

управлінської та новаторської функцій визначає поведінку суб'єкта підприємницької діяльності. Інтерес власника спонукає підприємця до оновлення основних засобів, поліпшення організації бізнесу. Як управлінець, підприємець намагається контролювати розвиток власної справи, керувати окремими ланками або діяльністю в цілому. Підприємець-новатор відрізняється високим творчим та інтелектуальним потенціалом, здатністю генерувати ідеї під впливом внутрішніх спонукальних мотивів до самовираження, реалізації власних можливостей. Тому поєднання інноваційної діяльності та підприємництва дуже часто дає значний ефект.

Список використаних джерел

1. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. К.: Знання, 2008. 302 с.
2. Воронкова В. Г. Основи підприємництва: теорія і практикум : навч. посібник. Львів: «Магнолія 2006», 2017. 454 с.
3. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво. URL: https://pidru4niki.com/1685030352822/ekonomika/psihologiya_etika_pidpriyemnitstva (дата звернення: 15.04.2022).
4. Капустянський П. З. Мотивація праці персоналу сучасних організацій (організаційно-управлінський аспект): монографія. Київ: ІПК ДСЗУ, 2007. 155 с.

*Чорна А. С., здобувач вищої освіти СВО Магістр
Спеціальність 281 Публічне управління та адміністрування
Науковий керівник: к. е. н., доцент Сердюк О. І.*

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ОРГАНІВ ВЛАДИ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ

Останнім часом спостерігається значне підвищення ролі громадянського суспільства в більшості сфер діяльності органів державної влади, зокрема, органів місцевого самоврядування. Головним компонентом таких відносин являється взаємодія. Взаємодія органів місцевого самоврядування та громадськості – це тісна співпраця між ними, яка веде до відкритого обміну думками, активізації громадськості, більш широкому залученню громадян до місцевих проблем. Головні ознаки взаємодії – це реалізація прав та свобод громадян, рівноправність головних суб'єктів взаємодії. Взаємодія формує відповідальність, демократичні цінності, надає реальні можливості для поєднання індивідуальних та колективних потреб (інтересів).

Практика зв'язків органів державної влади передбачає використання основних видів комунікативних каналів взаємодії з громадськістю. Серед них, інформування громадськості – тобто, надання їй загального уявлення про діяльність, реалізацію планів та проблем, які доводиться їм ефективно вирішувати. Органи місцевого самоврядування не можуть задовольнити абсолютно всі потреби жителів міста, тому важливе налагодження системи

інформування населення про те, в компетенції якої посадової особи чи органу є можливість вирішення нагальних проблем громадян.

В табл. 1 наведені основні види комунікативних каналів взаємодії органів місцевого самоврядування з метою досягнення спільних цілей з громадськістю. На нашу думку, найдієвішим видом комунікативних каналів взаємодії являється саме безпосереднє спілкування з громадськістю.

Таблиця 1

Основні види комунікативних каналів взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю

Основні види	Їх характеристика
Безпосереднє спілкування (залучення)	Безпосередня участь в роботах спільних консультативно-дорадчих органах, робочих групах, загальних зборах тощо.
Спілкування за допомогою засобів зв'язку	Телефон, інші форми особистого листування
Опосередковане спілкування через засоби масової інформації	Преса, телебачення, радіо, комп'ютерні мережі, тощо.

Джерело: доповнено автором на основі [3, с. 7].

Колектив авторів [4] виділяють наступні види взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю: інформаційну – інформування громадськості, політичну – підтримки з боку громадськості щодо основних напрямів та шляхів реалізації політики, інституційну – створення спільних інституцій, організаційну – залучення громадськості до процесів вироблення та реалізації державної політики.

Засобами взаємодії можуть бути громадські слухання, громадські ініціативи, збори громадян за місцем проживання, місцеві референдуми, робота з органами самоорганізації населення, що реалізують один з найважливіших самоврядних принципів – принцип народовладдя. Якісній та ефективній взаємодії передують певні необхідні елементи:

– державні відомства, установи, департаменти та відділи в системі державної влади, які безпосередньо відповідають за співпрацю з неурядовими організаціями;

– розроблена та прийнята державна програма сприяння розвитку взаємодії державних органів та структур з громадянськістю;

– письмові угоди між органами державної влади та неурядовими організаціями щодо їхньої спільної діяльності [5, с. 7].

В Україні протягом останніх років інтенсивно формується нормативно-правове поле, що здійснюватиме регулювання можливостей функціонування громадянського суспільства та його численних інститутів. Так, чинна Конституція України гарантує своїм громадянам достатньо широкі права та можливості участі у процесі прийняття рішень органами державного управління України, у різних формах [2, ст. 5, 36; 38; 40; 55; 69].

Побудова ефективної взаємодії в органах влади потребує використання

демократичних процедур управлінської діяльності. До них відносять: колективний характер вироблення і прийняття рішень; наявність обліку та контролю за ходом виконання прийнятого рішення, особисте спілкування керівників органів місцевого самоврядування зі своїми підлеглими.

Таким чином, ефективне управління громадами може відбуватись лише на основі якісної взаємодії органів місцевого самоврядування та громадськості. Тобто, влада має інформувати громадян про свої дії (плани на перспективу), а вони, в свою чергу, мають долучатись до процесів позитивних змін у їх громадах. Цілеспрямований характер взаємодії сприятиме відкритому обміну думками, активізації громадськості, тобто більш широкому їх залученню до місцевої політики.

Список використаних джерел

1. Дульфан С. Б. Взаємодія з громадськістю як складова розвитку міста. *Теорія та практика державного управління*. 2013. Вип. 3. С. 322–328. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpdu_2013_3_45 (дата звернення: 28.10.2022).
2. Конституція України : чинне законодавство зі змін. та допов. станом на 5 лют. 2016 р. : офіц. текст. Київ : Паливода А. В., 2016. 62 с.
3. Маркович Л. Особливості взаємодії органів місцевого самоврядування і територіальної громади. URL: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_03\(10\)/11mlistg.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_03(10)/11mlistg.pdf) (дата звернення: 28.10.2022).
4. Публічне управління : термінол. слов. / за заг. ред. В. С. Куйбіди, М. М. Білинської, О. М. Петроє. Київ : НАДУ, 2018. 224 с.
5. Форми та напрямки взаємодії органів державної влади з громадськістю. URL: http://epidruchniki.com/content/281_62Formi_ta_napryami_vzaemodii_organiv_derjavnoi_vladi_z_neuryadovimi_organizacijami.html (дата звернення: 24.10.2022).

*Шевченко В. О., здобувач вищої освіти СВО Бакалавр
Спеціальність 075 Маркетинг
Науковий керівник: к. е. н., доцент Терещенко І. О.*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА

Бренд або марка (англ. brand) – комплекс понять, які узагальнюють уявлення про відповідний товар, послугу, компанію або особистість. Широко використовується в маркетингові та рекламі, проте є фінансовим поняттям. Термін бренд «brand» є похідним словом від давньоскандинавського «brandr» у значенні «опікти», з нанесенням тавра на худобу відмічаючи власність хазяїна [6].

На сучасному етапі розвитку економіки інформація щодо стану споживчого ринку є важливим фактором, що визначає ефективність прийняття управлінських рішень. В першу чергу, мова йде про торговельні підприємства, для яких така інформація відіграє важливу роль під час вибору ринкової