

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та
інформаційних технологій
Кафедра публічного управління та адміністрування

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти
Магістр

на тему: **«Удосконалення механізму комунікації місцевої влади з громадянськістю»**

Виконав: здобувач вищої освіти
за освітньою програмою Зв'язки з громадянськістю
спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування
ступеня вищої освіти магістр групи 1
Кулаков Дмитро Павлович
Керівник: Щетініна Тетяна Олексіївна
Рецензент: Попова Юлія Михайлівна

Полтава – 2024 року

ВСТУП

Актуальність. Дослідження комунікації органів місцевого самоврядування з громадськістю не втрачає своєї актуальності у зв'язку з подальшим розвитком територіальних громад в умовах децентралізації. На місцевому рівні все гостріше постають питання налагодження взаєморозуміння та співпраці влади та громадянського суспільства, бізнесу і, що не менш важливо, доведення до відома громади того позитивного ефекту, який дає така взаємодія.

Комунікація є важливим процесом порозуміння у сучасному світі, вона супроводжується у першу чергу наданням повної та об'єктивної інформації. Комунікативна взаємодія влади і громадян, яка весь час зростає та зміцнюється, має базуватися на рівних партнерських відносинах у формі діалогу, це сприятиме стабільності в державі, особливо в сучасних умовах воєнного стану.

Перед органами місцевого самоврядування гостро стоїть завдання сприяти розвитку підприємництва в громадах, особливо популяризувати це серед місцевої молоді. Реалізація відповідних завдань можлива за умови тісної співпраці з бізнесом, який готовий до соціально відповідальної діяльності, відкритий до комунікативного партнерства з владою та громадськістю.

У площині дослідження комунікації місцевої влади з громадськістю важливими є праці науковців В.М. Алексєєва, О. О. Бабінова, В.В. Баштанник, Н. М. Драгомирецького, В. М. Дрешпака, О. В. Кулініч, В.О. Купрій, Н.А. Липовської, В.Я. Місюри, О.М. Руденко, С.М. Серьогіна. У працях Ю. Воробйова, Ю. Резнік, В. Рябчикова, М. Черниша, С. Чукут розглянуто комунікативні зв'язки органів державної влади з громадськістю, але висловлені ними думки є цілком актуальними і для розуміння природи та сутності комунікації органів місцевого самоврядування з громадськістю.

Зв'язок роботи з науковими темами. Кваліфікаційна робота виконана

відповідно до плану науково-дослідних робіт ПДАУ за темою: «Формування ефективної системи публічного управління в Україні» (номер державної реєстрації 01170003104).

Мета дослідження: системне вивчення теоретичних засад сутності комунікації органів місцевого самоврядування з громадськістю, аналіз практики відповідної взаємодії у контексті зв'язків з громадськістю та обґрунтування перспектив удосконалення комунікації на засадах комунікативного партнерства.

Завдання дослідження. Відповідно до мети дослідження були поставлені такі завдання:

- визначити поняття «комунікація», сутність комунікаційних процесів, які притаманні органам публічного управління у побудові діалогу з громадянським суспільством;
- окреслити засади правового регулювання комунікації публічної влади з громадськістю;
- охарактеризувати сучасний стан комунікації органів місцевого самоврядування з громадськістю на прикладі взаємодії із бізнесом;
- з'ясувати і розкрити сутність принципів та інструментів комунікації органів місцевого самоврядування з громадськістю, розглядаючи взаємодію місцевої влади з підприємцями;
- визначити комунікативне партнерство як один із пріоритетних механізмів налагодження комунікації органів місцевого самоврядування та підприємців;
- обґрунтувати релокацію підприємств в сучасних умовах воєнного стану, як один із напрямів для практичного спрямування комунікації місцевої влади з підприємцями.

Об'єктом дослідження обрано сукупність теоретичних та практичних аспектів формування комунікації органів місцевого самоврядування та бізнесу.

Предмет дослідження: комунікація органів місцевого самоврядування

та бізнесу через комунікаційні механізми.

Методи дослідження. Методологічною і теоретичною основою наукового дослідження є фундаментальні положення теорії публічного управління щодо комунікації, її ролі та значення в сучасному світі, налагодження комунікації з громадянським суспільством, зокрема, із організаціями підприємців, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з даної проблематики. Методичне забезпечення дослідження ґрунтується на поєднанні таких методів, як описовий (опис існуючої системи комунікативного партнерства, опис процесу релокації підприємств), абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення та формулювання висновків), метод аналізу (проаналізовано ряд проєктів, які були реалізовані завдяки налагодженню комунікації місцевої влади з громадськістю та місцевими підприємцями) та інші методи дослідження.

Інформаційна база: наукові праці вчених за темою дослідження, довідково-нормативні матеріали, інформація із мережі Internet, інформація з офіційних сайтів органів державної влади та місцевого самоврядування, особисті спостереження автора.

Елементи наукової новизни. Окремі положення і висновки кваліфікаційної роботи мають наукову і практичну цінність.

До елементів наукової новизни можна віднести:

набуло подальшого розвитку:

- напрями опанування ефективних практик місцевого самоврядування, бізнесу та молоді для розвитку громади, популяризації конкурсів проєктів щодо розвитку підприємництва на рівні територіальних громад;
- розкриття ролі комунікації як процесу спільної діяльності органів місцевого самоврядування та бізнесу у контексті комунікативного партнерства та у сприянні релокації підприємств до безпечних регіонів України.

Практичне значення одержаних результатів. Опрацьовані у кваліфікаційній роботі теоретичні положення, висновки і пропозиції можуть

бути використані у практиці комунікативного партнерства органів місцевого самоврядування, підприємців та громадських організацій.

Публікації. За результатами проведеного дослідження за темою кваліфікаційної роботи опубліковано тези:

«Комунікація місцевої влади з громадськістю як шлях підвищення рівня публічної безпеки» (у співавторстві), які опубліковано у збірнику матеріалів XVI Міжнародної науково-практичної конференції «New ways of improving outdated methods and technologies / Нові шляхи покращення застарілих методів і технологій» (грудень 2024 р., м. Копенгаген, Данія);

«Роль комунікації у розвитку місцевого самоврядування», які включені до збірника матеріалів наукових досліджень молодих учених кафедри публічного управління та адміністрування «Територія науки», 2024 р., м. Полтава;

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Робота викладена на 59 сторінках, складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел, який включає 58 найменувань, 6 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ КОМУНІКАЦІЙ В СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

1.1. Поняття комунікації в публічному управлінні

Комунікація – це взаємодія між суб'єктами шляхом обміну певними повідомленнями.

Питання комунікації є предметом аналізу науковців різних сфер та галузей знань. Так, на початку XX століття американський соціолог Чарльз Кулі у своїх працях наголошував на тому, що під комунікацією доречно розуміти механізм, за допомогою якого стає можливим існування й розвиток людських відносин – усі символи розуму разом зі способами їх передачі в просторі й збереження в часі [1].

В Україні відбулися за роки незалежності суттєві трансформації, які позначилися на соціальній структурі, призвели до появи нових соціальних груп, абсолютно нових соціальних явищ, характеризуються в цілому високим темпом впливу на всі соціальні групи з боку засобів масової інформації, що стало можливим завдяки впровадженню революційних інформаційно-комунікаційних технологій. Сьогодні світова цивілізація розвивається в межах інформаційного суспільства. А це, у свою чергу, впливає на всі сфери життя людей: від освіти, медицини, відпочинку до організації виборчих процесів, проведення соціологічних опитувань. Зрозуміло, що сфера публічного управління не просто не може залишатися осторонь таких процесів, вона, навпаки, знаходиться на вістрі комунікаційних викликів, адже має реалізовувати взаємодію з громадянами.

Публічне управління, як в особі окремих посадових осіб, так і в масштабах діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, спрямоване на досягнення такого визначального показника

соціальної ефективності як задоволеність населення результатами діяльності влади, і, як варіант негативного сценарію, – рівень соціальної напруженості в суспільстві, що міг бути досягнутий або спровокований неналежним рівнем комунікації публічної влади з громадськістю. Відповідних прикладів можна навести чимало, як в історичній минувшині, так і в наш час. Доречно згадати виступ на гданській корабельні у 1980 році профспілкового руху «Солідарність» на чолі з Лехом Валенсою, що закінчилося поваленням комуністичного режиму у Польщі. Польська комуністична влада виявилася абсолютно не готовою до комунікації з працівниками, запровадивши натомість арешти, введення воєнного стану, оголошення цілої профспілкової організації поза законом, а громадяни побачили в цьому неспроможність влади в цілому до діалогу із суспільством [2]. В решті-решт це стало поштовхом до повалення комуністичних режимів в багатьох країнах Східної Європи, до періоду так званих «оксамитових революцій», які позначилися не спроможністю діючої влади до комунікації з населенням.

Для досягнення максимальної відкритості та прозорості у діалозі із суспільством, окремими його соціальними та віковими групами, влада покладатися у першу чергу на засоби масової інформації, які аналізують інформацію, що надається суспільству, виокремлюють найсуттєвіше, та оприлюднюють в електронній або друкованій формі. Сучасні інформаційно-комунікативні технології дозволяють розповсюджувати інформацію, як з офіційних джерел, так і аналітичні роздуми окремих фахівців або відомих блогерів, завдяки соціальним мережам, каналам у месенджерах, наприклад, Телеграм-каналам, через Фейсбук тощо. В цілому сучасне інформаційне суспільство послуговується новим типом комунікації, що забезпечує не лише вільний обмін інформацією між громадянами та органами публічної влади, але й надає можливість громадянам в державі та мешканцям окремих територіальних громад брати активну участь в обговоренні та формуванні державної політики чи прийнятті рішень місцевого значення.

Взаємодія шляхом комунікації з публічною владою громадян та

окремих організацій забезпечується, у тому числі, завдяки діяльності служб, спеціальних програм, які дозволяють запитувати та отримувати з Інтернету необхідну інформацію, надсилають за запитами державних установ, у межах визначених чинним законодавством, інформацію для моніторингу стану запитів, аналізу звернень громадян тощо [3].

Проривний характер розвитку інформаційно-комунікаційних технологій суттєво позначився на організації діяльності органів публічної влади на всіх рівнях, що дозволило запровадити в державі систему електронного урядування. Практика її впровадження у розвинених країнах показує, що такі електронні взаємини громадян з органами влади можуть коштувати майже удвічі дешевше, аніж те, що пропонується за допомогою реального офісу. До переваг електронного урядування науковці відносять наступні [4]:

- оптимізація часових і трудових витрат від перекладу державних послуг в електронну форму;
- надання доступності і підвищення якості послуг завдяки впровадженню інформаційних технологій;
- підвищення прозорості механізмів державного управління, розширення доступу до державних інформаційних ресурсів;
- підвищення рівня демократії і зміцнення громадянського суспільства.

Критерії побудови електронного урядування мають відповідати управлінським пріоритетам ХХІ століття, яким на думку науковців, притаманні: легітимність; прозорість; відповідальність і чесність [5].

Всі вказані пріоритети тісно пов'язані з комунікацією. Прозорість у процесу прийняття рішень на основі публічного спостереження і покращання рівня контролю громадян щодо звітів управлінських (владних) інститутів досягається завдяки саме належним каналам комунікації з громадськістю. Чесність є передумовою для вироблення ефективної влади, яка заслуговує на довіру. Ефективні владні інститути відповідають перед своїми громадянами, що передбачає звітність і зворотні механізми, які досягаються завдяки

постійній комунікації публічної влади з громадськістю.

На нових принципах рівноправного, взаємовигідного діалогу між органами державної влади та органами місцевого самоврядування й суспільством будують комунікацію на сучасні, впроваджуючи високі комунікативні стандарти при обміні інформацією, наданні відповідей з боку владних інститутів.

Процес комунікації у сфері публічного управління містить такі ж компоненти, як і в будь-якій іншій сфері. До них відносять:

- суб'єкт-комунікатор (органи публічного управління різних гілок та рівнів управління); саме повідомлення (офіційна та неофіційна інформація, усна чи письмова, вербальна та невербальна);

- об'єкт-реципієнт, або одержувач (суспільство загалом, інститути громадянського суспільства, окремий реципієнт); канали розповсюдження інформації (міжособистісні, групові та масові); канали зворотного зв'язку (звернення громадян, різноманітні форми політичної участі тощо);

- процес кодування-декодування інформації (створення інформаційних повідомлень та їх інтерпретація аудиторією тощо);

- перешкоди (технічні, психологічні, семантичні) [6].

В основі будь-якого управлінського рішення повинна знаходитись чітка та об'єктивна інформація, опрацювання якої дозволить суб'єктам публічного управління діяти в інтересах держави або окремого громадянина. Безперечно, не відкидаємо вплив самого суб'єкта владних повноважень на прийняття рішення. Тут впливатимуть і досвід роботи, рівень фахової підготовки, етично-ціннісні погляди та принципи особи, тощо. Це пояснює надзвичайну важливість статистичної інформації, яку використовують у процесі прийняття управлінських рішень, адже «сухі» цифри носять неупереджений характер, а їх аналіз дозволяє прийняти об'єктивне, виважене рішення. У той же час, викривлення статистичних даних може призвести для тяжких наслідків в соціально-економічній сфері, бо управлінцями були прийняті хибні рішення [7].

Роль комунікації в публічному управлінні це у першу чергу та важлива, знакова, значуща інформація, яку одержує окремий громадянин від органів публічного управління у вигляді відповіді на своє звернення, та інформація, яку одержує суспільство через медійний простір про стан справ в державі та світі. Особливо яскраво важливість такої комунікації мали можливість спостерігати в останні роки, коли світ зіштовхнувся із викликами карантинних обмежень у наслідок пандемії корона-вірусу, а згодом Україна одержала новий виклик – розпочалося повномасштабне вторгнення російських військ у межі нашої держави. Всі ці події супроводжувалися очікуваннями населення на інформацію з боку публічної влади, що давало можливість кожній родині розуміти свої дії, вибудовувати свою власну стратегію виживання.

Такі події та багато інших актуалізували проблему щодо транслявання публічною владою інформації у зрозумілому, легкому для сприйняття громадськістю вигляді. Безперечно, наше суспільство має в цілому досить високий рівень освіти громадян, доступ до мережі Інтернету, що дозволяє знайти відповіді та тлумачення багатьох складних термінів, з'ясувати сутність процесів тощо.

Але влада повинна виходити з того, що не всі мають медичну освіту, щоб зрозуміти негативні наслідки інфекційних захворювань, не всі мають військову освіту, щоб зрозуміти ризики ураження території в наслідок обстрілу, не всі мають економічну освіту, щоб зрозуміти наслідки зміни валютних курсів тощо. Основне завдання публічної влади на всіх рівнях – це не допустити паніки серед населення, колапсу в господарській сфері тощо.

Завдання публічної влади не просто інформувати населення, але робити це у чіткій та зрозумілій формі, що зніматиме напругу у суспільстві за будь-яких обставин. Звідси походить практика підготовки прес-релізів за результатами засідань уряду, виступи «спікерів» від міністерств, відомств, місцевих органів державної виконавчої влади. Перед ними полягає завдання донести до громадськості інформацію, не спотворюючи її за сутністю і

змістом, але формулюючи у зрозумілому для всіх груп населення вигляді.

Принцип прозорості наданої інформації – це невід’ємна умова зміцнення довіри до влади та її авторитету у засобах масової інформації та широкій громадськості. Хоча це не просто і вимагає комплексного методу управління. Зауважимо, що цей принцип важливий для забезпечення дорадчого стилю управління. Особливо це набуває значення у процесі формулювання нормативно-правових актів органів влади. Наприклад, текст положення про заборону продажу тютюнових виробів неповнолітнім або про обмеження часу продажу алкогольних напоїв на період введення воєнного стану має бути чітким та легким для розуміння будь-яким групам населення, у тому числі і неповнолітнім особам [7].

Принцип чіткого розмежування різних видів інформації передбачає, що інформацію, отриману від органів державної влади та органів місцевого самоврядування, слід ідентифікувати за такими категоріями:

- статистичні дані (трудова, фінансова, грошова та ін.);
- послуги громадянам (комунальні послуги, заклади охорони здоров’я, заклади освіти, сфера культури тощо);
- державна політика (податки, міжнародне становище, реформи у різних соціально-економічних сферах тощо та ін.);
- інформація про політичні партії (виборча програма тощо) [8].

Такий підхід до інформації дозволить органам публічної влади виокремити найважливішу за змістом інформацію, надати їй першочергового значення у процесі інформування населення. Такий підхід дозволить позбавити інформацію емоційного забарвлення, підкреслити сутність.

Комунікації у публічній сфері мають надзвичайний вплив на суспільство, враховуючи це дослідники пропонують класифікувати комунікації за такими критеріями, як: зміст і мета, можливі соціальні наслідки, ступінь доступності, кореляція за часом (інформація про минуле, реальний час, прогнози на майбутнє), кількість комунікаторів (односторонній, двосторонній, багатосторонній).

Не менш важливим для розуміння природи комунікації в управлінських рішеннях можна вважати пропагандистський вплив інформації на свідомість громадян [9].

Останнє можемо спостерігати в останні роки особливо яскравими прикладами, як в Україні, так і за її межами. Доречно згадати про події пов'язані із пандемією на коронавірус, коли засоби масової інформації роздмухували справжню істерію щодо ситуації в певних країнах, громадах, а за відсутності об'єктивної інформації влада просто не мала можливості спростувати таку інформацію, довести зворотне. Безперечно у сфері публічного управління було зроблено належні висновки з тих складних і навіть трагічних обставин, але сам факт таких подій змушує задуматися і владі, і громадськості про той вплив, які має на суспільство «інформаційна зброя».

Пропаганда, як відомо, спрямовується на подолання свідомих обмежень об'єкта впливу і часто перетворюється на маніпулятивний процес. Влади різних держав – віддавна й дотепер – послуговуються такими маніпулятивними прийомами, як дезінформація (використання неправдивої інформації, заміна правдивої інформації неправдивою, використання вигаданої інформації), наклеп, технологія «білого шуму» (перенасичення інформаційного поля), спін-докторська технологія (зміна смислових наголосів інформації) тощо [10].

Для подолання можливих негативних наслідків використання жорстких методів інформаційного впливу традиційно застосовують випробувані часом у багатьох країнах світу політичні зв'язки з громадськістю (Public Relations (PR) – з англійської «зв'язки з громадськістю») [11].

Таким чином, сучасні комунікації у сфері публічного управління зазнають не лише позитивного впливу, викликаного розвитком інформаційних технологій, але й знаходяться під загрозою ряду негативних чинників, таких як пропаганда. Але жодні фактори не здатні на сьогодні зупинити розвиток комунікацій публічної влади з широкими колами

громадянського суспільства. Особливо цінною та значимою така комунікація є на місцевому рівні, де в межах територіальної громади формується певне середовище, свій комунікаційний простір, від якого залежатиме і ефективність діяльності місцевої влади і комфортні умови проживання мешканців.

1.2. Нормативно-правове регулювання комунікаційних процесів в сфері публічного управління

В сфері публічного управління комунікація як процес взаємодії сприймається вже протягом значного часу переважно у тісному поєднанні з використанням сучасних інформаційних технологій, що призвело до широкого вжитку самого поняття «інформаційно-комунікаційних технологій».

Впровадження в сферу діяльності публічного управління інформаційно-комунікативних технологій стало можливим завдяки суттєвим технологічним новаціям, які запроваджуються у життя суспільства. Інформаційно-комунікаційні технології викликали справжню революцію у сфері публічного управління, бо це дозволило органам влади активно, оперативно інформувати населення про стан справ, проводити опитування громадян [12].

Цифровізація із широким використанням інформаційно-комунікаційні технології стала на сьогодні складовою позитивного сприйняття публічної влади в Україні. В усьому світі Україну сприймають як державу з високим рівнем використання інформаційно-комунікаційні технології.

Наголосимо, що в цілому інформаційно-комунікативних технологій в публічному управлінні покликані [13]:

- створювати для громадянина та відповідної територіальної громади комфортне середовище для вирішення гострих питань та повсякденного

використання;

- сприяти підвищенню якості надання публічних послуг;
- забезпечувати прозорість та відкритість влади,
- налагоджувати ефективне партнерство з бізнесом,
- підвищувати рівень залучення громадянина до процесів розвитку

громади та формування публічної політики.

Зрозуміло, що така діяльність повинна регулюватися численними нормативно-правовими документами, які встановлюють процедури використання відповідних технологій, обов'язковість ведення офіційних сайтів органами публічної влади, відповідальність за зміст розміщеної інформації тощо.

Правовий фундамент для налагодження в Україні публічною владою комунікацій, інформатизації суспільних процесів заклав Закон «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства на 2007-2015 рр.» [14]. У вказаному законодавчому акті нормотворцями уперше було визначено цілі та завдання, які стоять перед державою та реалізація яких мала сприяти розвитку інформатизації суспільства та органів публічної влади.

Розуміємо, що розвиток інформаційного суспільства в Україні та впровадження новітніх інформаційно-комунікаційні технології в усі сфери суспільного життя і в діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування визначався з самого початку одним з пріоритетних напрямів державної політики. І хоча безпосередньо в законі не йшлося про комунікацію як таку, але наслідки впровадження законодавчих норм мали змінити ставлення суспільства до комунікаційних процесів, стимулювали населення активно включатися у цю роботу.

Нормативно-правове забезпечення інформаційної діяльності в сфері публічного управління визначається також розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні» [15]. Цим документом було введено у правове коло основні поняття щодо інформаційної діяльності, а крім того вказано мету та

цілі, завдання та принципи розвитку інформаційного суспільства, основні етапи та механізм впровадження Стратегії.

Рядом нормативно-правових актів визначено систему електронного урядування як пріоритет розвитку публічного управління в державі, спосіб покращення демократичного врядування, ключовим засобом доступу громадськості до діяльності публічного органу влади.

У випадках, коли йдеться про доступ громадськості до діяльності публічного органу влади, то відразу на перший план виходить взаємодія та комунікація, наприклад, громадських організацій з певними посадовцями з актуальних питань життя територіальної громади.

Запровадження електронного урядування з цієї ж системи взаємодії. Адже, з одного боку, прискорення документообігу в організаціях публічної сфери покликане сприяти ефективності їх роботи, але з іншого боку, показником такої ефективності є посилення комунікації органів публічної влади та їх посадових осіб з окремими громадянами, громадськими організаціями.

Таким чином, електронне урядування у кінцевому своєму результаті буде вирішувати не лише нагальні питання організації діяльності публічної сфери, але й сприятиме комунікації між владою та громадянським суспільством. Технічна сторона питання впровадження електронного урядування вирішується завдяки впровадженню та використанню в органах публічної сфери інформаційно-комунікаційних технологій.

Повертаючись до питання про правові засади використання інформаційно-комунікаційних технологій на всіх рівнях влади, наголосимо, що серед базових нормативно-правових актів виступають Укази Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна 2020» [16] та «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» [17].

Цей комплекс нормативно-правових актів забезпечував суттєву модернізацію діяльності сфери публічного управління, виводив її на якісно новий рівень. Нагадаємо, що у першу чергу це стосувалося комплексного

забезпечення електронного документообігу органів влади, поступово розширюючись на взаємодію з громадськістю шляхом запровадження е-демократії, е-послуг, е-медицини, е-комерції, е-культури, е-освіти [18].

До речі, вперше визначення цих термінів та традицію їх написання також було зазначено у Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні. Використання цих електронних інструментів публічної влади сьогодні вже є частиною буденного та звичного підходу до організації комунікації органу влади з громадськістю. Можемо навести чимало прикладів, коли громадяни використовують елементи е-урядування, зокрема, е-медицина – це електронний запис до лікаря, одержання електронного лікарняного, одержання результатів медичного дослідження на свою електронну пошту тощо. Цілий ряд е-послуг громадянин отримує через систему електронних звернень до різноманітних державних реєстрів, залишаючись у межах своєї територіальної громади, завдяки роботі центрів надання адміністративних послуг [19]. Це також виступає елементом комунікації в її сучасному технічному втіленні.

Комплексно регламентували запровадження стандартів у галузі інформаційно-комунікаційної діяльності органів публічного управління Закон України «Про інформацію» [20] та Закон України «Про доступ до публічної інформації» [21]. Це дозволило актуалізувати елементи електронної демократії та всіх її інструментів, як складових комунікаційного процесу в органах державної влади та органах місцевого самоврядування.

Основними напрямками державної інформаційної політики згідно норм Закону України «Про інформацію» є [20]:

- забезпечення доступу кожного до інформації;
- забезпечення рівних можливостей щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони, захисту інформації;
- створення умов для формування в країні інформаційного суспільства;

- забезпечення відкритості та прозорості діяльності суб'єктів владних повноважень;
- створення інформаційних систем і мереж інформації, розвиток електронного урядування;
- постійне оновлення, збагачення та зберігання національних інформаційних ресурсів;
- забезпечення інформаційної безпеки України;
- сприяння міжнародній співпраці в інформаційній сфері та входженню України до світового інформаційного простору.

Законом встановлено, що порушення законодавства України про інформацію тягне за собою настання всіх видів відповідальності, залежно від об'єкту, на яке спрямовано правопорушення, та ступеню тяжкості вчиненого і це може бути відповідальність:

- дисциплінарна;
- цивільно-правова;
- адміністративна;
- кримінальна [22].

Крім того, норми чинного законодавства визначають, що інформація не може бути використана для закликів до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, пропаганди війни, насильства, жорстокості, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, посягання на права і свободи людини.

Законом України «Про доступ до публічної інформації» були встановлені гарантії, а також певні принципи забезпечення права на доступ до публічної інформації та шляхи і способи забезпечення доступу до такої інформації для широкого кола громадян і утворюваних ними організацій.

Такий підхід обумовлював та захищав інтереси громадян у комунікації з органами публічного управління. Комунікація населення, особливо на рівні територіальних громад відтепер була захищена та позбавлена негативних впливів з боку керівників органів публічної сфери, які залишались носіями

застарілих антидемократичних підходів у взаємодії з населенням.

Крім того, у Законі України «Про доступ до публічної інформації» було визначено сутність публічної інформації з обмеженим доступом, яка в свою чергу поділяється на: конфіденційну, службову, таємну інформації, а також публічної інформації у формі відкритих даних.

Конфіденційною є інформація про фізичну особу, а саме: освіта, сімейний стан, релігійність, стан здоров'я, дата і місце народження, майновий стан та інші персональні дані. Також конфіденційною є інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень [23].

Розпорядники конфіденційної інформації, можуть поширювати її лише за згодою осіб, які обмежили доступ до інформації, а за відсутності такої згоди – лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини.

Відповідно до ст. 182 Кримінального Кодексу України незаконне збирання, зберігання, використання або поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди або поширення цієї інформації у публічному виступі, творі, що публічно демонструється, чи в засобах масової інформації, – караються штрафом до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправними роботами на строк до двох років, або арештом на строк до шести місяців, або обмеженням волі на строк до трьох років [24].

Таємною визнається інформація, яка містить державну, професійну, банківську таємницю, таємницю досудового розслідування та іншу передбачену законом таємницю. Розголошення такої інформації може завдати шкоди особі, суспільству і державі.

До службової інформації норми чинного законодавства відносять таку, яка міститься в документах суб'єктів владних повноважень, що становлять:

- внутрішньослужбову кореспонденцію;
- доповідні записки;

– рекомендації, якщо вони пов'язані з розробкою напряму діяльності установи або здійсненням контрольних, наглядових функцій органами державної влади, процесом прийняття рішень і передують публічному обговоренню та/або прийняттю рішень [25].

У відповідності до норм ч. 2 ст. 5 Закону «Про захист персональних даних» не є конфіденційною інформацією персональні дані, що стосуються здійснення особою, яка займає посаду, пов'язану з виконанням функцій держави або органів місцевого самоврядування, посадових або службових повноважень [26].

Для реалізації комунікації з громадськістю в органах публічної сфери надзвичайно важливо розуміти, що в чинному законодавстві визначається як розголошення інформації. Це дії особи, якій інформація стала відома у зв'язку з виконанням своїх службових повноважень та професійних обов'язків, і яка передає її стороннім особам, ознайомлює з нею таких осіб або своєю поведінкою створює умови, які надають можливість стороннім особам ознайомитися з відомостями.

Способи розголошення інформації, якими може бути використано порушником також чітко визначені у законодавстві, такі дії можуть вчиняти:

- усно;
- письмово;
- із застосуванням засобів зв'язку;
- повідомлення у ЗМІ;
- наукових статтях;
- шляхом умисного створення умов для ознайомлення з відповідними документами або предметами тощо.

У цілому необхідно розуміти, що використання інформації, у тому числі в сфері публічного управління, – це її застосування у господарській чи іншій діяльності для отримання вигоди чи переваги, у т. ч. шляхом розповсюдження, збуту, а також інші дії, які особа вчиняє за допомогою відповідної інформації або користуючись фактом наявності в неї такої

інформації.

Це може бути продаж інформації, обмін на іншу інформацію, висування майнових або інших вимог до власника таємниці за повернення або нерозголошення відповідних відомостей, негативний вплив на ділову чи службову репутацію особи через незаконний спосіб пошуку конкурентних переваг або незаконний спосіб просування службовими сходами.

Державним службовцям та посадовим особам місцевого самоврядування забороняється розголошувати персональні дані фізичних осіб, конфіденційну та іншу інформацію з обмеженим доступом, режим якої встановлено законами «Про державну таємницю», «Про інформацію», «Про захист персональних даних» і «Про доступ до публічної інформації», що стала їм відома у зв'язку з виконанням посадових обов'язків. Це може бути інформація, яку одержав працівник центру надання адміністративних послуг або це може бути інформація, яка стала відома посадовцеві із звернення громадянина, наприклад, про стан здоров'я останнього із звернення до департаменту охорони здоров'я місцевого органу публічної влади [27].

Якщо посадовим особам органів публічного управління стало відомо про загрозу чи факти неправомірного поширення інформації з обмеженим доступом, то вони повинні негайно повідомити про це свого безпосереднього керівника.

Законом визначено коло суб'єктів у сфері доступу до публічної інформації, до яких віднесли:

- фізичних та юридичних осіб, громадські організації, які звертаються із запитом на інформацію;
- самі органи державної влади та органи місцевого самоврядування, особи, які виконують делеговані повноваження суб'єктів владних повноважень, які розпоряджаються інформацією у межах закону);
- структурні підрозділи або відповідальні особи з питань доступу до публічної інформації, які утворюються / набувають повноважень в організаціях розпорядників інформації.

Закон встановив способи забезпечення доступу до публічної інформації, серед яких:

1) систематичне та оперативне оприлюднення публічної інформації в офіційних друкованих виданнях; на офіційних веб-сайтах органів влади; на єдиному державному веб-порталі відкритих даних; на інформаційних стендах; електронних платформах чи порталах;

2) надання публічної інформації за запитами зацікавлених сторін.

Також важливими нормативно-правовими актами у сфері інформаційно-комунікативних технологій є Закони України «Про звернення громадян» [28] та «Про внесення змін до Закону України «Про звернення громадян» щодо електронного звернення та електронної петиції» [29], у яких також було встановлено норми, що суттєво позначились на засадничих принципах забезпечення комунікації органів влади та посадових осіб публічного управління з громадськістю. Зокрема, було визначено наступне:

- вказано основні вимоги до звернення, порядок та форми подання звернень, процедуру розгляду таких звернень;

- встановлено сферу відповідальності посадових осіб за порушення законодавства про звернення громадян;

- визначено основні вимоги до підготовки електронних петицій, порядку їх подання та розгляду;

- визначено вимоги до подання відповіді на електронну петицію та її оприлюднення на офіційному веб-сайті органу публічної влад.

Всі вищевказані законодавчі акти встановлюють базові норми, виходячи з яких повинна реалізовуватися комунікація органів публічного управління всіх рівнів з громадськістю. Наведений перелік це лише частина відповідної нормативно-правової бази комунікації у публічній сфері. Окремо потрібно вказати локальні нормативно-правові акти, серед яких, наприклад, положення про відділи зв'язків з громадськістю, посадові інструкції осіб, до компетенції яких належить реалізація комунікації в окремих закладах, установах, організаціях публічної сфери.

Висновки до розділу 1

У розділі акцентовано увагу на теоретичних складових поняття комунікації та правових засад забезпечення інформаційної політики в Україні та порядку реалізації комунікаційних процесів на місцевому рівні

Публічне управління в цілому та місцеве самоврядування, зокрема, будується на засадах співпраці з громадянським суспільством. В Україні відповідна робота триває вже не один рік, що дозволило запровадити рядом законодавчих актів, спрямованих як на розвиток місцевого самоврядування, так і на його належну комунікацію з інститутами громадянського суспільства.

З'ясовано значення поняття «комунікація» відносно тих завдань, які повинні вирішити органи публічного управління.

Наголошується, що комунікація як процес має певну специфіку у реалізації в публічному управлінні, що детально унормовано в межах чинного законодавства.

Відзначається, що до службової інформації норми чинного законодавства відносять таку, яка міститься в документах суб'єктів владних повноважень, що становлять: внутрішню службову кореспонденцію; доповідні записки; рекомендації.

Акцентовано увагу на тих видах правопорушень, які можуть мати місце у процесі комунікації публічної влади з громадськістю. Зауважується, що інформаційний простір має бути звільнений від маніпуляцій та пропаганди, як проявів необ'єктивної оцінки дійсності. Підкреслюється значення дотримання чинного законодавства щодо інформації, як органами публічного управління в цілому, так і органами місцевого самоврядування, зокрема. Тільки спираючись на належний рівень інформаційної правової поведінки органи публічного управління зможуть побудувати належний рівень комунікації з громадськістю.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ВИДИ КОМУНІКАЦІЇ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

2.1. Роль комунікації органів місцевого самоврядування з підприємцями у розбудові громад

Взаємодія місцевого самоврядування і громадськості є важливим чинником суспільного діалогу, який покликаний гармонізувати відносини у суспільстві та забезпечити сталий розвиток територій. Сьогодні Україна переживає процес трансформації для побудови демократичного управління, забезпечуючи при цьому основу для нової моделі публічного управління, у тому числі і на місцевому рівні, яка відповідатиме високим європейським стандартам. Ефективність та якість управління полягає у забезпеченні відкритості та прозорості систем публічних установ, у належній нормативно-правовій інтеграції комунікативних взаємодій усіх суб'єктів, залучених до процесу.

Метою комунікаційного процесу «є допомога громадянам та іншим заінтересованим сторонам зрозуміти бачення та пріоритети роботи публічного управління, дізнатися більше про публічні послуги, почути пояснення політики, яку реалізують різні публічні органи влади, долучитися до участі та консультацій для створення кращих рішень і запровадження позитивних поведінкових змін» [30].

В умовах сучасних викликів ефективність комунікаційної взаємодії має ґрунтуватися на чіткості та доступності інформаційних матеріалів, здатності користувача та надавача інформації підібрати належні канали та способи її подачі, а також розвивати можливості, особливо це стосується органів місцевого самоврядування, в розширенні комунікаційного простору. Реалізувати це завдання можна за рахунок зростаючого інтересу громадян до

роботи публічної сфери.

При цьому, під час взаємодії, важливо не втратити поставлені цілі та прагнути досягти оптимальних і взаємовигідних результатів для всіх сторін.

Ефективність комунікаційної взаємодії на різних рівнях полягає у наступному [31]:

- комунікації скоординовані та інтегровані всередині та між усіма учасниками комунікаційного процесу, забезпечена своєчасність, точність і чіткість комунікації;
- громадяни поінформовані про державну політику, яку проводить уряд, про права та обов'язки громадян, про доступні державні послуги; участь та консультації між урядом і громадянами відбуваються ритмічно, збираються і беруться в роботу їхні очікування, думки та пропозиції;
- здійснюється управління винятковими чи непередбачуваними ситуаціями, які можуть вплинути на нормальне функціонування установ, безпеку чи здоров'я громадян, довіру чи згуртованість людей;
- комунікації узгоджені зі стратегічними результатами, проводиться вимірювання та оцінка впливу комунікацій та забезпечується співвідношення ціни та якості.

Сам механізм комунікативної взаємодії розглядають як систему, що складається із певних процедур – правових, організаційних, інформаційних та комунікаційних, що взаємопов'язані між собою. Цей механізм забезпечується органом публічної влади у взаємодії з суб'єктами комунікаційного процесу [32]. Механізм комунікації повинен бути зорієнтований на сприяння взаєморозумінню, взаємодії та відкритості в обміні інформації, участі громадськості в процесах управління, що має величезне значення в роботі органів місцевого самоврядування. Посадові особи та керівники територіальних громад через значне наближення до мешканців громади відразу одержать, фактично «відчують на собі», негативне ставлення мешканців у разі надання викривленої інформації, відмові у наданні інформації тощо. Також негативні наслідки може мати

ситуація, коли певну позитивну інформацію про здобутки мешканців громади або місцевих підприємств, установ, організацій не було висвітлено, наприклад, на сайті територіальної громади. У такому випадку обурене обговорення мешканцями ситуації можна почути на вулиці, у магазині, прочитати у місцевих чатах у соціальних мережах. Це теж буде варіант реагування на неналежну комунікацію місцевої влади з громадськістю.

Про нормативно-правове підґрунтя комунікацій в публічному управлінні вже було зазначено у попередньому розділі. Вважаємо за необхідне зупинитися на організаційному механізмі комунікації та зауважимо, що діяльність органів публічного управління, особливо на рівні територіальних громад, спрямована на налагодження комунікації з населенням або з окремими цільовими групами (молодь, підприємці, внутрішньо переміщені особи тощо). Результатом такої комунікації повинна бути організаційна складова: утворено асоціацію підприємців, раду підприємців при органі місцевого самоврядування, прийнято рішення місцевою радою про впровадження певних заходів для учнівської молоді за результатами комунікації з певною групою фахівців (правоохоронці, медики, працівники протипожежної служби тощо).

Однозначним є підхід, коли громадськість у цілому або окремі інститути громадянського суспільства (громадські організації, об'єднання мешканців багатоквартирних будинків, волонтерські організації) очікують певного ефекту від комунікації з місцевою владою. Тож найкращим показником ефективності комунікації та взаємодії будуть організаційні результати – створення громадської організації, започаткування проєкту, організація серії заходів (круглі столи, громадські слухання, серія тренінгів тощо) [33].

Тісно пов'язаним з організаційним є просвітницький механізм, адже в наслідок проведення організаційних заходів для громади або окремої групи зацікавлених осіб настає просвітницький ефект. Мешканці територіальної громади, до прикладу, одержують додаткові знання, є тепер

поінформованими щодо певних сторін життя.

Це може бути опанування платформи для електронних звернень (петицій) громадян, яка лише з'явилась на сайті органу місцевого самоврядування. Завдяки, наприклад, організаційній роботі з головами ОСББ було поінформовано населення про технічний бік роботи платформи, юристи виконавчого комітету місцевої ради провели онлайн зустрічі консультативного характеру та пояснили правову специфіку винесення на обговорення проблемних питань мешканцями громади.

Не будемо також забувати, що й самі працівники органів місцевого самоврядування, організуючі комунікативні заходи, беруть в них участь (можливо і в якості третьої сторони – організують, забезпечують проживання, оплачують приїзд фахівця (тренера, коуча, лектора)) та одержують цікаву додаткову інформацію [34]. Просвітницький механізм від комунікаційного партнерства дає результат і для посадовців органів публічного управління.

Особливо це важлива складова для посадових осіб органів місцевого самоврядування невеличких або віддалених територіальних громад. Як правило, вони не мають значних статків і не можуть собі дозволити виїхати за межі громади. Як правило, більшість посадовців в органах виконавчої влади місцевих рад у таких громадах це жінки. Вони мають чимало додаткових обтяжень, що не сприяє відрядженням. Це може бути необхідність після роботи проводити час з маленькими дітьми, яких ні на кого залишити, батьки похилого віку, хворі члени родини тощо.

Для таких посадовців онлайн чи офлайн участь чи навіть дотичність до комунікативних заходів – це реальна можливість отримання додаткової сучасної інформації із справжнім просвітницьким ефектом.

Ефективним публічним комунікаціям, поширенню успішних практик упродовж останніх п'яти років громади навчає Український кризовий медіа-центр, який працює з 2014 року, а в останні роки є комунікаційним партнером Програми DOBRE [35]. Семирічну консультаційну підтримку від

таких потужних спеціалістів у сфері комунікацій в рамках дії програми отримують 100 громад. Мешканці цих громад відзначають високу якість місцевих послуг та задоволеність діями місцевої влади. Громади, які вчасно зрозуміли, що комунікація така само важлива діяльність, як і господарська, що її необхідно планувати, виділяти на неї фінансові ресурси, час, залучати людей, і – розвиваються динамічніше, стають конкурентнішими і здатні протистояти сучасним викликам.

Наголосимо, що надзвичайної ваги комунікація місцевої влади з підприємцями набула з початком повномасштабного вторгнення російської армії в Україну та впровадження в державі воєнного стану. Для вирішення цілого ряду поточних питань і місцева влада і місцеві підприємці повинні спиратися на чітко налагоджену комунікацію та взаємодію. Зазираючи наперед українська влада акцентує увагу на такій взаємодії на місцевому рівні для участі у післявоєнній відбудові країни. Тут є надзвичайно важливою і позиція Європейського Союзу, у документах якого підкреслюється вирішальна роль територіальних громад у процесі відбудови та модернізації України, що повинно спиратися на напрацюванням проєктів та вміння залучати інвестиції через ці проєкти саме на локальному рівні [36].

Це спонукало публічну владу за підтримки іноземних партнерів та міжнародних неурядових (громадських) організацій сприяти навчанню представників органів місцевого самоврядування та громадських організацій щодо написання заявок на участь у програмах, проєктах, для одержання грантів, підготовки власних проєктів. Так, наприклад, вже наприкінці першого року війни – 2022 року – програма U-LEAD з Європою провела комплексну навчальну програму для шістдесяти територіальних громад, України з метою [37].

- надати знання про актуальні інструменти підтримки та розвитку підприємництва, які громади зможуть застосувати навіть в умовах війни;

- підтримати громади у формулюванні ідей проєктів місцевого розвитку, спрямованих на створення кращих умов для ведення

підприємницької діяльності.

У 2023 році фахівці програми U-LEAD з Європою продовжили надавати експертну підтримку для семи обраних громад та допомогли їм розробити детальні проєктні ідеї та шукати джерела фінансування для втілення цих ідей.

Розуміючи необхідність підтримки та сприяння подальшому розвитку підприємництва на рівні територіальних громад та враховуючи ті складнощі, які мають підприємці, громадяни, що лише планують свої бізнес-справи, Клуб ділових людей Україна розробив за підтримки U-LEAD спеціальні консультативні матеріали «Підтримка бізнесу в умовах війни: практичні рекомендації для громад» [38]. Фактично йдеться про можливі інструменти підтримки підприємництва, якими може скористатися місцева влада на шляху створення громади, дружньої до бізнесу.

В умовах воєнного стану відбуваються заходи, спрямовані на налагодження комунікативного партнерства між органами місцевої влади та громадськістю, але вони мають вже певну специфіку, спрямовані на окремі групи мешканців. Наприклад, комплекс консультативних заходів з питань відкриття власного бізнесу або порядку оподаткування підприємців з числа внутрішньо переміщених осіб, з числа жінок-підприємець, які перебрали на себе цю роботу, через мобілізацію чоловіків.

Також різні регіони країни повинні по-різному реагувати через інструменти комунікації та розвитку комунікаційного партнерства на ті виклики, з якими зіштовхнулися саме їх мешканці. Для одних громад важливо буде побудувати комунікацію з переселенцями, розповісти про особливості своєї громади, її історію, знакові місця, традиції. Для інших громад, навпаки, важливо налагодити комунікацію з представниками іншої територіальної громади, до якої можливо доведеться евакуювати дітей та осіб похилого віку через близькість до лінії вогню.

2.2. Інструменти та принципи комунікації органів місцевого самоврядування з громадськістю: взаємодія з підприємцями

В українській державі протягом останніх десяти років, під впливом зрушень Революції Гідності та Достоїнства, динамічно формується спільнота, в якій комунікація перетворюється на базовий елемент суспільного життя. Формати комунікації між органами публічного управління, у тому числі і на місцях, та громадянським суспільством, постійно змінюються та удосконалюються, адже без них не варто говорити про наявність у державі ознак демократії.

Справедливим буде твердження, про те що роль комунікації постійно зростає в процесі формування національного діалогу за такими магістральними напрямками:

- публічні установи та громадянське суспільство (у широкому розумінні, у тому числі і на загальнодержавному рівні, і на рівні контактів з міжнародними організаціями, фондами);

- публічні установами та громадські організації, і в контексті цих взаємодій вибудовується, у тому числі, і діалог місцевого самоврядування та громадських організацій [39]..

Комунікація органу місцевого самоврядування з громадськістю можна розглядати через налагодження діалогу, як комунікативного процесу по обміну інформацією, пропозиціями, обговорення гострих проблем, з благодійними або волонтерськими організаціями та рухами, екологічними та правозахисними рухами, з жіночими, молодіжними, ветеранськими організаціями (особливо враховуючий той факт, що зараз йдеться про ветеранів військових дій з 2014 року і до теперішнього часу, які є досить молодими та активними, як правило мають власний бізнес, беруть участь політичному життя країни, соціально активні мешканці територіальних громад). Відповідні інститути громадянського суспільства мають значний вплив на розвиток територіальних громад, що повинно спонукати органи

місцевого самоврядування до активної комунікації з ними [40]. Ефективність такої комунікації може вимірюватися тією мірою, як вона перейде у реалізацію певних проєктів, відкриття нових суб'єктів господарювання в громадах, створення нових робочих місць або може відобразитися у вигляді благодійної підтримки, яку нададуть громадські організації чи окремі підприємці для потреб мешканців громади (книжки для бібліотеки, обладнання для шкільних та позашкільних закладів освіти, молодіжних центрів, будинків для осіб похилого віку та інвалідів тощо).

На особливу увагу заслуговує той потенціал, який міститься у комунікації місцевої влади з громадськими організаціями підприємців, адже за ними фінансово-матеріальні та людські ресурси, які у разі необхідності можна було б долучити до вирішення загальних проблем громади. Не останнє значення має і особистий управлінський та організаційний досвід, який набувають підприємці у процесі створення та налагодження роботи власного бізнесу. Якщо у сільських, селищних територіальних громадах місцева влада може комунікувати у відповідних питаннях з окремими підприємцями (місцеві фермери, фізичні особи-підприємці, керівники малих та середніх суб'єктів господарювання), то в містах, особливо в адміністративних центрах областей, районів, це громадські організації місцевих підприємців, асоціації та товариства виробників окремих видів продукції, надавачів послуг тощо. Як правило представники таких громадських організацій підприємців представлені у місцевих радах, дорадчих органах рад чи їх виконавчих комітетів. Їх активна громадсько-політична діяльність впливає на життя територіальної громади. Цей вплив буде залежати від наявності комунікації таких організацій підприємців з місцевою владою, а у тих випадках, коли вони самі є частиною цієї влади через обрання до місцевих рад, то їх думка має бути врахована у ході прийняття публічною владою певних рішень.

Окремо наголосимо, що специфіка комунікації місцевої влади з підприємцями полягає в тому, що це завжди комунікація із значно ширшим

колом осіб. Адже за кожним підприємцем є трудовий колектив суб'єкта господарювання, отже підприємець висловлює у діалозі з місцевою владою не лише свою особисту думку, а ретранслює думки або пропозиції, які надходили від працівників [41].

Безперечно, жодна територіальна громада та її керівник, органи місцевого самоврядування не застраховані від випадків, коли вплив підприємців носить негативний характер, коли підприємець здійснює тиск на владу. У цих випадках побудувати належну комунікацію не можливо, більше того відповідний тиск може мати ознаки протиправного діяння, що надає право органам місцевого самоврядування звернутися до правоохоронців за захистом своїх прав та законних інтересів.

Зазначимо, що у сільських та селищних територіальних громадах значення комунікації місцевої влади з підприємцями на багато важливіше та відчутніше. Це пояснюється тим, що більшість місцевих жителів громади є працівниками господарства (молочна ферма, свинокомплекс, автотранспортне підприємство сільськогосподарської техніки, приватне лісгосподарство, приватні мисливські угіддя, приватний комплекс відпочинку тощо). Об'єктивно інших суб'єктів господарювання не тільки в даній громаді, але й в сусідніх може просто не бути і для працевлаштування місцеві жителі змушені будуть виїхати в інший район, до міста. Така ситуація автоматично призводить до того, що підприємець, як монополіст із створення робочих місць, або єдиний суб'єкт господарювання – платник податку до місцевого бюджету може скористатися таким своїм особливим становищем та «тиснути» на владу.

Розуміючи той вплив, який має сьогодні бізнес-середовище на життя територіальних громад, Клуб Ділових Людей Україна в рамках ініціативи «Громада, дружня до бізнесу. Інструменти сприяння бізнесу в громадах» за підтримки Програми «U-LEAD з Європою» проводить на рівні територіальних громад для посадових осіб органів місцевого самоврядування та громадських активістів навчання щодо сприяння розвитку бізнесу в

умовах воєнного стану. Серед інструментів сприяння локальному бізнесу та залучення інвесторів у громадах на першому місці стоїть комунікація з підприємцями [42].

Готуватися до комунікації фахівці рекомендують за допомогою таких інструментів [43]:

- створення реєстру підприємців, який визначає суть їхньої діяльності та зберігає контактні дані. Реєстр можна вести в Excel або у будь-якому програмному забезпеченні та оновлювати практично на щоденній основі;

- акумулювання, систематизація та надання корисної для підприємців інформації (про інвестиційні об'єкти та інвестиційні пропозиції громади, гранти та програми сприяння бізнесу, навчальні та бізнес-події; актуальні інвестиційні об'єкти можна черпати з інвестиційного паспорта громади. Інформацію про навчальні та бізнес-події – від локальних бізнес-об'єднань; для моніторингу грантів та програм використовувати платформи-агрегатори);

- демонструвати готовність і спроможність сприяти підприємцям. При цьому спеціалісти громади, які відповідатимуть на запити бізнесу, мають чітко визначити, в яких питаннях вони можуть сприяти бізнесу особисто, решту питань перенаправляти на інші підрозділи (наприклад, до центрів надання адміністративних послуг, інших спеціалістів громади тощо) або до інших інституцій (об'єднання підприємців, агенції, консультанти, консалтингові компанії тощо).

Важливим фактором розвитку комунікації органів місцевого самоврядування та підприємців є налагодження діалогу з урахуванням високого рівня зайнятості його учасників. І представники підприємницького середовища і посадові особи органів місцевого самоврядування є надзвичайно зайнятими людьми, робочій графік яких іноді не можливо скоординувати. Це посилює значення роботи постійно діючих інститутів – дорадчих органів, наприклад, рад підприємців при виконавчих комітетах місцевих рад [44]. Цінність такої платформи для комунікації між місцевою

владою та підприємцями полягає у тому, що засідання дорадчих органів мають плановий характер, їх графік відомий іноді за півроку.

Так само заздалегідь планується тематика засідань, що дозволяє обом сторонам підготуватися, провести зустріч у конструктивному діалозі. Якщо винесені на засідання питання носять дискусійний гострий характер, сторони можуть ініціювати залучення до їх обговорення широкого кола громадян [45]. Тут можуть бути використані такі форми, як:

- опитування мешканців (через телеграм-канали органів місцевого самоврядування, на сторінках у соціальних мережах, шляхом заповнення паперових анкет, які надають в приміщенні органу місцевого самоврядування або в інших публічних місцях, де буває більшість мешканців громади (супермаркети, комунальні заклади охорони здоров'я, місця культурного відпочинку мешканців громади – парки, велодроми, стадіон));

- інтерв'ю з мешканцями, з представниками бізнес-середовища громади та наступне обговорення у телевізійній або радіо студії (за наявності таких у громаді);

- підготовка теле-, радіоматеріалів або публікації у друкованих виданнях та/або Інтернет-виданнях;

- проведення громадських слухань (із запрошенням представників бізнес-середовища громади, науковців, громадських діячів, представників експертного середовища).

З використанням таких форм може відбуватися обговорення гострих питань, пов'язаних із екологічними питаннями (розбудова свиногокомплексу та наслідки цього для громади; утилізація відходів підприємством (господарством), яке знаходиться на території громади; передача суб'єкту господарювання земель несільськогосподарського призначення, які належать громаді на праві комунальної власності, та обговорення загроз для інтересів мешканців; розширення рекреаційної зони приватного комплексу відпочинку та їх наближення до місць культурного відпочинку мешканців громади тощо).

Основними суб'єктами процесу взаємодії виступали у першу чергу вже добре відомі місцевій громадськості окремі громадські діячі або громадські організації, які здобули визнання та повагу людей. Це були і місцеві політичні сили, громадські організації, які мали досвід роботи із захисту інтересів громади у питаннях екології, житлово-комунального господарства, тарифів та цін, захисту пам'ятників природи та архітектури. До такого переліку громадських організацій або окремих громадян не належали підприємці чи їх асоціації.

Громадськість сприймала бізнес у кращому разі як спонсорів окремих заходів, благодійників для окремих проєктів. Органи місцевого самоврядування та їх посадові особи протягом багатьох років відчували свою залежність від таких спонсорів, не маючи можливості самостійно формувати бюджет громад, повноцінно розпоряджатися комунальним майном тощо.

Формулою успішної комунікації місцевої влади з підприємцями повинно стати комунікативне партнерство, яке виступає не простим поєднанням, поділом, координацією компетенцій органів місцевого самоврядування, громадськості, а й раціональне використання буферної, посередницької ролі партнерства між державою і населенням, громадянами» [46, с. 138].

Комунікація органів місцевого самоврядування з громадськістю, у тому числі з громадськими організаціями підприємців базується на принципах комунікативного партнерства, інтерес до теоретичних засад якого постійно зростає у науковому середовищі та має відображення у практиці (Додаток Б).

Науковцями визначені внутрішні чинники, що впливають на комунікаційну взаємодію між публічною владою та громадськістю на загальнодержавному рівні. Чинники визначають здатність органів влади до реалізації існуючих можливостей. До них належать:

- прозорість й відкритість діяльності органів публічного управління;
- задоволеність населення послугами, що надаються;
- використання інформаційно-комунікаційних технологій;

- наявність комунікативної стратегії;
- участь громадян та наявність громадських ініціатив;
- застосування сучасних форм і засобів комунікації [47].

Вважаємо, що у повній мірі ці чинники можна враховувати для аналізу стану комунікативної взаємодії між місцевою владою та підприємцями (Додаток В).

Прозорість й відкритість діяльності органів публічного управління: є запорукою довіри з боку підприємців; відсутність прозорості у прийнятті рішень відразу ставить питання про використання владою коштів місцевого бюджету, який у тому числі, формується із податків підприємств, що мають юридичну адресу реєстрації бізнесу у даній територіальній громаді; відсутність прозорості у розподілі та використанні матеріальних та грошових благодійних внесків від підприємців на розвиток громади може призвести до відмови проводити благодійні акції у майбутньому, що негативно позначиться на житті окремих вразливих категорій мешканців громади, яким ця допомога могла б бути спрямована.

Задоволеність населення послугами, що надаються, має значення і у комунікації з підприємцями, бо суб'єкти господарювання також виступають одержувачами відповідних послуг (довідки, реєстраційні документи). Негативні наслідки можуть мати і опосередкований характер – працівники суб'єктів господарювання через відсутність належного надання послуг в громаді змушені брати відгули, відпустки за власний рахунок, щоб вирішити свої питання, що позначається на системній роботі підприємства.

Використання інформаційно-комунікаційних технологій та застосування сучасних форм і засобів комунікації на сьогодні не є проблемою для міст, але ще залишається проблемою для сільських територіальних громад. Не достатнє використання інформаційно-комунікаційних технологій позбавляє підприємців у комунікації із владою найважливішого ресурсу – часу. Потрібно зазначити, що на сьогодні після досвіду карантинних обмежень у період пандемії, практики інформування

громадян після початку повномасштабного російського вторгнення у 2022 році керівники територіальних громад, посадові особи органів місцевого самоврядування максимально оволоділи інструментами доступних інформаційно-комунікаційних технологій.

Наявність комунікативної стратегії, участь громадян та наявність громадських ініціатив – на рівня територіальної громади може виступати окремим пунктом у стратегіях місцевого розвитку або органічно впливати із відповідних стратегічних документів розвитку району, області (наприклад, Стратегія розвитку Полтавської області на 2021-2027 роки [48]); у межах реалізації комунікативної стратегії має бути відображено взаємодію з підприємцями, громадськими організаціями підприємців; у звітах місцевої влади за результатами діяльності відразу можемо бачити, які громадські ініціативи були враховані при прийнятті рішень, чи були створені умови для прояву цих ініціатив, чи їх підтримали. Порахувати частку участі підприємців у відповідних ініціативах не можливо, тому що досить частою є практика, коли підприємець є очільником громадської організації та ініціює певні заходи як громадський діяч.

На сьогоднішній день комунікативна взаємодія визначається науковцями як одна із складових успішної комунікації місцевого самоврядування та громадськості. У тому випадку, якщо під громадськістю розуміємо громадські організації бізнесу або окремих підприємців, то комунікативна взаємодія буде сприйматися як ефективне явище за результатами прийнятих рішень. Розуміємо, що така результативність може бути діаметрально протилежно сприйматися сторонами комунікації, кожна з яких – місцева влада та підприємці – може мати різні очікування та сподівання [49]. Не ідеалізуючи ситуацію на місцях в окремих громадах, розуміємо, що має місце відвертий егоїзм підприємців, не бажання поступитися будь-чим в громадських інтересах. Так само негативний сценарій може розвиватися і через бачення комунікації як інформування, без діалогу – тільки монолог, з боку окремих очільників територіальних громад.

Їх бачення є домінуючим у прийнятті рішень, підприємці одержують «право» висловлюватися та сплачувати податки. Але відразу зауважимо, що відомі історії успішного розвитку територіальних громад базуються виключно на комунікаційній взаємодії місцевої влади як з громадськістю в цілому, так і з місцевими підприємцями.

Вважаємо, що для представників малого та середнього бізнесу, який за останні роки змушений був виживати в умовах карантинних обмежень та запровадження воєнного стану, комунікаційна взаємодія є складовою економічного виживання. Зауважимо, що в багатьох громадах має місце складна ситуація, яка пов'язана із появою значної кількості внутрішньо переміщених осіб, що потребують додаткової уваги та підтримки [50]. Ускладнилася ситуація і для підприємців через проблеми із робочою силою: частина працівників виїхали через воєнні загрози за кордон з дітьми та членами родини, які потребують піклування, частина чоловічого населення була мобілізована або добровільно пішла до лав Збройних Сил України та територіальних формувань, а в сільській місцевості це переважно чоловіки, які мають робочі професії (водії, трактористи, слюсарі). Безперечно їх праця, знання та вміння зараз потрібні на фронті, але замінити їх у тилу також не легко і це позначається автоматично на діяльності суб'єктів господарювання.

Вирішення вказаних проблем територіальних громад на сучасному етапі можливо лише за умови високого рівня комунікативної взаємодії, як універсальної системи управління спрямованої на досягнення цілей управління за допомогою спілкування, соціального та управлінського впливу на аудиторію.

Висновки до розділу 2

У даному розділі наголошується, щодо важливості комунікації місцевої влади з громадськістю в особі підприємців та створюваних ними

громадських організацій, асоціацій, рад тощо. Визначено, що така комунікація може бути ефективною для територіальної громади тільки у тих випадках, коли вона позбавлена суто інформування, а натомість має діалогову складову. Наголошується, що у комунікації з підприємцями велике значення має планування роботи, що пояснюється значним завантаженням самих підприємців, складнощами у забезпеченні їх особистої присутності на спільних заходах, участі в обговоренні тощо.

Окремо вказано, що для успішної комунікації місцевої влади з підприємцями важливим є встановлення комунікативної взаємодії. Відзначили, що комунікативна взаємодія через вказані внутрішні чинники справляє однаково вагомий вплив як на підприємницьке середовище, що прагне взаємодії, так і на посадових осіб органів місцевого самоврядування.

Зазначається, що комунікативна взаємодія в межах окремих територіальних громад може наразитися на складнощі, викликані різними очікуваннями від діалогу, як з боку підприємницьких кіл, так і з боку керівників територіальних громад, посадових осіб органів місцевого самоврядування.

Встановлено, що визначені науковцями внутрішні чинники комунікативної взаємодії (прозорість й відкритість діяльності органів публічного управління; задоволеність населення послугами, що надаються; використання інформаційно-комунікаційних технологій; наявність комунікативної стратегії; участь громадян та наявність громадських ініціатив; застосування сучасних форм і засобів комунікації) є актуальними для встановлення високого рівня комунікації публічної влади з громадськістю не лише в масштабах всієї держави, але й нарівні місцевого самоврядування у комунікації з бізнес-середовищем.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЇ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ

3.1. Комуникативне партнерство як шлях удосконалення комунікації місцевого самоврядування та бізнесу

Взаємодія місцевого самоврядування і бізнесу є важливим чинником суспільного діалогу, який покликаний гармонізувати відносини у суспільстві та забезпечити сталий розвиток територій. Сьогодні наша країна переживає процес трансформації для побудови демократичного управління, забезпечуючи при цьому основу для нової моделі публічного управління, у тому числі і на місцевому рівні, яка відповідатиме високим європейським стандартам [51, с.38]. Ефективність та якість управління полягає у забезпеченні відкритості та прозорості систем публічних установ, у належній нормативно-правовій інтеграції комуникативних взаємодій усіх суб'єктів, залучених до процесу.

Крім того, в Україні постійно розвивається процес національного діалогу органів публічної влади та громадянського суспільством, і у контексті цих взаємодій вибудовується, у тому числі, і діалог місцевої влади та бізнесу.

Процес європейського визнання прагнень, проголошений українською владою, передбачає зміни у сфері відносин між державою та суспільством, включаючи зворотній зв'язок у комунікації із громадськістю, побудову партнерських відносин між органами державної влади та громадянським суспільством, широкий громадський діалог.

У попередньому розділі нами було розглянуто комуникативну взаємодію та внутрішні чинники, що впливають на сам процес такої взаємодії. Зазначимо, що механізмом оптимізації комуникативної взаємодії у

сфері публічного управління виступає комунікативне партнерство. Успіх комунікативного партнерства безпосередньо залежить від наявності зворотного зв'язку між партнерами.

Одним зі шляхів побудови комунікативного партнерства є спільна розробка місцевою владою та підприємцями програм розвитку громад, регіону тощо. Наприклад, у 2024 році у Вінниці було прийнято Програму розвитку малого та середнього підприємництва на 2024-2026 роки [52]. Документ спрямовано на підтримку місцевого та релокованого бізнесу, робота якого забезпечує економічну стійкість громади. Серед інших завдань, які були попередньо обговорені місцевою владою та місцевими підприємцями, зафіксовано ряд напрямів роботи, спрямованих на:

- покращення ситуації на ринку праці;
- стимулювання розвитку інфраструктури підтримки бізнесу;
- підвищення ефективності співпраці міської влади, місцевих підприємців та закладів освіти.

Зазначені завдання для спільної діяльності органів місцевого самоврядування та підприємців можна вважати типовими та рекомендувати для втілення у більшості територіальних громад України.

У процесі реалізації відрізнятися будуть масштаб заходів, засоби та інструменти, ступінь участі підприємців та інших учасників взаємодії, яких необхідно залучати до діалогу з владою та втілення проєктів, які вже реалізуються. Це можуть бути представники експертного середовища, засобів масової інформації, науковці, здобувачі закладів шкільної, вищої, фахової передвищої освіти, представники громадських організацій, які не пов'язані із бізнес-середовищем тощо.

За результатами комунікативного партнерства органів місцевого самоврядування Вінниці та місцевих підприємців до Програми були включені завдання, які відображають зміст та специфіку регіону, пов'язані з іншими діючими програмами та проєктами. У даному випадку йдеться про реалізацію завдань Зеленого курсу Вінниці, у межах якого можна буде

долучити місцевих підприємців до розробки та реалізації інноваційних стартапів.

Зелений курс Вінниці був започаткований Вінницькою міською радою 28 січня 2022 року. Для його впровадження тоді ж було затверджено Дорожню карту. Упродовж попереднього 2021 року тривав процес навчання, визначення і формулювання цілей та завдань міста у напрямку зеленої трансформації, який забезпечували ініціатори проєкту з Ресурсно-аналітичного центру «Суспільство і довкілля» [53].

Вінниця стала першим містом в Україні, яке публічно заявило про свої плани щодо кліматичної нейтральності та декарбонізації, що відповідає рамкам Європейського зеленого курсу, забезпечено нормативно-правовими актами Європейського Союзу. Тим самим одне з міст України завдяки міжнародній підтримці та далекоглядності місцевої влади, відкритості до нових горизонтів долучилося до процесу перетворення Європи на перший кліматично нейтральний континент. Відповідна програма Євроспільноти розрахована на період до 2050 року. На місцевому рівні участь у проєкті з проблем зеленого переходу передбачає:

- покращення міського простору;
- підвищення екологічної якості життя;
- залучення зеленого фінансування та інвестицій;
- вихід на ринки ЄС тощо.

Можемо стверджувати, що всі ці напрями роботи повною мірою пов'язані із інтересами та перспективами розвитку місцевих підприємств та дозволяють залучити до роботи різні сфери бізнесу – від транспорту, приватних перевізників до страхових та інвестиційних компаній, банківських установ. Максимальним результатом виглядає ціль із виходом на ринки Європейського Союзу, на яку розраховує в першу чергу великий бізнес. У той же час на місцевому рівні свою продукцію можуть спрямовувати до країн Європи крафтові товаровиробники, чия продукція характеризується ексклюзивністю, використанням унікальних матеріалів та продуктів.

Перед органами місцевого самоврядування для реалізації програми Зелений курс Вінниці потрібно переглянути політику та впроваджувати заходи для скорочення викидів парникових газів, постачання чистої енергії для промисловості та споживачів, розвитку сталої інфраструктури, транспорту, сільського господарства, циркулярної економіки, досягнення нульового забруднення та збереження біорізноманіття. Зрозуміло, що реалізація таких планів можлива тільки за умови взаємодії місцевої влади з підприємцями.

Наголосимо, що впровадження подібної програми, сама ідея долучитися до таких міжнародних програм та проєктів можлива лише за умови наявності постійного діалогу місцевої влади з бізнес-середовищем. В основі започаткування таких програм лежить комунікативне партнерство, завдяки якому відбулося попереднє узгодження з підприємцями міста тих напрямів діяльності, які започатковані програмою.

Зокрема, прийнята Дорожня карта, яка визначає конкретні завдання, відповідальних виконавців та терміни реалізації на період до 2030 року, передбачає, крім багатьох інших напрямів, стале харчування і зелене сільське господарство. Щоб реалізувати подібні плани місцевій владі необхідно залучитися попередньою згодою місцевих сільгосптоваровиробників, запропонувати цікаві для них преференції, які вони зможуть отримати у рамках участі у проєкті. Наприклад, це може бути співфінансування програм разом з іншими компаніями, залучення кредитних коштів європейських зацікавлених підприємців, коштів місцевого бюджету для розвитку зеленого сільського господарства та одержання екологічно чистих продуктів харчування, які, як раз і можна буде експортувати на ринки ЄС.

Наголосимо, що реалізація відповідних проєктів є складним багатоетапним процесом. На кожному з етапів повинно відбуватись узгодження планів та бачення перспектив розвитку між усіма учасниками взаємодії – місцевою владою та підприємцями, а також можливою третьою стороною. Наприклад, це можуть бути заклади вищої освіти регіону, до

освітньо професійних програм яких доцільно ввести освітні компоненти або визначити додаткові програмні результати навчання, які дозволять підготувати фахівця, необхідного для реалізації завдань проєкту, здатного працювати з новим обладнанням, проводити спеціальні розрахунки тощо. Навіть на рівні отримання загальних соціальних навичок до освітньо-професійних програм можуть бути запропоновані такі вибіркові навчальні дисципліни, які дають уявлення про зміст та завдання зеленого переходу, його вплив на екологію регіону, зміни якості життя громадян.

Зауважимо, що програма Зелений курс Вінниці є однією із складових вище згаданої програми. Зупиняємося так детально на її сутності, тому що і її розробка потребувала комунікативного партнерства місцевої влади з бізнесом.

Повертаючись до висхідної інформації щодо Програми розвитку малого та середнього підприємництва у Вінниці на 2024-2026 роки, зазначимо, що така програма не носить виняткового характеру. На рівні областей та міст подібні програми розробляють вже протягом багатьох років. У наведеному прикладі ексклюзивним є зміст цього документу та зв'язок з іншими ґрунтовними програмами. Звертаємо увагу, що органи місцевого самоврядування сільських та селищних територіальних громад та місцеві підприємці можуть долучитися до виконання таких масштабних проєктів, адже запровадження таких потужних програм на рівні невеличких населених пунктів мало ймовірно.

У той же час навіть для співучасті у вже існуючих регіональних програмах необхідно досягти комунікативного партнерства на місцевому рівні. І влада і підприємці повинні спільно діяти та попередньо узгодити напрями можливої співпраці. У межах комунікативного партнерства має відбутися попереднє обговорення тих очікувань, які має місцева влада для територіальної громади та її мешканців, від участі у будь-яких проєктах чи програмах. У той же час місцеві підприємці будуть розглядати проєкти з точки зору їх ефективності для бізнесу, можливості його розвитку, виходу на

нові ринки збуту продукції, залучення дешевих кредитів, використання нових ресурсів тощо. Цілі сторін можуть не співпадати щодо певних проєктів та програм, тому тільки завдяки прозорості, відкритості взаєморозуміння та взаємних поступок сторони зможуть дійти спільної думки.

Програму розвитку малого та середнього підприємництва у Вінниці на 2024-2026 роки розробляли міська влада із залученням місцевих підрозділів державної виконавчої влади, представників місцевих бізнес-асоціацій і закладів освіти, провідних експертів [54].

Програму розроблено за підтримки проєкту «Інтегрований розвиток міст в Україні II», що виконується німецькою урядовою компанією Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, за фінансової підтримки урядів Німеччини та Швейцарії. Така підтримка дала змогу максимально долучити місцевих підприємців, а це майже понад півтори сотні представників місцевого бізнесу, які забезпечують робочі місця для переважної кількості мешканців міста. На етапі розробки та обговорення програми було проведено серію консультацій, публічних обговорень і презентацій.

Звертаємо увагу, що процес розробки Програму розвитку малого та середнього підприємництва у Вінниці на 2024-2026 роки широко висвітлювався у місцевих засобах масової інформації, у тому числі на офіційних сайтах органів місцевого самоврядування, місцевих громадських організацій підприємців, у соціальних мережах. Це давало можливість всім зацікавленим сторонам своєчасно дізнаватися щодо бачення іншими учасниками своїх перспектив участі у Програмі.

Така робота може слугувати свого роду матрицею для поетапної роботи в рамках комунікативного партнерства для будь-яких територіальних громад та місцевих підприємців (Додаток Д). Також у цьому прикладі важливим для побудови схеми роботи над проєктом чи програмою є наявність значного масштабного відгалуження (програма Зелений курс Вінниці), що повинно спонукати місцеву владу та підприємців брати участь у

різних проєктах. Можемо припустити, що в окремих випадках активні громади можуть виявитися свого роду хабом, який поєднає декілька різних, раніше не пов'язаних між собою проєктів.

Вважаємо за необхідне наголосити на важливості ролі прозорості у комунікативному партнерстві місцевої влади та підприємців у контексті бажання залучитися до співпраці у різних проєктах. Якщо подібна робота буде проходити «за закритими дверима», то це негативно позначиться на її результатах та можливих наслідках.

І місцева влада і підприємці за відсутності діалогу можуть:

- витрачати сили та час, кожна сторона окремо, але намагатися долучитися до одного і того самого проєкту. Така діяльність буде негативно сприйматися стороною, яка є розробником проєкту або грантодавцем, адже відразу буде зрозуміло, що в даній територіальній громаді місцева влада та підприємці не знайшли спільної мови, не здатні досягти порозуміння;

- витрачати фінансові ресурси на проведення консультацій з фахівцями, проведення експертиз, переклад документів на іноземну мову тощо.

За умови об'єднання своїх зусиль всі відповідні витрати будуть у двічі меншими. Також сама структура витрат може мати значно раціональніший вигляд. Наприклад, можуть бути використані матеріали та документи, яка одна із сторін вже готувала раніше для інших проєктів, залучені фахівці, які вже співпрацювали та готові виконувати роботу за зниженими тарифами тощо.

Окремо наголосимо, що розвивати комунікативне партнерство місцева влада та підприємці не зможуть виключно у діалозі один з одним. Такий діалог двох сторін відразу перетвориться на «монолог» для мешканців громади, громадських організацій. А взаємодія місцевої влади та підприємців перетвориться або буде сприйматися громадськістю, як «змова», як спроба вчинити, якісь дії, що можуть нашкодити інтересам мешканців громади. Цей вагомий ризик негативного розвитку подій може бути унеможливлений

тільки шляхом публічного обговорення сторонами своїх намірів, ідей та планів.

Вважаємо, що надзвичайно важливу роль у реалізації комунікативного партнерства відіграє своєчасне оприлюднення інформації на офіційному сайті місцевої влади, асоціацій підприємців, на сторінках у соціальних мережах окремих представників влади та бізнесу, у Телеграм-каналах, де підписниками є більшість мешканців громади. У містах, особливо у таких які є адміністративними центрами областей та районів, на сайтах органів місцевої влади та їх виконавчих комітетів, як правило висвітлюється робота дорадчих органів з питань розвитку підприємництва, ініціативи окремих підприємців, хід обговорення пропозицій щодо участі у програмах, долучення посадових осіб органів місцевого самоврядування до навчання з розробки грантових заявок тощо.

Інша ситуація склалася з висвітленням подібної інформації на сайтах сільських та селищних територіальних громад. Далеко не всі ці громади можуть залучити підприємців до співпраці за відсутності розвитку підприємництва у межах громади або в умовах, коли підприємництво представлено діяльністю фізичних осіб-підприємців. За таких обставин, вважаємо, що комунікативне партнерство все одно має бути реалізовано, але значно більше зусиль буде докладати місцева влада та її керівництво [55].

За таких обставин місцева влада повинна будувати свою роботу у напрямку залучення до територіальної громади зацікавлених підприємців, і вже разом з ними розвивати громаду. Також у подібних умовах місцева влада повинна долучатися до проєктів та програм, які реалізуються на регіональному, обласному рівні, які покликані сприяти розвитку підприємництва. Також знову наголошуємо на відкритості у роботі місцевої влади у вказаному напрямку: інформування населення про прагнення долучитися до місцевих програм, зустріч з підприємцями з інших громад для створення спільних проєктів. Представникам місцевої влади важливо залучати до таких зустрічей потенційно зацікавлених осіб, які могли б в

майбутньому займатися підприємництвом в громаді, у першу чергу увагу необхідно приділити місцевій молоді, щоб вони побачили для себе перспективи у майбутньому підприємстві. Це дозволить формувати свідомість майбутніх підприємців на засадах комунікативного партнерства.

3.2. Релокація бізнесу до територіальних громад як результат успішної комунікації органів місцевого самоврядування, громадськості та підприємців

З початку повномасштабного російського вторгнення у лютому 2022 року з метою подальшого відновлення економіки держави українським Урядом було ініційовано переміщення підприємств із зони активних бойових дій в умовно безпечні регіони західної та центральної частини України. Такі заходи були спрямовані на забезпечення функціонування економіки в регіонах, збереження купівельної спроможності населення шляхом сприяння створенню нових робочих місць. Реалізувати поставлені завдання із переміщення підприємств стало можливим тільки за умови взаємодії центральної влади країни, органів місцевого самоврядування та ініціативності самих підприємців, створених ними громадських організацій та за всебічної партнерської підтримки з боку зарубіжних країн та їх неурядових організацій.

Релокація, або релокейт (від англ. слова relocate, relocation – переміщувати, переміщення) – це переміщення, переїзд бізнесу (в широкому розумінні: працівників підприємства, частини майна, обладнання підприємства тощо) з одного місця на інше в межах однієї країни або з однієї країни в іншу. Кабінетом Міністрів України у роботі із реалізації програми релокації включено чотири міністерства:

Міністерство економіки України;

Міністерство розвитку громад та територій України;

Міністерство інфраструктури України;

Міністерство цифрової трансформації України.

У відповідності до Постанови Уряду визначено безоплатне перевезення майна вітчизняних підприємств, установ та організацій згідно з переліком, який формується Міністерством економіки України і передається до Міністерства інфраструктури України. Безпосередньо Програма релокації підприємств здійснюється Кабінетом Міністрів України за посередництва обласних військових адміністрацій та органів місцевого самоврядування [56].

Вже через декілька місяців після початку повномасштабного вторгнення російських військ в Україну, кінець квітня 2022 року, до реєстру, який формував список бажаючих перемістити свій бізнес у безпечні частини держави, було подано 1171 заявку, з них: 502 заявки від малих підприємств, 306 заявок суб'єктів мікропідприємництва, 154 заявки від середніх підприємств та 40 – від великих підприємств [57].

Від самого початку введення процесу релокації на нього відгукнулись та залишаються найактивнішими чотирнадцять областей України, які відразу почали роботу із розміщення на своїй території релокованих підприємств: Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька, Вінницька, Волинська, Рівненська, Київська, Дніпропетровська, Черкаська, Полтавська та Кіровоградська області.

Вважаємо, що практика релокації підприємств ще зберігає свою актуальність. Реалізація переміщення підприємства, навіть за умов участі у цьому процесі центральних органів державної виконавчої влади, обласних військових адміністрацій, значною мірою залежить від ступеня довіри та обізнаності, особистих контактів підприємців, налагодження комунікації між підприємцями, які переміщують свій бізнес, з керівництвом територіальних громад, до яких вони переміщуються.

Такий підхід значною мірою залежить саме від розвитку комунікації місцевої влади з місцевими підприємцями, залежить від того, наскільки у попередні роки місцева влада демонструвала свою взаємодію, відкритість у

комунікації з бізнесом. Фактично, релокація підприємств до певної громади є показником того, на скільки така громада та її очільник, посадові особи органів місцевого самоврядування були успішними у розвитку комунікації з підприємцями.

У рамках підготовки та наступної реалізації такого проєкту з релокації підприємства до територіальної громади органи місцевого самоврядування повинні продемонструвати вміння вибудовувати комунікацію з підприємцями, яку можна проілюструвати наступним чином (детально у Додатку Є):

1) презентація територіальної громади в рамках проєкту для залучення підприємств-релокантів, що дозволить створити додаткові робочі місця у громадах. Так, наприклад, Волинська область стала учасником програми лише 16 березня 2022 року, міською радою велась активна комунікація щодо переміщення підприємств на свою територію. Станом на кінець квітня того ж року до міської ради надійшло понад 30 запитів, із яких шість релокованих підприємств уже працюють у Нововолинській територіальній громаді. Серед релокованих – підприємство «Амрок» з Харкова, яке виготовляє розвантажувальні жилети для військових.



Рис. 3.3. Інформаційні матеріали (інфографіка) Нововолинської міської ради для залучення релокованого бізнесу

Підприємству було надано частину приміщення міжшкільного

навчально-виробничого комбінату, а до роботи також було залучено як місцевих фахівців, так і переселенців;

2) створення постійних інформаційно-комунікаційних платформ для залучення релокованих підприємств із забезпеченням для них систематичного консультування щодо сприятливої ситуації у конкретному регіоні або громаді. Прикладом є Платформа SaveBusinessNow – спільна ініціатива Івано-Франківської міської ради та Івано-Франківської обласної військової адміністрації;

3) залучення бізнес-асоціацій. Тут результативним є досвід Вінницької міської ради: ТОВ «Абіфарм» перенесло свої виробничі потужності із Дніпра до Вінниці, де змогло розміститися на вінницькому підприємстві «Альта Профіль». Це стало можливим завдяки співпраці Департаменту економіки та інвестицій Вінницької міської ради та громадської організації «Вінницький бізнес клуб». У наведеному прикладі важливим є те, що місцеві підприємці фактично виступили ініціаторами та гарантами для своїх колег по бізнесу із Дніпра, зуміли налагодити з ними належну комунікацію та розпочати діалог з місцевою владою щодо перспектив перенесення до міста ряду підприємств. Зрозуміло, мова не йде про потужні багатотисячні колективи підприємств Дніпра, які мають спеціальне обладнання, потребують особливих умов діяльності (таких як металопрокатні виробництва, виготовлення труб тощо). Але й ті невеликі підприємства, які переїхали, надали суттєвої підтримки і місцевому самоврядуванню, створивши нові робочі місця для мешканців громади [58].

Наскільки комунікація місцевої влади з підприємцями з метою сприяння релокації виробничих потужностей до територіальних громад Полтавської області є актуальною свідчить той факт, що у Полтавській області зараз перебувають 78 релокованих підприємств – 27 юридичних осіб та 51 фізична особа-підприємець, з яких 42 вже зареєстровані в області. Релоковані підприємства у Полтавській області працюють у різних сферах: торгівля, IT-сфера, громадське харчування, креативна індустрія, будівництво

та аграрне виробництво. За січень-серпень 2024 року ці підприємства сплатили понад 9 млн грн податків до зведеного бюджету.

У межах Комплексної програми підтримки внутрішньо переміщених осіб на 2023-2024 роки у Полтавській області сприяли роботі релокованого бізнесу. У 2023 році підтримали 12 бізнесів на загальну суму 2,1 млн грн. Це відшкодування вартості обладнання та орендної плати і вартості комунальних послуг. У поточному 2024 році фінансування програми відсутнє, що негативно позначилося на можливостях підтримки як релокованих підприємств, внутрішньо переміщених осіб, так і громад, що розраховували на створення нових робочих місць, появу нових платників податків із числа новостворених або переміщених суб'єктів господарювання.

Отже, наведені приклади щодо практики релокації підприємств з небезпечних зон до нових територіальних громад, свідчить про перспективність такої діяльності та її важливість для самих підприємців та місцевої влади, а у кінцевому результаті – для громадян України в цілому. Вважаємо доцільним запровадження відповідної роботи в громадах, поклавши в основу цієї роботи проведення заходів, спрямованих на налагодження комунікації місцевої влади з місцевими підприємцями, а вже на фундаменті їх взаємодії запрошення підприємців з інших регіонів до ознайомлення з потенціалом громади та подальшого переміщення бізнесу. Розуміємо, що за відсутності фінансової підтримки з боку держави таку роботу проводити вкрай важко, але не варто недооцінювати силу комунікації та довіри, яка сприятиме підприємцям у прийнятті таких відповідальних рішень.

Висновки до розділу 3

Аналіз матеріалів у даному розділі відбувався за двома напрямками, які на нашу думку, сприятимуть удосконаленню форм і методів комунікації: це

удосконалення комунікативного партнерства для досягнення взаємодії між місцевим самоврядуванням, громадськими організаціями та бізнес-середовищем. Інший надзвичайно актуальний напрямок у період воєнного стану – це релокація підприємств із небезпечних регіонів та їх подальша адаптація в нових територіальних громадах.

Окремо наголошується, що вивчення практики комунікації органів місцевого самоврядування і підприємців дає підстави прийти до висновку, що така співпраця буде найбільш ефективною за умови розвитку комунікативного партнерства. З огляду на важливість останнього для зв'язків з громадськістю визначено орієнтовні принципи комунікативного партнерства як певні маркери для ефективності комунікування.

Зазначено, що важливим та перспективним напрямом розвитку комунікативного партнерства місцевої влади з підприємцями є всебічне залучення останніх до розробки та подальшої реалізації місцевих програм, як це показано на прикладі міста Вінниці. Останнє було використано у якості прикладу через масштабність та комплексність проєкту та його зв'язок із глобальними програмами реалізації зеленого переходу у Європейському Союзі.

Наголошується, що в умовах воєнного стану ефективним результатом комунікації місцевого самоврядування та бізнесу повинно стати сприяння релокації до територіальних громад підприємств з небезпечних населених пунктів. Наведені приклади реалізації таких заходів, у тому числі і за сприяння місцевого бізнесу. Такий підхід дозволить зберегти суб'єкти господарювання як платників податку до державного бюджету України, створити нові робочі місця за місцем релокації, підтримає бізнес у громадах в цілому.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі вирішено актуальне завдання, яке полягає в теоретико-практичному обґрунтуванні удосконалення комунікації органів місцевого самоврядування та громадськості і розробці практичних рекомендацій щодо запровадження заходів, спрямованих на досягнення поставленої мети, що дає підстави сформулювати ряд висновків та рекомендацій.

У ході дослідження теоретичних засад комунікації органів публічного управління з громадянським суспільством з'ясовано значення поняття «комунікація» відносно тих завдань, які покликані вирішувати органи публічного управління. Наголошується, що комунікація як процес має певну специфіку у реалізації в публічному управлінні, що детально унормовано в межах чинного законодавства.

Зауважується, що інформаційний простір має бути звільнений від маніпуляцій та пропаганди, як проявів необ'єктивної оцінки дійсності. Підкреслюється, що тільки спираючись на належний рівень інформаційної правової поведінки органи публічного управління зможуть побудувати належний рівень комунікації з громадськістю.

Зазначається, що в основі успішної комунікації місцевої влади з громадськістю закладено міцну нормативно-правову базу. На підставі норм чинного законодавства органи місцевого самоврядування спрямовують свою діяльність із інформування населення, враховуючи вимоги до якості, своєчасності та повноти наданої інформації. Окремо зауважується, що сам характер інформації має сприяти розвитку довіри громадянського суспільства до місцевої влади.

У ході аналізу стану розвитку комунікації місцевої влади з громадськістю, акцентовано увагу на комунікації з підприємцями. Наголошується, що удосконаленню форм і методів комунікації органів місцевого самоврядування з громадськістю та бізнес-середовищем сприятиме

розвиток комунікативного партнерства.

Визначено принципи комунікативного партнерства як певні маркери для ефективності комунікування.

Вказано, що на особливу увагу розвиток комунікації місцевої влади з підприємцями заслуговує в умовах воєнного часу, коли обидві сторони комунікаційної взаємодії повинні працювати над створення нових робочих місць для внутрішньо переміщених осіб, підтримувати діяльність існуючих суб'єктів господарювання.

Зазначається, що побудова громад, дружніх до бізнесу, можлива за умови підтримки з боку фахового середовища, навчання посадових осіб органів місцевого самоврядування у підготовці власних проєктів та програм розвитку підприємництва, залучення інвестицій тощо. важливим та перспективним напрямом розвитку комунікативного партнерства місцевої влади з підприємцями є всебічне залучення останніх до розробки та подальшої реалізації місцевих програм, як це показано на прикладі міста Вінниці. Останнє було використано у якості прикладу через масштабність та комплексність проєкту та його зв'язок із глобальними програмами реалізації зеленого переходу у Європейському Союзі.

Інший надзвичайно актуальний напрямок у період воєнного стану – це релокація підприємств із небезпечних регіонів та їх подальша адаптація в нових територіальних громадах. Такий підхід дозволить зберегти суб'єкти господарювання як платників податку до державного бюджету України, створити нові робочі місця за місцем релокації, підтримає бізнес у громадах в цілому.