

3. Харченко В.В., Харченко Г.А. Інвестиційне забезпечення формування ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств: монографія. Київ: Друк «ЦП «КОМПРИНТ», 2015. 264 с.

4. Швиденко М.З, Харченко В.В., Харченко Г.А. Напрями розвитку сільськогосподарських підприємств різних організаційно-правових форм господарювання. International Scientific Journal “Internauka”. Series: “Economic Sciences” 2021. URL: <https://www.internauka.com/uploads/public/1625046138430.pdf>

5. Харченко В.В. Харченко Г.А. Оптимізація використання виробничих ресурсів аграрного підприємництва. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 10 (172). С. 458-464

## ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

*Бабенко Т. В., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти,  
Полтавський державний аграрний університет, Полтава  
Науковий керівник: Сердюк О. І., к. е. н., доцент,  
професор кафедри публічного управління та адміністрування  
Полтавський державний аграрний університет, Полтава*

Імідж органу влади в істотній мірі зумовлює успішність його політичних, ідеологічних і соціальних позицій і може розглядатися як управлінський ресурс. Втім, на сьогодні далеко не всі вітчизняні лідери політичних інституцій та керівники органів державного управління та місцевого самоврядування усвідомили значення іміджу в справі презентації організацій контрагентам і громадськості, що актуалізує пошук технологій формування позитивного іміджу органу публічної влади.

Творення іміджу органу публічної влади є питанням стратегічного планування його діяльності. Формування позитивного іміджу Коломацької сільської ради та виконавчого комітету теж має відбуватися на засадах довгострокової, обґрунтованої стратегії, адекватної вимогам часу. На підставі проведеного аналізу наукової літератури з проблематики [1-3] можна визначити сім основних напрямів формування позитивного іміджу Коломацької сільської ради та виконавчого комітету: формування Концепції іміджу Коломацької сільської ради та виконавчого комітету, усунення фрагментарності

інформаційної політики Коломацької сільської ради та виконавчого комітету, підготовка комплексної програми Коломацької сільської ради та виконавчого комітету щодо формування конструктивних зв'язків з громадськістю та врахування думки мешканців громади під час прийняття та реалізації важливих управлінських рішень, удосконалення співпраці владних структур з засобами масової комунікації, збільшення довіри населення до Коломацької сільської ради та виконавчого комітету, подолання негативних проявів в місцевому самоврядуванні (таких як непрофесійність, непрозорість прийняття управлінських рішень, корупція, протекціонізм), прийняття Етичного кодексу депутата та посадової особи місцевого самоврядування.

Концепція формування іміджу Коломацької сільської ради та виконавчого комітету має враховувати, що механізми співпраці членів громади і органу місцевого самоврядування поділяються на нормативно-правовий, соціальний, економічний, організаційний та інформативний [4], а отже мають визначати:

- методичне забезпечення роботи з проєктування, формування та підтримання позитивного іміджу сільської ради та виконавчого комітету (аналіз фактори та чинники, що впливають на формування іміджу; визначити напрями та методи формування іміджу та ін.);

- організаційне забезпечення формування іміджу сільської ради та виконавчого комітету (удосконалення підрозділів, які здійснюють роботу з засобами масової комунікації; проведення постійних брифінгів, інтернет-спілкування щодо діяльності сільської ради та виконавчого комітету та ін.);

- удосконалення комунікативної діяльності щодо формування іміджу сільської ради та виконавчого комітету (реалізація принципів відкритості та прозорості діяльності сільської ради та виконавчого комітету, забезпечення дієвої співпраці цих органів з громадськістю;

- корегування діяльності з урахуванням громадської думки тощо).

Удосконалення системи зв'язків з громадськістю Коломацької сільської ради має бути спрямовано на забезпечення поінформованості громадськості про діяльність органу влади. Кадровий потенціал відділу зв'язків з громадськістю

повинен відповідати функціоналу діючої організаційно-штатної структури органу місцевого самоврядування. Отримуючи посадові обов'язки працівники відділу зобов'язані усвідомлювати власну відповідальність за забезпечення повноцінної інформаційної діяльності сільської ради, своєчасного залучення громадян до участі та створення умов консультативного партнерства громадськості з органом місцевого самоврядування.

Діяльність відділу зв'язків з громадськістю має спрямовуватися на забезпечення комплексної координації комунікації з громадськістю задля представлення останній дій влади, на підвищення комунікативної та суспільно-корисної активності мешканців, посилення їх участі в прийнятті рішень з питань місцевого розвитку та забезпечення ефективної реалізації функцій органів місцевого самоврядування, зокрема з залученням електронних сервісів. На початковому етапі до пакету е-сервісів офіційного веб-сайту територіальної громади мають увійти електронне звернення, електронні петиції, електронні консультації, анкетування та опитування, кабінет посадової особи. Пізніше, за умов зростання цифрової грамотності посадових осіб місцевого самоврядування та членів громади варто додати он-лайн трансляцію сесій та виконкомів, Портал адміністративних послуг, «Відкритий бюджет», Портал «Відкритих даних», «Єдину систему електронних публічних закупівель» (ProZorro), систему електронних петицій, «Єдиний веб-портал використання публічних коштів», «Контроль витрат державних установ» (РАУWATCH) тощо.

Більш оперативно наповнюється інформація у соціальних мережах – Фейсбук та Телеграм каналу, щоправда, ці канали комунікації залишаються бути «соціальними» і у розумінні багатьох громадян ще не є офіційними носіями інформації. Враховуючи низьку чисельність підписників (1,3 тис.) на сторінці у Фейсбук «Коломацька ТГ. Коломацький старостат» (<https://www.facebook.com/kolomatskatg>) фахівцям відділу зв'язків з громадськістю варто приділити додаткову увагу для активування сторінок соціальних мереж та долучення більшої чисельності підписників.

Використання сучасних технологій, удосконалення механізмів

впровадження та реалізації інформаційної взаємодії, побудова відкритих, чесних відносин між представниками органів місцевого самоврядування та громадськості дасть можливість досягти вищої ефективності діяльності органу влади та формувати його імідж як сучасний та позитивний.

#### **Список використаних джерел**

1. Андрійчук, М. Т., Андрійчук Т. С. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади: навчальний посібник. К : 2018. с. 11.
2. Глущенко К. С. Проблеми формування іміджу центральних органів виконавчої влади: системний аналіз. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2016. № 3. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=957> (дата звернення: 20.08.2022).
3. Глущенко К. С. Сучасні механізми формування іміджу центральних органів виконавчої влади: теоретико-методологічний аналіз. *Державне управління*. 2016. № 14. С. 70-74.
4. Чечель О. Імідж органу влади: проблеми формування. *Вісник НАДУ*. 2016. № 5. С. 78-85.

## УПРАВЛІННЯ СТАРТАП ПРОЕКТАМИ

*Круглов В.А.* здобувач вищої освіти ОС «Магістр»  
спеціальності «Менеджмент»,

*Національний університет біоресурсів і природокористування України,  
м. Київ*

*Науковий керівник: Резнік Н. П., доктор економічних наук, професор, академік  
Академії економічних наук України,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України,  
м. Київ*

Стартап докорінно відрізняється від вже існуючих підприємств, а саме такими якостями, як фінансова нестабільність, висока ризикованість, курс на новий продукт, нестандартна бізнес-ідея, молодий вік стартаперів, праця за ідею, а не заради прибутку. Тобто стартап – це новизна у всьому, ще й з натхненням[1].

Для відображення більш детальної характеристики та відображення суті поняття стартапу можна навести приклад відомої світової компанії «Uber Technologies Inc.» (Убер), це американська міжнародна приватна компанія з Сан-Франциско, яка створила однойменний мобільний додаток для пошуку, виклику