



НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА  
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

**пддау**  
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Кафедра публічного  
управління та адміністрування

**Студентський науковий гурток  
«Територія науки»**

# **ЗБІРНИК**

матеріалів наукових досліджень  
молодих учених кафедри публічного  
управління та адміністрування  
**«ТЕРИТОРІЯ НАУКИ»**

**Жовтень 2024 року**

м. Полтава

**Територія науки: Збірник матеріалів наукових досліджень молодих учених [кафедри публічного управління та адміністрування] Полтавського державного аграрного університету. Жовтень 2024 р. Полтава, ННІ ЕУПІТ ПДАУ, 2024. 62 с.**

**Видається з жовтня 2018 року**

**Виходить щорічно**

**Відповідальна за випуск:** Шупта І.М. – доцент, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри публічного управління та адміністрування

*Редакційний колектив не завжди поділяє думку авторів.*

*У збірнику максимально точно відображається орфографія та пунктуація, запропонована молодими ученими.*

*Усі матеріали подаються в авторській редакції.*

**©ПДАУ 2024 рік**

## ЗМІСТ

Атеєв О. Ю.	ІНФОРМАЦІЙНА ВІДКРИТІСТЬ ЯК ПРИНЦИП ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	4
Бардіна А. О.	ХАРАКТЕРИСТИКА ІНСТРУМЕНТІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ОРГАНАМИ ВЛАДИ ДЛЯ ВЗАЄМОДІЇ З ГРОМАДСЬКІСТЮ	7
Житченко І. І.	ГРОМАДСЬКА УЧАСТЬ НА РІВНІ ІНФОРМУВАННЯ ТА КОНСУЛЬТУВАННЯ	10
Нікітченко С. М.	ОСНОВНІ СТРЕСОРИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ	15
Івер А. О.	ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ ТА ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ	18
Нечитайло А. М.	ЦЕНТРИ ЖИТТЄСТІЙКОСТІ ЯК ПРОСТІР ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ДЛЯ НАДАННЯ РІЗНОМАНІТНИХ ПОСЛУГ ІЗ ФОРМУВАННЯ ЖИТТЄСТІЙКОСТІ	21
Нікітченко С. М.	АЛОРИТМ СТВОРЕННЯ ЦЕНТРУ ЖИТТЄСТІЙКОСТІ ТА ВИМОГИ ДО ПРИМІЩЕННЯ	24
Андрєєва Л. М.	СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ВЛАДИ	28
Григорович М. О.	РОЗВИТОК СИСТЕМИ НАДАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ НА РІВНІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	34
Жук Л. А., Трофименко В. Я.	ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я В НІМЕЧЧИНІ	39
Бутко М. О.	РОЛЬ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РОЗВИТКУ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ	42
Тур М. А.	БОРІТЬБА З КОРУПЦІЄЮ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	44
Іценко А. І.	УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО АНТИКОРУПЦІЙНОГО БЮРО УКРАЇНИ	47
Малько М.О, Булат В. Є.	ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ І НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	50
Головченко Я. О.	ОСОБЛИВОСТІ ЛІДЕРСТВА В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ	53
Кулаков Д. П.	РОЛЬ КОМУНІКАЦІЇ У РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ	56
Чут Д. Р.	УДОСКОНАЛЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО УРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ: ОСНОВНІ НАПРЯМИ	59

що легко переносяться в разі потреби змінити конфігурацію простору; розміщення засобів гігієни та необхідних матеріалів для догляду за дитиною; ергономіка та гнучкість простору для різних форм терапії; комфорт та конфіденційність під час проведення терапевтичних сесій; звукоізоляція для створення спокійної атмосфери; використання дитячих меблів з урахуванням ергономіки та безпеки; стійкі та безпечні елементи меблів, щоб запобігти можливим травмам; широкий вибір різноманітних іграшок та ігор, які відповідають різним віковим групам.

Таким чином, в умовах війни створення Центрів життєстійкості в Україні є нагальною потребою сьогодення, задовільнити яку спроможні територіальні громади.

#### **Список використаних джерел:**

1. Путівник зі створення Центрів життєстійкості створено урбан-бюро Big City Lab, на замовлення Міністерства соціальної політики, в межах реалізації Всеукраїнської програми ментального здоров'я, за фінансової підтримки агропромислового холдинга АСТАРТА-КИЇВ. URL: [https://decentralization.ua/uploads/library/file/900/BigCityLab\\_Centers\\_Of\\_Sustainability\\_\\_1\\_.pdf](https://decentralization.ua/uploads/library/file/900/BigCityLab_Centers_Of_Sustainability__1_.pdf)

**Людмила Миколаївна Андреева,**  
*магістрантка кафедри публічного управління та адміністрування  
Полтавського державного аграрного університету,*

## **СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ВЛАДИ**

Імідж органів публічної влади слід вивчати як інформаційно-комунікаційний феномен, який виступає важливим засобом реалізації національних інтересів. Його важливою ознакою є можливість отримати

інформацію про об'єкт управління, професійні та особистісні якості службовців його апарату. У цьому контексті імідж органів публічної влади є джерелом інформації для громадян про систему публічного управління, правоохоронні механізми та операційну діяльність органів публічної влади [1]. Усвідомлення іміджу як інформаційно-комунікативного феномену призвело до появи певної образної реальності.

Визначення іміджу як каналу комунікації містить у собі всі інші параметри: імідж – це складна форма комунікації, яка створює у людини максимально повний найбільш повний образ об'єкта, допомагає досягати стратегічних цілей комунікації. Владні структури мають зорієнтувати свою комунікативна діяльність на створення інформаційного простору, який сприятиме розбудові їх позитивного іміджу та водночас виправдовуватиме очікування людей. До таких заходів належать: пряме та зворотне спілкування з громадськістю з метою поширення інформації про реалізацію державних та місцевих програм, а також вивчення реакції населення на дії владних інституцій [2].

Основні комунікативні функції іміджу органів публічної влади окреслимо як: сприяти сприйняттю аудиторією інформації про владні структури; максимально допомогти зрозуміти громадськості особистість державного службовця; забезпечити базис позитивного ставлення як до окремого працівника так і системи публічного управління в цілому [2, 3]. До основних функцій комунікаційних служб В. П. Булаєв додає виготовлення та розповсюдження інформаційно-рекламної продукції [4].

Розвиток позитивного іміджу від влади вимагає задіяння технологій, реалізація яких є складним і тривалим процесом, який, у свою чергу, потребує чималих зусиль, особливо якщо розглядати загальний напрямок розвитку сучасної політики з ускладненням парадигми формування образу (візуалізації образу).

В умовах сучасної політичної інтернет-комунікації формування позитивного іміджу слід оцінювати, насамперед, як досягнення присутності публічної влади в інтернет-просторі. Такої доступності можна досягти

ефективним використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) [7].

Окреслені Г. В. Кириченко [1] напрями формування позитивного іміджу владних інституцій прямо пов'язані з використанням ІКТ: формування спільної стратегії використання ІКТ у робочих процесах органів влади; удосконалення роботи органів управління шляхом застосування ефективних ІКТ; формування ефективного механізму фінансового планування застосування ІКТ; запровадження єдиної системи координації діяльності владних інституцій відповідальних за децентралізацію в країні та формування системи «електронного уряду»; задоволення інформаційних потреб громадян шляхом об'єднання в єдину інфраструктуру державних, регіональних та місцевих інформаційних ресурсів.

Сьогодні в Україні інформаційно-комунікаційна діяльність, пов'язана із взаємодією з громадськістю державних органів та органів місцевого самоврядування, здійснюється у спеціально створених структурних підрозділах з різними назвами: прес-служба, управління, відділ зв'язків з громадськістю та ін. Їх головна мета – налагодження стосунків із громадськістю, а головне завдання – створення позитивного іміджу влади та її посадових осіб.

Інформаційні підрозділи для поширення інформації про результати роботи владних інституцій використовують різні форми організаційної комунікації, в тому числі: видання та поширення інформаційних бюлетенів, прес-релізів, оглядів, фото- та відеоматеріалів, наборів даних, експрес-інформації; організація брифінгів, політичних діалогів, теледебатів, прес-конференцій, «круглих столів», прес-клубів та інтерв'ю з керівниками органів публічної влади та працівниками ЗМІ; підготовка та проведення телерадіопрограм; підготовка публікацій (виступів) у засобах масової інформації для керівників владних інституцій або інших посадових осіб; формування інформаційного архіву про діяльність держави; створення сайтів в мережі Інтернет владних інституцій та висвітлення їх діяльності тощо [5, с. 1-6].

Процеси використання нових можливостей інформаційних технологій для

формування позитивного іміджу владних інституцій реалізуються шляхом таких основних напрямів підтримки: вдосконалення контенту сайтів, розбудова нормативно-правової бази, поступ ІС, формування єдиної системи управління кадровим складом, розбудова організаційно-технічної інфраструктури, забезпечення якості процедур державних торгів та закупівель, розбудова сфер електронного обслуговування, оптимізація операційної діяльності владних інститутів, якісне інформаційно-аналітичне забезпечення, електронний документообіг, захист мережі Інтернет [1].

Н. В. Шотурма [6], М. Ю. Лінчевська [7] переконані, що саме механізми та процедури зворотного зв'язку з громадськістю відіграють основну роль у формуванні позитивного іміджу владних інституцій, а не різні форми інформування та односторонньої комунікації. Тому основним завданням комунікаційних підрозділів є формування доброзичливого ставлення населення до державних, соціально-політичних, економічних та інших інститутів суспільства (інформаційна та представницька функції), а також реалізація функцій, пов'язаних з обробкою інформації та зверненнями громадян, моніторинг громадських настроїв [6].

Положення, які потрібно реалізувати для створення ефективних взаємовідносин між органами місцевого самоврядування, їх службовцями та громадою: по-перше, це наближеність представників органів місцевого самоврядування до територіальної громади як географічна, так і на рівні прийняття та реалізації місцевих рішень; по-друге, відображення такої взаємозалежності членів територіальних громад та органів місцевого самоврядування в правовій та політичній практиці українського суспільства; по-третє, забезпечення належної якості послуг та їх відповідність суспільно вагомим ідеям розвитку громади [6].

Провідне місце серед інструментів, що формують імідж органів державного управління в умовах глобалізації та поширення інформаційно-комунікаційних технологій, безсумнівно, посідає Інтернет. Відзначимо важливу функцію у формуванні позитивного іміджу владних структур їх вебсайту. За його

допомогою можна сформувати позитивне ставлення до владних структур, шляхом забезпечення достовірною інформацією спростувати брехню, надати ефективний зворотній зв'язок тощо [8].

Разом з тим, вебсайти не завжди забезпечують проактивний рівень участі громадськості. Високу інклюзивність населення за рівнем громадянської активності забезпечують соціальні мережі. Тому доцільно розглядати і їх можливості в контексті формування іміджу органів публічного управління. Їх варто використовувати для формування іміджу органів державного управління саме тому, що з кожним роком соціальні мережі набувають все більшої популярності серед користувачів усіх вікових груп. На думку Н. Хітрень, репрезентація діяльності держави в Інтернеті через соціальні мережі є одним із можливих варіантів її реалізації та донесення до суспільства особливостей державного управління [9].

Виділимо такі основні переваги соціальних мереж: можливість охоплення як цільової аудиторії, так і нових користувачів, а також вивчення аудиторії за різними показниками; можливість в режимі реального часу контролювати зміст і час розміщення інформації на сторінці; додатковий простір для інформації та пояснень; можливість синхронізації офіційного сайту зі сторінкою в соціальній мережі; можливість отримання зворотного зв'язку, підвищення якості та забезпечення оперативного розгляду звернень громадян тощо.

Соціальні мережі, на думку як науковців, так і практиків, мають більш потужний іміджевий потенціал, ніж вебсайти, зокрема, за якістю відгуків. Сьогодні у соціальних мережах має бути представлена не тільки діяльність окремих державних органів, а й їх посадових осіб.

Використання владою соціальних мереж як активного інформаційного каналу підвищує рівень довіри громадян, а отже присутність органів публічної влади в соціальних мережах позитивно впливає на їх імідж. Соціальні мережі через можливість творчого та інноваційного спілкування з громадянами дозволяють отримувати вигоду від їх використання всім установам, закладам публічної сфери. Завдяки їм можна швидко та якісно донести будь-яке

повідомлення чи новину [10].

Можемо констатувати, що динаміка використання соціальних мереж владними структурами є позитивною. Проте, присутність органів публічного управління в соціальних мережах має вийти за межі наявності сторінок в Facebook, Instagram чи Twitter. Користування цими соціальними мережами має бути активним, акаунти – наповненими цікавим, пізнавальним і актуальним контентом. В цьому має бути інноваційність забезпечення відкритості та прозорості діяльності владних інституцій [8]. Слід зазначити актуальність доступності сайтів, які стосуються діяльності українських органів влади, іноземними мовами і навіть можливість їх перекладу для людей з вадами зору. Це аспекти, які демонструють важливість позитивного іміджу для нашої країни.

### Список використаних джерел

1. Кириченко Г. В. Природа інформаційно-комунікаційних механізмів формування іміджу органів державної влади. *Публічне урядування*. 2019. № 5 (20). С. 97-108. URL: [https://doi.org/10.32689/2617-2224-2019-5\(20\)-97-108](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2019-5(20)-97-108)
2. Краснопольська Т. М. Сучасні державні стратегії формування іміджу України у контексті курсу на європейську інтеграцію. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 63. С. 139-152. URL: <http://journals.maup.com.ua/index.php/public-management/article/view/270/369>
3. Глущенко К. С. Сучасні механізми формування іміджу центральних органів виконавчої влади: теоретико-методологічний аналіз. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. №14. С. 70-74. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/14\\_2016/16.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/14_2016/16.pdf)
4. Булаєв В. П. Аспекти координації діяльності й інформаційного забезпечення інформаційно-комунікативних служб системи МВС України. *Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ*. 2020. № 2 (115). С. 120-127.
5. Дубицький В. В. Формування позитивного іміджу інституту державної служби. *Університетські наукові записки*. 2014. № 2 (50). С. 379-387. URL:

<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/429198.pdf>

6. Шотурма Н. В. Особливості забезпечення комунікативної політики органів місцевого самоврядування. *Регіональні студії*. 2021. № 26. С. 29-33. URL: <http://regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/26/8.pdf>

7. Лінчевська М. Ю., Зубчик О. А. Імідж службовця органу місцевого самоврядування як об'єкт наукового дослідження. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. № 5(19). С. 237-246. <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/4613/4637>

8. Герасимюк Л. С., Тарасюк Л. М. Інформаційно-комунікаційні технології як чинник трансформації процесу формування іміджу органів публічного управління. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. Т. 33 (72). 2022. № 3. С. 42-45.

9. Хітрень Н. Формування іміджу держав за допомогою соціальних мереж. *Гуманітарні та соціальні науки : матеріали III Міжнародної конференції молодих вчених HSS-2011*, 24–26 листопада 2011 року, Львів, Національний університет «Львівська політехніка». Львів : Видавництво Львівської політехніки. 2011. С. 222–223.

10. Khasawneh R. T. E-Government and social media sites: the role and impact. *World Journal of Computer Application and Technology*. 2013. № 1(1). P. 10–17.

**Марина Олександрівна Григорович,**  
*магістрантка кафедри публічного управління та адміністрування  
Полтавського державного аграрного університету*

## **РОЗВИТОК СИСТЕМИ НАДАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПОСЛУГ НА РІВНІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ**

Розвиток територіальних громад розглядається як процес задоволення основних потреб мешканців. Підвищення якості життя в місцевій громаді є