і доходів, а також процедури бюджетного процесу.

Такий формат заходів не лише сприятиме поширенню знань про фінанси серед населення, але й забезпечить активну взаємодію з громадянами. Під час «годин фінансової грамотності» учасники матимуть змогу ставити запитання, обговорювати важливі фінансові теми та отримувати відповіді на свої запити, що підвищить їх зацікавленість у бюджетних питаннях.

Прозорість бюджетних рішень можна забезпечити шляхом оприлюднення не лише звітів про використання бюджету, але й докладних пояснень причин прийняття певних фінансових рішень. Це можна зробити у формі публічних зустрічей з мешканцями або публікацій в зручному для розуміння форматі.

Запровадження цих заходів сприятиме покращенню взаємодії Департаменту фінансів ВМР із громадськістю, підвищенню рівня обізнаності

та залученості громадян до процесу управління міськими фінансами, а також зміцненню довіри до органів місцевого самоврядування.

3.3. Обґрунтування впровадження запропонованих заходів

Спрогнозуємо очікуваний ефект від впровадження запропонованих заходів щодо оптимізації взаємодії Департаменту фінансів ВМР із громадськістю.

Серед основних напрямів покращення застосування та напрямів розвитку інформаційно-комунікативних технологій у досліджуваному відомстві є реалізація проекту створення прес-центру Департаменту фінансів ВМР.

Створення прес-центру в Департаменті фінансів ВМР є важливим кроком у вдосконаленні комунікаційної стратегії органу місцевого самоврядування. Основною метою цього прес-центру є забезпечення ефективного інформаційного обміну між Департаментом і громадськістю, підвищення прозорості бюджетного процесу та залучення громадян до активної участі у фінансових рішеннях міста.

Створення прес-центр дозволить централізувати комунікаційні процеси, що дозволить уникнути фрагментації відповідальності. Наявність спеціально призначеної особи або команди для ведення комунікацій підвищить професіоналізм та якість інформаційних матеріалів, що в свою чергу підвищить сприйняття діяльності департаменту громадськістю.

Розглянемо основні переваги створення прес-центру:

- покращення комунікацій. Прес-центр дозволить зосередити зусилля на систематизації та координації інформаційних потоків, що, в свою чергу, призведе до зниження фрагментації відповідальності та підвищення якості комунікацій;

- підвищення прозорості. Чітке та своєчасне інформування громадськості про бюджетні процеси сприятиме зміцненню довіри до органів місцевого самоврядування;
- залучення громадян: Активне залучення громадян у фінансові рішення через інформаційні кампанії та публічні обговорення підвищить їхній інтерес до діяльності Департаменту;
- ефективність інформаційного потоку: Прес-центр забезпечить координацію зусиль, що сприятиме зменшенню дублювання інформації та збільшенню її доступності для різних аудиторій.

Для успішного впровадження прес-центру в Департаменті фінансів ВМР необхідно виконати кілька ключових етапів (рис.3.4).



Рисунок 3.5 – Етапи створення прес-центру Департаменту фінансів ВМР
Джерело: розроблено автором

Створення прес-центру в Департаменті фінансів ВМР передбачає кілька важливих етапів. Спочатку необхідно визначити структуру та функції

центру, що включає аналіз існуючих комунікаційних практик для виявлення проблем у взаємодії з громадськістю та розробку концепції, яка окреслить основні завдання, такі як підготовка прес-релізів і організація прес-конференцій. Наступним кроком є підбір персоналу. Для цього слід оголосити вакансії, вказавши необхідні навички, а також провести відбір кандидатів із відповідним досвідом у сфері комунікацій. Далі потрібно облаштувати робочі місця, вибравши відповідне приміщення для прес-центру та оснастивши його необхідним обладнанням і програмним забезпеченням. Розробка інформаційної стратегії є наступним важливим етапом. Це передбачає створення медіа-плану, що визначає графік публікацій і теми для прес-релізів, а також проведення тренінгів для співробітників. І останнім етапом відбудеться офіційний запуск прес-центру, що дозволить почати його діяльність у повному обсязі.

Отже, створення прес-центру в Департаменті фінансів ВМР сприятиме значному покращенню інформаційно-комунікаційної діяльності органу, підвищенню довіри громадськості та активізації участі громадян у фінансових рішеннях міста.

Також очікується, що регулярні «години фінансової грамотності» сприятимуть зростанню фінансової обізнаності серед мешканців. Це дозволить громадянам краще розуміти бюджетні процеси, їх складові та впливати на повне життя, що, у свою чергу, підвищить інтерес у питаннях формування бюджету. Окрім того, публікація інформації на сторінці в соціальній мережі та в місцевих ЗМІ сприятиме поширенню інформації серед населення.

Завдяки запровадженню прозорих практик, таких як публічні звіти про використання бюджету та відкриті обговорення фінансових рішень, довіра до Департаменту фінансів ВМР може суттєво зростати. Громадяни матимуть можливість отримати детальні пояснення щодо фінансових рішень, що зменшують ризик корупції та зловживання.

Інтерактивні елементи на сайті, такі як опитування та калькулятори, створюють активні можливості для залучення громадськості до обговорення фінансових питань. Це сприятиме формуванню активної громадянської позиції та розвитку партнерства між Департаментом і населенням.

Публікації в місцевій пресі та активність у соціальних мережах забезпечать охоплення ширшої аудиторії, включаючи тих, хто менш активно використовує цифрові технології. Це сприятиме досягненню більшої інклюзивності та рівності в доступі до інформації.

Оптимізація контенту на веб-сайті організації є критично важливим етапом у поліпшенні доступності фінансових даних для користувачів. Впровадження різноманітних форматів інформації, таких як інфографіка, відеоматеріали та інтерактивні таблиці, може суттєво підвищити сприйняття та розуміння фінансових показників. Це, в свою чергу, відповідає сучасним вимогам користувачів, які вважають за краще отримувати інформацію у візуально зрозумілій та доступній формі.

Наукові дослідження вказують на те, що оптимізований контент сприяє підвищенню задоволеності користувачів, оскільки дозволяє їм швидше знаходити необхідну інформацію. Зменшення кількості запитів на роз'яснення є прямим наслідком підвищення зрозумілості і доступності представлених даних. Користувачі, які отримують чіткі та структуровані фінансові звіти, менш схильні звертатися за додатковими роз'ясненнями, що значно знижує навантаження на службу підтримки.

Зокрема, інтеграція мультимедійних елементів може залучити увагу користувачів і стимулювати їх до активного взаємодії з контентом. Дослідження показують, що візуальні елементи підвищують ймовірність запам'ятовування інформації, що є важливим фактором у сприйнятті фінансових даних. Відповідно, оптимізація контенту на сайті не тільки підвищує рівень задоволеності користувачів, але й забезпечує їхню зацікавленість у повторному відвідуванні ресурсу.

Отже, впровадження оптимізованого контенту та різноманітних інформаційних форматів є стратегічно важливим кроком для поліпшення взаємодії з користувачами. Це забезпечить ефективніше сприйняття фінансових даних, зменшить запити на роз'яснення та підвищить загальний рівень довіри до інформації, що надається.

Налагодження співпраці з місцевими засобами масової інформації (ЗМІ) є важливим кроком у формуванні позитивного іміджу департаменту та забезпеченні широкого освітлення його діяльності. В умовах зростаючої конкуренції за увагу аудиторії, активна взаємодія з медіа може суттєво підвищити впізнаваність та довіру до діяльності організації.

Регулярна публікація статей, новин та інших інформаційних матеріалів у місцевих ЗМІ сприятиме не лише інформуванню громадськості про фінансові питання, але й формуванню стійкого інтересу до цих тем. Наукові дослідження підтверджують, що частота та якість медійного висвітлення позитивно впливають на сприйняття організації, а також на її репутацію в очах суспільства. Поширення коректної та актуальної інформації допомагає зменшити нерозуміння і невпевненість щодо фінансових справ, що, в свою чергу, підвищує загальний рівень зацікавленості аудиторії.

Крім того, така співпраця може стати платформою для діалогу між департаментом та громадськістю, що сприятиме формуванню довіри. Відкритий обмін інформацією та регулярні комунікації через ЗМІ можуть запобігти появі чуток та спекуляцій, які можуть негативно вплинути на імідж організації. В результаті, позитивне висвітлення діяльності департаменту у місцевих ЗМІ забезпечить стабільний інформаційний потік, що підтримає активну взаємодію з громадою та посилить інтерес до фінансових питань, що розглядаються.

Узагальнимо очікувані ефектами від впровадження запропонованих заходів на рис.3.5.

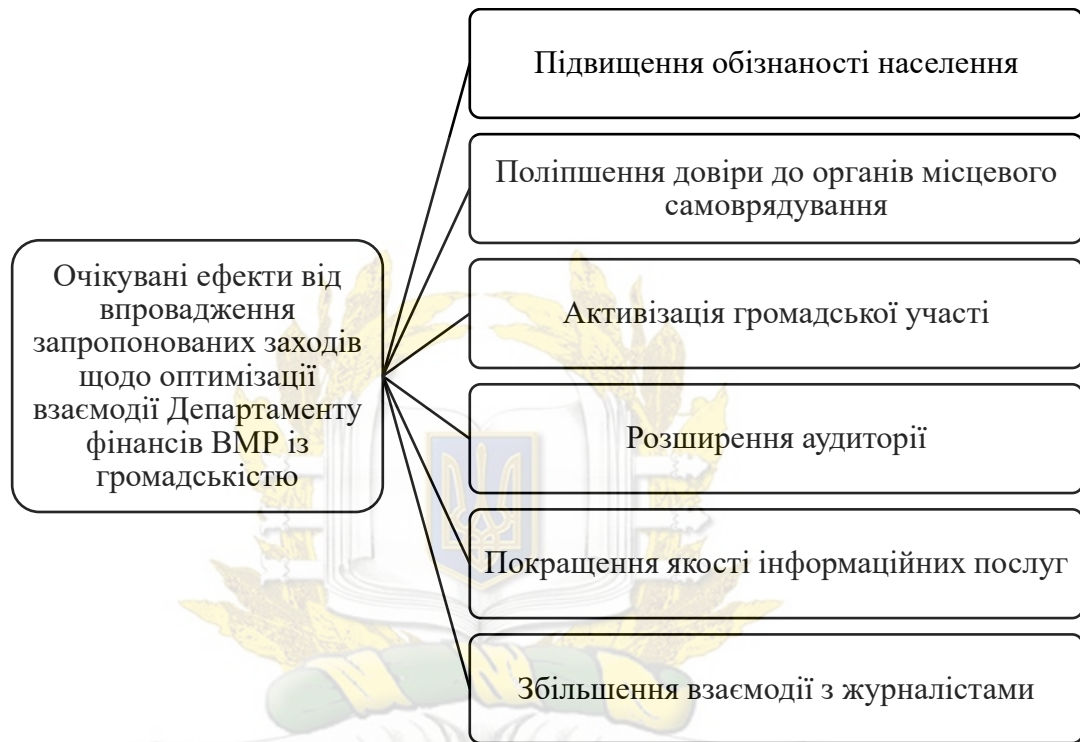


Рисунок 3.5 – Очікувані ефекти від впровадження запропонованих заходів щодо оптимізації взаємодії Департаменту фінансів ВМР із громадськістю

Джерело: розроблено автором

Таким чином, запропоновані заходи з оптимізації взаємодії Департаменту фінансів ВМР із громадськістю можуть суттєво покращити комунікацію між Департаментом фінансів ВМР та громадськістю, підвищити обізнаність та довіру населення, активізувати громадську участь та підвищити доступність інформації про фінансові питання. Це створити основу для більш ефективного управління міськими фінансами та розвитку прозорих фінансових практик у регіоні.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Зв'язки з громадськістю є однією з конкретних функцій управління, метою якої є встановлення та підтримання спілкування з громадськістю для виявлення спільних інтересів та досягнення взаєморозуміння й встановлення співробітництва між організацією і громадськістю. Взаємодія між органами публічного управління та громадськістю є важливим аспектом сучасної демократії, яка підкреслює рівень прозорості та відкритості управління, що сприяє покращенню процесів ухвалення рішень та якості публічних послуг. Технологія зв'язків з громадськістю сприяє соціальній інтеграції людей і соціальних груп з інститутами місцевої влади, що робить їх доступними для громадянської ініціативи.

Департамент фінансів Вінницької міської ради заснований для реалізації функціональних і організаційних завдань у фінансовій галузі з метою підтримки збалансованого соціально-економічного розвитку Вінницької міської громади, оптимізації використання фінансових ресурсів та створення бюджету, який покриває потреби у фінансуванні як власних, так і переданих повноважень органів місцевого самоврядування. Департамент активно співпрацює з іншими органами місцевого самоврядування, державними органами, а також з громадськістю, забезпечуючи прозорість фінансових процесів та ефективне використання бюджетних ресурсів.

Безпосередньо взаємодією з громадськістю у Вінницькій міській раді займається Департамент у справах засобів масової інформації та зв'язків з громадськістю. Для взаємодії з цільовою аудиторією використовуються сайт ВМР та сторінка в соціальних мережах ВМР. На сайті є закладка Департаменту фінансів ВМР, де можна побачити інформацію про підрозділ та його діяльність, розглянути звіти за звітні роки. Було виявлено ряд проблем взаємодії Департаменту фінансів ВМР із громадськістю, що обумовлює необхідність удосконалення комунікаційних стратегій Департаменту фінансів

для досягнення більшого рівня залученості громадськості та підвищення рівня довіри до процесу бюджетного планування.

Зважаючи на виявлені недоліки з метою удосконалення інформаційно-комунікаційної діяльності Департаменту фінансів Вінницької міської ради було запропоновано створення прес-центру Департаменту фінансів ВМР або призначення відповідальної за це особи, а також проведення заходів з розширення каналів комунікації; покращення доступності інформації, проведення цільових інформаційних кампаній, посилення взаємодії із громадськими організаціями, покращення зворотного зв'язку та забезпечення прозорості бюджетних рішень. Запровадження цих заходів сприятиме покращенню взаємодії Департаменту фінансів ВМР із громадськістю, підвищенню рівня обізнаності та залученості громадян до процесу управління міськими фінансами, а також зміцненню довіри до органів місцевого самоврядування.

Після проведення заходів з удосконалення інформаційно-комунікаційної діяльності Департаменту фінансів Вінницької міської ради очікується підвищення обізнаності населення, поліпшення довіри до органів місцевого самоврядування, активізація громадської участі, розширення аудиторії, покращення якості інформаційних послуг та збільшення взаємодії з журналістами. Проведення заходів з удосконалення інформаційно-комунікаційної діяльності Департаменту фінансів Вінницької міської ради матиме значний позитивний вплив на його ефективність. Підвищення обізнаності населення про діяльність департаменту зменшить кількість запитів на роз'яснення, що дозволить співробітникам зосередитися на виконанні основних функцій. Поліпшення довіри до органів місцевого самоврядування через прозорість комунікацій сприятиме конструктивному діалогу з громадою, відкриваючи можливості для отримання зворотного зв'язку, що може покращити фінансову політику. Активізація громадської участі та розширення аудиторії підвищать імідж департаменту, а підтримка відносин із ЗМІ сприятиме формуванню позитивного інформаційного поля навколо

фінансових ініціатив. Покращення якості інформаційних послуг забезпечить кращу обізнаність громадян про фінансові програми, зменшить непорозуміння та підвищить рівень задоволеності. Загалом, ці заходи сприятимуть зростанню ефективності роботи департаменту, покращуючи взаємодію з громадою та якість фінансових послуг для населення.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамовська В.С. Борисенко А. А. Сутність взаємодії органів державної влади з громадськістю в системі державного управління України. *Електронний журнал «Державне управління: удосконалення та розвиток»*. 2024. № 5. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/dy/article/download/3689/3724/8718> (дата звернення: 15.06.2024).
2. Буковський Р. В. Сутність взаємодії з громадськістю у системі публічного управління. *Державне управління. Інвестиції: практика та досвід*. 2021. №21. С. 107-110.
3. Вакун О.В., Семчук І.В., Грабчук О.В. PR служба в сфері державного управління: основні напрями розвитку. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2021. № 7. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2119>. (дата звернення: 20.06.2024).
4. Васильковський О. Т. Механізми взаємодії органів публічного управління з громадськістю. *Публічне управління та адміністрування, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*. 2024. URL: <https://ekhnuir.karazin.ua/server/api/core/bitstreams/ac63a460-2ce7-4f84-a42c82abafff7942/content> (дата звернення: 12.06.2024)
5. Васильковський О. Т., Бублій М. П., Можливості адаптації зарубіжного досвіду публічного управління у розвиток системи електронного урядування в Україні. *Електронне наукове видання «Публічне адміністрування та національна безпека»*. 2022. №6.
6. Васильковський О.Т. Електронні державні послуги, як форма взаємодії держави та громадян. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2021. №26 С. 30-33.
7. Васильковський О.Т. Основні складові концептуальної моделі взаємодії органів публічного управління з громадськістю. *Електронне*

наукове видання «Публічне адміністрування та національна безпека». 2022. №5.

8. Васильковський О.Т. Фактори, що детермінують взаємодію органів публічного управління з громадськістю у цифровій реальності. *Наукові перспективи*. 2022. №9(27). С.46-57.

9. Васильковський О.Т. Форми взаємодії органів публічної влади з громадськістю. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. №11 С. 32-43.

10. Величко Л.Ю., Васильковський О.Т. Досвід розвитку системи електронних державних послуг у країнах європейського союзу. *Таврійський науковий вісник. серія: публічне управління та адміністрування*. №3. 2021. С. 15-22.

11. Дуліна О., Крупник А. Громадський контроль як складова публічного управління: багаторівневий вимір. *Актуальні проблеми державного управління*. 2021. № 3. С. 19-23.

12. Енциклопедичний словник з державного управління. уклад. Ю.П. Сурмін, В.Д. Бакуменко, А.М. Михненко та ін.; за ред. Ю.В. Ковбасюка, В.П. Трощинського, Ю.П. Сурміна. Київ: НАДУ, 2010. 820 с.

13. Зяйлик М. Ф. Роль та значення функцій зв'язків із громадськістю у системі публічного управління. *Актуальні проблеми публічного управління та адміністрування: Колективна монографія*. 2020. С. 34-49.

14. Коврига О.С. Взаємодія органів державної влади з громадськістю в системі державного управління України. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2020. №23. С. 109-114.

15. Кодекс адміністративного судочинства України: Кодекс України 218 від 06.07.2005 № 2747-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2747-15/ed20170803#Text>. (дата звернення: 12.06.2024)

16. Колянко О. В. Взаємодія органів державного управління і місцевого самоврядування з громадськістю. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2022. №65. URL:

<http://journalslute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/1042> (дата звернення: 12.06.2024)

17. Компанцева. Л., Заруба, О., Череватий, С., & Акулынин. О. Стратегічні комунікації для безпекових і державних інституцій: практичний посібник; за заг. ред. О. Дааліканової, Л. Компанцевої. Київ: ТОВ «ВІСТКА». 2022. 278с.

18. Конституція України. Ст. 5. Закону про інформацію. URL: https://adm.ko.court.gov.ua/userfiles/Untitled.FR11_19.pdf (дата звернення: 15.06.2024).

19. Махначова Н. М., Бондар В. О. Суб'єкти публічного управління: понятійно-категоріальний аналіз законодавчих норм. *Право та державне управління*. 2022 р. № 2. С. 162-168.

20. Мельник, Л.А. Взаємодія держави та інститутів громадянського суспільства: основні поняття, проблеми та стратегічні напрями. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. №2. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/2_2019/30.pdf (дата звернення: 12.06.2024)

21. Мельниченко Б. Сучасна парадигма публічного управління: практичний вимір для України. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2021. № 1 (29). С. 104- 109.

22. Органи публічної влади. Стаття Вільної енциклопедії «Вікіпедії». URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%Населення_України (дата звернення: 15.06.2024).

23. Орлик С.В., Стежко З.В. Зв'язки з громадськістю як сфера професійної діяльності в Україні. *Соціум. Документ. Комунікація. Серія: Історичні науки. Переяслав-Хмельницький*. 2021. № 11. С. 348—367.

24. партнерства. Публічне управління і адміністрування в Україні. 2022. № 27. С. 56-59. URL: <http://www.pag-journal.iei.od.ua/archives/2022/27-2022/11.pdf>.

25. Петроє О.М., Федулової Л.І. Модернізація галузі науки державне управління в умовах суспільних реформ в Україні : монографія Л. І. Федулової. Київ : НАДУ, 2020. 552 с.
26. Рачинська О.А. Оптимізація механізмів комунікативної взаємодії у сфері публічного управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. №4. С. 158–164.
27. Рябець І. Тенденції становлення та розвитку професійної підготовки майбутніх фахівців із зв'язків з громадськістю в Україні. *Polish Journal of Science*. 2020. № 31. С. 42-46.
28. Сабурова Г.Б. Основні напрями розвитку системи публічного управління в Україні. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2021. №21. С. 27-23.
29. Самойленко Т. Г Механізми реалізації зв'язків із громадськістю в публічному управлінні. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2019. № 14. С. 67–71.
30. Синиця С.М. Данилишин В.І. Особливості PR в сфері державного управління. *Електронне фахове видання «Ефективна економіка»*. 2021. №8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2021/94.pdf (дата звернення: 25.06.2024).
31. Сопіна О. А. Зв'язки з громадськістю як чинник удосконалення комунікаційного механізму державного управління. *Право та державне управління*. 2021. №2. С. 172-177.
32. Сопіна О. А. Зміст і сутність поняття « Зв'язки з громадськістю» в контексті державного управління. *Вчені записки ТНУ імені Вернадського*. 2020. №5. С. 93-97.
33. Сопіна О.А. Реалізація комунікаційної функції державного управління засобами PR-технологій. *Публічне управління і адміністрування в Україні*. 2021. №21. С. 127-131.
34. Сторінка в соціальній мережі Вінницької міської ради» URL: <https://www.vmr.gov.ua/departament-of-finance> (дата звернення: 20.08.2024).

35. Сторінка в соціальній мережі Фейсбук Департаменту фінансів Вінницької міської ради. URL: <https://2021.vmr.gov.ua/Executives/Lists/DepartmentOfFinances/Default.aspx> (дата звернення: 20.08.2024).
36. Тищенко О. П. Напрями підвищення інституційної спроможності агенцій регіонального розвитку. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2022. № 2. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/2_2022/3.pdf.
37. Угоднікова О. І. Публічний маркетинг у системі публічно-приватного
38. Угоднікова О. І. Цифровий публічний маркетинг як елемент інформаційної політики держави. Економіка та держава. 2022. № 2. С. 94-96. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2022/17.pdf.
39. Цимбал Б. М. Механізм публічного управління безпекою особистості: якісно новий вимір у системі цифрових технологій та інновацій.
40. Чуба Н. В. Інституційний розвиток системи публічного управління в Україні та світі. Публічне управління і адміністрування в Україні. 2022. № 30. С. 27