ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
«ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД»
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу
Кафедра публічного адміністрування

«Допущено до захисту»
Завідувач кафедри

_____
І.А.Семенець-Орлова
«____»_____2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему:

«МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ (МІСЦЕВОМУ) РІВНІ»

Виконав: студент групи
Е-9-23-М1ПУА(1.6ддс)
спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування»
Гаркуша Дмитро Володимирович
Керівник: к.держ.упр., Телендій А.А.

Київ 2025

АНОТАЦІЯ

Гаркуша Дмитро Володимирович. “Механізми формування та розвитку позитивного іміджу діяльності органів публічної влади на регіональному (місцевому) рівні”.

Дипломна робота на здобуття рівня вищої освіти “*магістр*” *із спеціальності* “*Публічне управління та адміністрування*” - *Міжрегіональна Академія управління персоналом – Київ. 2025*

У дипломній роботі визначено теоретичні основи формування іміджу органів публічної влади. Проведено аналіз механізмів формування і розвитку іміджу органів влади в Україні. Запропоновано вдосконалення механізмів формування позитивного іміджу місцевих органів влади через комунікаційні стратегії та підвищення прозорості.

Ключові слова: імідж, механізми формування та розвитку іміджу діяльності, органів публічної влади, публічне управління, Бориспільська районна рада, комунікаційні стратегії та ін.

ABSTRACT

Harkusha Dmytro. "Mechanisms for the Formation and Development of a Positive Image of the Activities of Public Authorities at the Regional (Local) Level".

Thesis for obtaining the level of higher education "Master" in "Public Administration" - Interregional Academy of Personnel Management - Kyiv. 2025

The thesis defines the theoretical foundations of the formation of the image of public authorities. The analysis of the mechanisms for the formation and development of the image of government authorities in Ukraine is carried out. It is proposed to improve the mechanisms for the formation of a positive image of local authorities through communication strategies and increasing transparency.

Keywords: image, mechanisms for the formation and development of the image of public authorities, public administration, Boryspil District Council, communication strategies, etc.

ЗМІСТ

ВСТУП 4

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ 8

1.1. Поняття, структура та особливості іміджу: концептуальні засади 8

1.2. Імідж органів публічної влади та його роль у забезпеченні ефективного державного управління 16

1.3. Особливості процесу формування позитивного іміджу діяльності органів публічної влади на регіональному (місцевому) рівні 24

Висновки до першого розділу 33

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ ІМІДЖУ ОРГАНІВ ВЛАДИ В УКРАЇНІ 35

2.1. Етапи та механізм проведення дослідження іміджу місцевих органів влади в Україні 35

2.2. Дослідження діяльності органів місцевого рівня влади Бориспільської районної ради Київської області та особливостей формування їх іміджу 48

2.3. Оцінка розвитку іміджу Бориспільської районної ради Київської області 58

Висновки до другого розділу 65

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ 68

3.1. Напрями вдосконалення комунікаційних стратегій Бориспільської районної ради 68

3.2. Практичні рекомендації щодо формування довіри та відкритості місцевої влади 79

Висновки до третього розділу 87

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ 89

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 92

ВСТУП

Актуальність теми. Формування позитивного іміджу органів публічної влади на регіональному рівні є важливим чинником підвищення довіри громадян до державних інституцій, ефективного управління та забезпечення сталого розвитку територіальних громад. В умовах децентралізації, яка активно впроваджується в Україні, роль місцевої влади суттєво зросла, а разом із нею – і необхідність вибудовування якісної комунікації з населенням.

На сучасному етапі розвитку суспільства громадяни все більше прагнуть прозорості, відкритості та підзвітності влади. Водночас негативний імідж або недовіра до органів місцевого самоврядування можуть призвести до низької громадської активності, зниження рівня участі населення в ухваленні рішень та загострення соціальної напруги. Враховуючи зростаючий вплив інформаційних технологій і соціальних мереж, стратегічний підхід до формування іміджу стає необхідною складовою ефективного управління.

Досвід зарубіжних країн свідчить про те, що формування позитивного іміджу влади на місцевому рівні сприяє залученню інвестицій, розвитку громадянського суспільства, зміцненню демократичних процесів. В Україні існує значний потенціал для вдосконалення механізмів іміджевого управління, використання новітніх комунікаційних технологій та створення ефективних PR-кампаній для покращення сприйняття влади громадянами.

Таким чином, дослідження механізмів формування та розвитку позитивного іміджу органів публічної влади на регіональному рівні є актуальним як з наукової, так і з практичної точки зору, що дозволить розробити рекомендації щодо покращення комунікаційних стратегій місцевої влади, зміцнення довіри громадян та підвищення ефективності державного управління.

Стан і ступінь розробки проблеми. Огляд сучасних наукових праць демонструє, що питання формування позитивного іміджу центральних органів виконавчої влади досліджуються такими вченими, як Ю. Битяк, В. Дрешпак, Т.Гаман, Т. Желюк, С. Колосок, М. Логунова, О. Луцький, О. Панасюк, І.Пантелейчук, Є. Ромат, Л. Усаченко, Т. Федорів, І. Хожило та ін. У своїх

дослідженнях автори розглядають різні аспекти формування позитивного іміджу державних органів, механізми його створення та впровадження іміджевої стратегії, особливості сприйняття державних службовців у сучасних умовах, роль медіа у формуванні їхнього іміджу, а також теоретичні підходи до створення позитивного образу держслужбовців. Проте, незважаючи на значну кількість досліджень, у контексті України залишається ряд невирішених питань: відсутність єдиної системи оцінки іміджу місцевих органів влад; недостатнє використання сучасних цифрових технологій у комунікації з громадянами; низький рівень впровадження стратегічного підходу до іміджевого управління на місцевому рівні.

Метою дослідження є аналіз механізмів формування та розвитку позитивного іміджу органів публічної влади на регіональному рівні та розробка рекомендацій щодо їх удосконалення.

Відповідно до мети дипломної роботи були поставлені та вирішені наступні *завдання*:

- визначити сутність, структуру та концептуальні засади іміджу органів публічної влади;
- розглянути особливості процесу формування позитивного іміджу діяльності органів публічної влади на регіональному (місцевому) рівні;
- дослідити етапи та механізми проведення дослідження іміджу місцевих органів влади в Україні;
- провести аналіз діяльності Бориспільської районної ради Київської області, оцінити особливості формування її іміджу, виявити основні проблеми;
- оцінити поточний стан і розвиток іміджу Бориспільської районної ради;
- виявити чинники, що впливають на формування позитивного іміджу місцевих органів влади;
- розробити напрями вдосконалення комунікаційних стратегій Бориспільської районної ради для підвищення її відкритості та прозорості;
- надати практичні рекомендації щодо формування довіри та відкритості місцевої влади перед громадою, включаючи конкретні ініціативи та заходи.

Об'єктом дослідження є процеси формування та розвитку іміджу органів публічної влади на регіональному (місцевому) рівні.

Предмет дослідження - є механізми, методи та інструменти формування та розвитку позитивного іміджу органів публічної влади на регіональному (місцевому) рівні.

У дослідженні використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів для вирішення поставлених завдань. Структурно-логічний аналіз застосовано для побудови логіки та структури роботи, що дозволило систематизувати підходи до формування іміджу органів публічної влади. Для визначення сутності, структури та особливостей іміджу використано методи узагальнення, систематизації, порівняння, групування, аналізу й синтезу, що дало змогу глибше дослідити концептуальні засади іміджу. Історико-логічні методи допомогли виявити тенденції розвитку іміджу місцевих органів влади в Україні, зокрема на прикладі Бориспільської районної ради. При оцінці іміджу та аналізі діяльності ради застосовувалися методи економічного й статистичного аналізу, а також графічне представлення даних для оцінки показників прозорості та ефективності комунікацій. Метод спостереження використовувався для аналізу взаємодії Бориспільської районної ради з громадою, а методи SWOT-аналізу та порівняльного аналізу допомогли виявити сильні та слабкі сторони її іміджу.

Інформаційна база дослідження включає офіційні дані з вебсайту Бориспільської районної ради, звіти про діяльність ради за 2022–2024 роки, а також наукові праці українських і зарубіжних дослідників у сфері публічного управління, іміджу і репутаційного менеджменту. Використовувалися також матеріали соціологічних досліджень, аналітичні звіти з моніторингу громадської думки, опубліковані в періодичних фахових виданнях, таких як "Вісник Національної академії державного управління при Президентові України" та "Державне управління: удосконалення та розвиток". Додатково залучено публікації з наукових конференцій, присвячених темам децентралізації, цифровізації публічного управління та стратегій комунікації, а також дані з офіційних нормативно-правових актів, зокрема Закону України "Про місцеве самоврядування".

Наукова новизна отриманих результатів полягає в *уточненні* теоретичних підходів до визначення сутності іміджу органів публічної влади, зокрема його структури, функцій та етапів формування, що дозволяє систематизувати знання про його вплив на ефективність державного управління. *Вперше* проаналізовано ключові чинники, які впливають на розвиток іміджу місцевих органів влади в умовах сучасних соціально-економічних і політичних трансформацій, з урахуванням специфіки діяльності Бориспільської районної ради. *Розроблено* адаптовані комунікаційні стратегії та практичні рекомендації для вдосконалення іміджу органів публічної влади на регіональному рівні, зокрема з використанням цифрових технологій та інноваційних підходів до взаємодії з громадою.

Практичне значення отриманих результатів полягає в проведенні аналізу чинників та особливостей формування іміджу Бориспільської районної ради, що дозволило ідентифікувати сильні сторони, проблемні аспекти та можливості для вдосконалення. Запропоновано набір інструментів для вдосконалення комунікаційних стратегій ради, які включають впровадження цифрових технологій, організацію громадських слухань та підвищення прозорості звітності. Розроблено практичну концепцію підвищення довіри та відкритості місцевої влади, яка передбачає позитивний вплив на рівень залученості громадян та ефективність управління територіальною громадою. Виконання цих завдань сприятиме підвищенню відкритості, прозорості та ефективності діяльності місцевих органів влади, що, у свою чергу, сприятиме розвитку територіальних громад, залученню населення до процесу прийняття рішень та зміцненню демократичних принципів управління на регіональному рівні. Результати дослідження можуть бути використані іншими органами місцевої влади в Україні для вдосконалення їхнього іміджу та зміцнення взаємодії з населенням.

Структура та обсяг роботи. Дослідження складається із вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – 100 сторінок, а бібліографічний список налічує 87 позиції, з них 2 – іноземною мовою.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

1.1. Поняття, структура та особливості іміджу: концептуальні засади

Імідж є важливим елементом сприйняття особи, організації чи державної інституції в суспільстві. Він формується під впливом різних чинників, включаючи комунікацію, діяльність суб'єкта та громадську думку. У сучасних умовах імідж відіграє ключову роль у забезпеченні довіри, легітимності та ефективності функціонування як приватних, так і державних структур. Зокрема, імідж органів влади впливає на рівень підтримки населення та взаємодію з громадськістю. Для детального розуміння цього феномена необхідно дослідити його концептуальні засади, зокрема поняття, структуру та основні характеристики. Аналіз цих аспектів дозволить нам визначити механізми формування іміджу та фактори, що впливають на його позитивне або негативне сприйняття. Також важливо враховувати соціокультурні, економічні та політичні умови, які визначають особливості іміджу в різних сферах

Формування позитивного іміджу завжди мало важливе значення для організацій всіх форм власності. Важливі суспільні інституції, такі як релігійні організації, армія, спецслужби, фінансові установи та приватні медичні заклади, приділяли значну увагу своєму іміджу для підтримання довіри та успіху.

Теорія іміджу, яка виникла на Заході ще у другій половині XX століття, була відповіддю на необхідність створення у споживачів позитивного враження про товари і послуги [17]. Згідно з ідеями Д. Огілві [76], успіх любого продукту залежить від того, як його сприймає споживач, а не лише від його функціональних характеристик. Американський економіст Болдуїнг [67] у 60-х роках увів поняття "імідж" у бізнес-термінологію, визнавши його важливим інструментом для досягнення успіху.

У 70-х роках теорія іміджу розвинулася в теорію бренд-іміджу, яка зосереджувалася на створенні репутації не тільки окремих товарів, але й цілих брендових ліній. Ще в колишньому радянському союзі, імідж сприймався

переважно негативно, його використовували більше як маніпулятивний прийом буржуазної пропаганди [34].

Сьогодні імідж є невід'ємним елементом бізнесу та політики. Значні ресурси витрачаються на його формування, особливо під час виборчих кампаній. Імідж також відіграє досить важливу роль в індустрії розваг, зокрема в театрі та на естраді.

Термін "імідж" походить від латинського imago – "образ", і відомий ще з давніх часів. У сучасній англійській мові слово image має багато значень, таких як "образ", "зображення", "репутація", "престиж", "уявлення" та "символізувати". У англомовній літературі часто вживається словосполучення image building, що означає "створення репутації" або "формування обличчя організації" [23, с. 56]. Імідж є не лише психічним образом, але й специфічним відображенням певних характеристик, які часто не розглядаються як наукові поняття. Через це поняття "образ" і "імідж" не є тотожними. В. Шепель [65] визначає імідж як зовнішнє відображення образу людини чи організації в очах оточення, яке виступає характеристикою особистості або організації. Таким чином, імідж є «збірним» поняттям.

Існує безліч визначень терміна «імідж», які аналізуються з різних точок зору вчених та практиків. Відомий соціолог Ервін Гофманн зазначив, що імідж є мистецтвом «управління враженням» [20, с. 59]. Згідно з думкою А.Семенова, імідж - це свідомо створений образ, що відображає інтереси організації, грунтуючись на характеристиках її діяльності, внутрішніх закономірностях, перевагах та якостях. Цей образ цілеспрямовано проникає в свідомість (або підсвідомість) цільової аудиторії, відповідає її очікуванням і відрізняє компанію від конкурентів [45, с. 87].

Дослідження І. Альошиної акцентує на значущості іміджу для діяльності організації, підкреслюючи, що корпоративний імідж - це образ підприємства, сформований у свідомості різних соціальних групп [2, с. 16]. Позитивний імідж здатний підвищувати конкурентоспроможність компанії на ринку, залучати

клієнтів і партнерів, а також спрощувати доступ до різних ресурсів (фінансових, інформаційних, людських, матеріальних) [23; 51].

В. Сизоненко зазначає, що імідж — це як позитивний образ будь-якої компанії, який формує стабільну конкурентну перевагу шляхом створення загального сприйняття, репутації та думки суспільства, споживачів і партнерів щодо престижу підприємства та його продукції, а також післяпродажного обслуговування [56, с. 420]. Л. Орбан-Лембрик вважає, що імідж (від англійського image) — це враження, яке організація та її співробітники справляють на людей, і яке закріплюється в їхній свідомості у вигляді емоційно забарвлених стереотипних уявлень, думок і суджень про них [62, с. 543].

На нашу думку, імідж — це комплексний образ, репутація, якісні характеристики лідера, організації або її керівника, а також характер ставлення до них з боку суспільства. Це поліфункціональне явище, яке виконує різні функції.

Отже, імідж можна розглядати як двоаспектне явище: з одного боку, це спосіб психологічного впливу на індивідуальну, групову та масову свідомість, а з іншого — певний психічний образ або соціально-психологічний стереотип. Це узагальнене сприйняття організації, що формується на основі публічної інформації, яка доступна широким масам і залишає певні асоціації в їхній пам'яті [51; 57].

Поняття імідж походить від латинського слова imitari, що означає "імітувати". Дане поняття вже активно увійшло в життя наприкінці XX століття, коли стало ключовим елементом реклами та засобів масової інформації. У суспільстві все більше формувалося усвідомлення цінності іміджу як важливої складової успіху, і це поняття почало активно використовуватися в різних сферах діяльності [11, с. 61].

До основних причин популярності іміджу можна віднести [21; 38]:

- Постійне прагнення людини до лідерства.
- Ідея необхідності створення позитивного враження.

• Феномен соціальної мімікрії (адаптаційна поведінка індивіда або групи) — бажання виглядати більш значимим, ніж є насправді, що може сприяти досягненню соціального успіху.

• Значний розвиток електронних засобів комунікації, які сприяють поширенню іміджу.

Імідж став багатозначним поняттям, яке використовується в різних галузях знань та означає стиль діяльності, манеру спілкування, зовнішню привабливість тощо. Першим, хто ввів це поняття у вітчизняну літературу, був О. Феофанов [69], який розглядав імідж як один із способів впливу на споживача через рекламу.

Отже, *імідж* — це соціальний образ, сформований у свідомості індивідуума чи суспільства через комунікаційні засоби з метою створення певного ставлення до об'єкта. Імідж може виникати стихійно або бути результатом цілеспрямованої роботи. Носіями іміджу можуть бути як люди, так і організації або спільноти.

Суміжні поняття з іміджем включають [16; 50]*:*

•Репутація — загальне враження або думка про когось чи щось, сформоване на основі минулих дій.

•Популярність — прояв прихильності широких мас або широке застосування й відомість.

•Рейтинг — показник оцінки популярності або авторитету, визначений через голосування чи соціологічні опитування.

•Престиж — авторитет і вплив у певній сфері.

•Авторитет — загальновизнана поважність певної особи чи організації.

Імідж тісно пов'язаний з очікуваннями суспільства та законами сприйняття стереотипів. На думку Ф. Котлера [47], імідж додає об'єкту додаткові характеристики, допомагаючи виокремити його серед подібних. У той час як стереотипи, навпаки, нівелюють унікальність об'єкта.

Таким чином, імідж є самостійною смисловою категорією, яка пов'язана з такими поняттями, як образ, репутація і бренд, але має свої особливості та функції у формуванні сприйняття об'єкта в суспільстві.

У сучасній українській мові поняття "образ" має декілька значень, зокрема: ікона, тип, характер, вид, ідеальна форма предметів і явищ, що відображається в свідомості людини, та узагальнене художнє відображення дійсності, виражене через конкретне індивідуальне явище [17; 28]. Образ і імідж пов’язані мовним вираженням, але мають важливі відмінності. Образ — це результат процесу пізнання навколишнього світу, відображення реальності, що існує як суб’єктивна картина цієї реальності в свідомості людини. Він є продуктом свідомості, результатом пізнання, та представляє собою глибший і складніший феномен, ніж імідж [37].

Натомість, імідж — це цілеспрямований і свідомо створений образ, спрямований на досягнення конкретної мети, а саме на формування уявлення про об'єкт і певного ставлення до нього. Імідж має потенціал для маніпуляції свідомістю, оскільки його створення часто базується на контрольованому враженні, і тому його змінити значно простіше, ніж глибинний образ [34].

Співвідношення іміджу та репутації

Як зазначають дослідники В. Татенко, М. Слюсаревський [57], репутація - це результат тривалої оцінки реальних дій і фактів. Імідж, навпаки, може бути створений на основі одномоментного враження і не завжди відображає реальність. Репутація формується в свідомості соціуму поступово і часто спирається на стійкі оцінки, базовані на довірі чи недовірі до іміджу.

Вітчизняні науковці [9; 28; 37; 45 та ін.] ввели таке поняття як "публічний образ", який є основою для формування репутації. Важливо, що саме довіра або недовіра до цього образу з боку соціуму грає вирішальну роль у тому, чи буде репутація позитивною або негативною.

Таким чином, імідж організації чи установи, зокрема в сучасному суспільстві, відіграє ключову роль у забезпеченні успіху. Робота над іміджем

повинна бути систематичною і логічною, адже імідж існує в свідомості як послідовний потік інформації, що формує образні й емоційні реакції оточення.

Далі, в рамках нашого дослідження, зробимо порівняльний аналіз таких понять "*імідж*", "*репутація*" та "*бренд*", що саме складає їхні ключові відмінності та взаємозв'язки [19; 35]:

•*Імідж* — це загальне сприйняття об'єкта, яке формується в свідомості людей на основі різних факторів, включаючи візуальні елементи, комунікацію та поведінку. Імідж є більш широким поняттям і може змінюватися швидше, ніж репутація.

•*Репутація* — це конкретна оцінка, що ґрунтується на реальному досвіді людей, які взаємодіяли з об'єктом. Вона формує довгострокові враження про об'єкт і, як правило, важче підлягає відновленню після негативних подій.

•*Бренд* — це стратегічний інструмент маркетингу, що включає в себе назву, символіку та інші елементи, які допомагають створити і підтримувати позитивний імідж і репутацію. Бренд є довгостроковою інвестицією і служить основою для маркетингових стратегій.

Досвід найуспішніших компаній у світі беззаперечно підтверджує, що в умовах конкуренції між подібними продуктами бренд є досить важливим інструментом для їх ідентифікації споживачами. Бренд - це орієнтоване управління організацією, що охоплює комплекс заходів, спрямованих на збільшення обсягів продажів, зменшення чутливості споживачів до зміни цін та зниження витрат на просування товарів. У результаті цього формується основа для довгострокових і вигідних відносин зі споживачами. У науковій літературі така діяльність характеризується термінами "*управління брендом*" або "*брендинг*".

Для глибшого розуміння сутності понять "імідж", "репутація" та "бренд" на прикладі діяльності органів публічної влади на регіональному рівні доцільно провести їх порівняльний аналіз, що сприятиме більш системному підходу до вивчення механізмів управління іміджем органів влади на місцевому рівні.

У Таблиці 1.1 наочно представлені відмінності та спільні риси цих категорій, визначаючи їхні основні характеристики та вплив на сприйняття органів влади громадянами. Порівняльний підхід дає змогу чітко окреслити роль кожного поняття у формуванні довіри, легітимності та ефективної комунікації з населенням.

Таблиця 1.1

Порівняльна таблиця понять "Імідж", "Репутація" та "Бренд" у діяльності органів публічної влади на регіональному (місцевому) рівні"

Поняття	*Означення*	*Формування*	*Вплив на органи публічної влади*	*Приклади*
Імідж	Сприйняття органу публічної влади цільовою аудиторією, яке формується на основі інформації, отриманої з різних джерел. Це може бути як об'єктивне, так і суб'єктивне сприйняття.	Формується через прозорість діяльності, комунікацію з громадськістю, медіа, публічні заходи, звіти про виконання проектів.	Впливає на довіру громадян, підтримку політики органів влади, ефективність реалізації проектів і програм розвитку території.	Імідж органів місцевого самоврядування, що активно залучають громадян до управлінських процесів, імідж губернатора, що реалізує успішні проекти.
Репутація	Оцінка органу публічної влади, яка базується на досвіді взаємодії з ним, результатах діяльності, конкретних досягненнях.	Формується на основі практичних досягнень, стабільності управління, ефективності вирішення соціальних і економічних проблем.	Впливає на довгострокові відносини з громадянами, залучення інвестицій, розвиток регіонів.	Репутація органів влади, які успішно вирішують проблеми інфраструктури, репутація регіону з низьким рівнем корупції.
Бренд	Сукупність асоціацій, які виникають у громадян при згадці органу публічної влади або певного регіону. Це комплекс елементів, які відрізняють один регіон або орган від іншого.	Формується через унікальну політику, культурні та соціальні ініціативи, маркетингові кампанії, акції, що підвищують впізнаваність.	Впливає на інвестиційну привабливість регіону, туристичний потік, залучення громадян до співпраці з органами влади.	Бренд міста, яке відоме своєю культурною спадщиною та високим рівнем життя, бренд регіону, що активно підтримує стартапи і інновації.

Джерело: складено автором на основі [4; 18; 27; 46]

Як видно з Таблиці 1.1, ключові відмінності між *іміджем, репутацією та брендом* полягають у їхньому змісті та функціях. *Імідж* — це більш широке поняття, яке охоплює всі аспекти сприйняття об'єкта. *Репутація* ж є більш конкретною оцінкою, заснованою на досвіді, тоді як *бренд* виступає інструментом маркетингу, який використовується для створення позитивного іміджу та репутації. Наведені наочно ключові аспекти визначають позитивний імідж, репутацію та бренд органів публічної влади на місцевому та регіональному рівнях. Наприклад, імідж органів влади формується через відкритість та взаємодію з громадськістю, що створює довіру серед населення. Натомість репутація є більш стабільною і довготривалою характеристикою, яка базується на реальних досягненнях у вирішенні соціальних та економічних проблем. Водночас бренд регіону або органу влади створюється завдяки унікальним ініціативам, культурним особливостям та політичним рішенням, що забезпечує впізнаваність та привабливість для громадян і інвесторів.

Між цими поняттями існує тісний взаємозв'язок: *позитивний імідж сприяє формуванню доброї репутації, а репутація підтверджує або спростовує існуючий імідж. Бренд допомагає створити і підтримувати цей позитивний імідж та репутацію, через що важливо управляти кожним з цих аспектів для досягнення загального успіху в розвитку територій і взаємодії з громадянами.*

Важливо розуміти ці відмінності, щоб ефективно управляти іміджем, репутацією та брендом своєї компанії. Додатковими факторами є те, що *імідж може змінюватися швидше, ніж репутація, репутацію важче відновити, ніж створити, а бренд є довгостроковою інвестицією.* Кожен із цих елементів відіграє важливу роль у сприйнятті органів публічної влади та визначає рівень їхньої довіри серед населення. Комплексне управління іміджем, репутацією та брендом сприяє підвищенню ефективності діяльності органів влади, залученню інвестицій та покращенню якості життя громадян. Розуміння взаємозв’язку між цими поняттями дозволяє органам публічної влади формувати стійку позитивну присутність у суспільстві та забезпечувати довготривалу підтримку громадян.

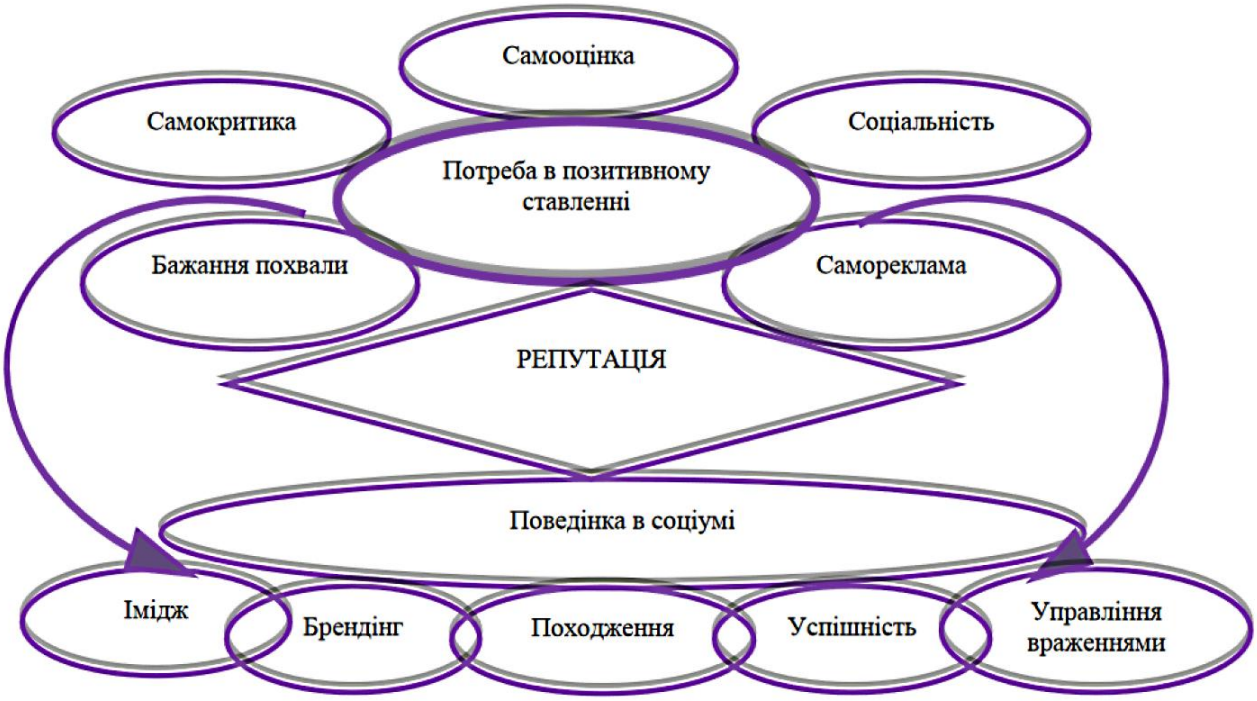


Рис.1.1. Взаємозв'язок "Іміджу", "Репутації" та "Бренду" у діяльності органів публічної влади

Отже, імідж, репутація та бренд органів публічної влади тісно взаємопов'язані, оскільки вони визначають громадське сприйняття та довіру до влади, що впливає на ефективність її діяльності. Формування позитивного іміджу та бренду сприяє зміцненню репутації органів влади, що в свою чергу підвищує рівень підтримки та співпраці з громадськістю.

1.2. Імідж органів публічної влади та його роль у забезпеченні ефективного державного управління

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується глобалізацією, цифровізацією та зростанням інформаційної відкритості, що створює нові надскладні завдання для формування іміджу органів публічної влади. З одного боку, цифрові технології дозволяють швидко доносити інформацію до громадян, з іншого – підвищують вразливість влади до критики та дезінформації.

У працях Дж.Найта та інших дослідників [75] інформаційного суспільства зазначається, що медіа та соціальні мережі стали ключовими платформами для формування громадської думки. Органи влади змушені адаптуватися до цих

умов, використовуючи сучасні інструменти комунікації – від офіційних сайтів до профілів у соціальних мережах. Водночас зростає значення реагування на фейкові новини та інформаційні атаки, які можуть підірвати імідж навіть за наявності об’єктивних успіхів.

Ще одним викликом є потреба в балансі між авторитетом влади та її близькістю до народу. Сучасне суспільство вимагає від органів влади не лише ефективності, а й людяності, емпатії та готовності до діалогу. У цьому контексті імідж стає інструментом, який дозволяє поєднувати ці якості, забезпечуючи ефективне управління в умовах високих очікувань.

Проблематика формування позитивного іміджу органів публічної влади активно досліджується в політичних, соціологічних та управлінських науках. У наукових працях вітчизняних та зарубіжних дослідників [3; 5; 18; 19; 26; 37 та ін.] аналізуються основні механізми іміджевого управління, інструменти комунікації з громадськістю, а також роль медіа та цифрових технологій у підвищенні рівня довіри до влади.

Серед українських науковців, які досліджували це питання, варто виділити В.Бакуменка [5], Л.Горбатенко [12], В.Тертяка, [57], які розглядали проблеми публічного управління та іміджу влади. У зарубіжній науці значний внесок у розвиток теорії іміджевого управління зробили М. Бовен [72], Д.Грюнінг [75], Г.Дженкінс [76], які досліджували роль стратегічних комунікацій у формуванні довіри до державних інституцій. На рівні практичного застосування проблема висвітлюється у звітах міжнародних організацій, таких як Transparency International, Світовий банк, ООН, де наголошується на важливості відкритості, підзвітності та ефективного управління для підвищення довіри громадян до влади [15].

Імідж органів публічної влади є важливим компонентом функціонування державної системи, оскільки він безпосередньо впливає на рівень довіри громадян до влади та ефективність державного управління. В умовах сучасного розвитку демократичного суспільства громадяни мають право на прозорість, відкритість та підзвітність органів публічної влади, що визначає необхідність

формування позитивного іміджу цих органів. Адекватний імідж дозволяє забезпечити підтримку та співпрацю з громадськістю, сприяє успішному впровадженню реформ та покращенню соціально-економічної ситуації в країні.

Роль іміджу не зводиться лише до створення позитивного образу; він також сприяє розвитку культури взаємодії між органами влади та суспільством, зміцненню правової держави. Успішне управління потребує не лише технічної компетентності, але й вміння правильно презентувати свою діяльність. Імідж органів публічної влади формує громадську думку, впливає на політичну стабільність і може бути важливим чинником у процесі демократичного розвитку держави [15, с. 167]. Водночас, негативний імідж може призвести до політичної кризи, зниження рівня громадської довіри та ефективності державного управління. Тому формування та підтримка позитивного іміджу є важливою складовою стратегії розвитку органів публічної влади. У цьому контексті особливу увагу слід приділяти не лише зовнішнім проявам іміджу, а й внутрішнім процесам, що сприяють його формуванню. Високий імідж органів публічної влади стає основою для стабільного та ефективного функціонування державних інституцій.

Підтримка позитивного іміджу також включає постійну оцінку та коригування стратегії комунікації з громадськістю, адже інформаційне поле швидко змінюється. Для досягнення максимального ефекту важливо забезпечити не лише прозорість, але й активну взаємодію з громадянами через діалог та відкриті канали зв'язку. Це дозволяє створювати атмосферу довіри і підтримки серед населення, що є основою для ефективного управління. Окрім цього, позитивний імідж органів влади сприяє підвищенню міжнародного авторитету країни, що може мати важливі наслідки для зовнішньої політики та міжнародних відносин.

Імідж органів публічної влади – це комплексне уявлення громадськості про діяльність державних та місцевих органів, що формується на основі офіційних рішень, поведінки посадових осіб, комунікаційної стратегії та взаємодії з суспільством [25, с. 155].

В умовах ефективного державного управління імідж відіграє ключову роль, оскільки він визначає рівень довіри громадян до влади, сприяє налагодженню конструктивного діалогу між владою та суспільством, а також впливає на соціально-економічний розвиток регіонів. В Україні, фактично, формування позитивного іміджу органів публічної влади стикається з низкою проблем, серед яких недостатня відкритість та прозорість державних інституцій, а також низький рівень комунікації з громадянами (є більше «штучно представленим», має формальний характер). Часті політичні кризи, корупційні скандали та невиконання передвиборчих обіцянок підривають довіру населення до влади та негативно позначаються на її репутації. Відсутність єдиної стратегії управління іміджем та недостатнє використання сучасних інформаційних технологій також ускладнюють процес налагодження ефективної взаємодії між владою та суспільством. Як наслідок, громадяни часто сприймають діяльність органів влади через призму негативного досвіду, що перешкоджає соціальній згуртованості та розвитку демократичних інститутів. Це, в свою чергу, знижує ефективність державного управління та сприяє посиленню політичної дестабілізації. У такій ситуації важливою є розробка чіткої комунікаційної стратегії, яка дозволить побудувати довіру між громадянами та органами публічної влади. Важливими аспектами цієї стратегії є не лише відкритість та прозорість, але й здатність до швидкого реагування на інформаційні виклики, що можуть виникнути в умовах цифрової епохи. У підсумку, ефективне управління іміджем органів публічної влади є необхідним для забезпечення стабільності та розвитку суспільства в цілому.

Позитивний імідж органів публічної влади забезпечує [12; 45]:

- Зростання довіри громадян – підвищення легітимності влади та її рішень.
- Ефективність комунікації – забезпечення відкритості та прозорості діяльності владних структур.
- Підвищення інвестиційної привабливості регіону – створення сприятливих умов для бізнесу та міжнародного співробітництва.

- Формування активного громадянського суспільства – залучення громадян до процесу ухвалення рішень.

Таким чином, формування позитивного іміджу органів публічної влади є стратегічним завданням підвищення ефективності місцевого самоврядування, зміцнення демократії та сталого розвитку суспільства.

Органи публічної влади – це інститути, що реалізують державну політику, ухвалюють рішення та забезпечують функціонування суспільства [23]. Їхній імідж є складним явищем, що складається з кількох ключових компонентів: *репутація, візуальна ідентичність, комунікаційна стратегія та суспільне сприйняття результатів діяльності.* Кожен із цих компонентів відіграє свою роль у створенні загального образу влади.

Репутація органів влади базується на їхній історії, традиціях та ефективності виконання функцій. У дослідженнях Ф. Котлера, відомого спеціаліста з маркетингу, зазначається, що репутація є результатом накопиченого досвіду взаємодії організації з її аудиторією [47]. Для органів публічної влади це означає, що негативні прецеденти (корупція, неефективність) можуть суттєво підірвати довіру громадян, тоді як позитивні досягнення (соціальна підтримка, прозорість) сприяють її зміцненню.

Візуальна ідентичність включає символіку, яка асоціюється з органами влади, наприклад, герби, прапори, уніформа працівників. Такі елементи допомагають створювати впізнаваність і асоціювати владу з певними цінностями, такими як стабільність чи справедливість. Комунікаційна стратегія охоплює способи, якими влада доносить інформацію до громадян – через офіційні заяви, ЗМІ чи соціальні мережі. У сучасному світі, де інформаційні технології відіграють ключову роль, ефективність комунікації безпосередньо впливає на імідж [26].

Формування іміджу органів публічної влади відбувається під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. До *внутрішніх* належать організаційна культура, рівень професіоналізму працівників, а також якість управлінських рішень. *Зовнішні* чинники включають суспільні настрої, економічну ситуацію,

вплив медіа та діяльність опозиційних сил. У цьому контексті важливим є розуміння того, що імідж не є статичним: він постійно трансформується під впливом подій та інформаційного поля [35].

В цьому контексті далі розглянемо роль іміджу в забезпеченні ефективного державного управління.

Якщо державне управління розглядається як процес реалізації владних повноважень, що спрямоване на досягнення суспільного блага, підтримку стабільності та розвиток країни, то ефективність цього процесу значною мірою залежить від того, наскільки громадяни довіряють органам влади та готові співпрацювати з ними [27]. Імідж, у свою чергу, виступає мостом між владою та суспільством, впливаючи на рівень легітимності та підтримки державних ініціатив.

У науковій літературі, зокрема в працях М. Вебера [11], підкреслюється, що легітимність влади є основою її стабільності. Позитивний імідж сприяє зміцненню цієї легітимності, оскільки створює у громадян відчуття, що влада діє в їхніх інтересах. Наприклад, коли органи публічної влади демонструють прозорість, підзвітність та готовність до діалогу, це підвищує довіру до них і знижує соціальну напругу.

Ефективне державне управління також передбачає швидке реагування на кризи та вирішення конфліктів. У таких ситуаціях імідж відіграє роль "запасу міцності": якщо влада має позитивний образ, суспільство більш схильне терпіти тимчасові труднощі чи непопулярні рішення. Натомість негативний імідж може призвести до протестів, саботажу чи втрати підтримки навіть за умов об’єктивно успішної діяльності.

Крім того, імідж впливає на внутрішню ефективність органів влади. Позитивне сприйняття сприяє залученню кваліфікованих кадрів, підвищенню мотивації працівників і створенню сприятливого організаційного клімату. У цьому сенсі імідж є не лише зовнішнім атрибутом, а й внутрішнім ресурсом, що сприяє оптимізації управлінських процесів [36, с. 199].

Представлена Таблиця 1.2 наочно демонструє ключові аспекти ролі іміджу в державному управлінні, що дозволяє чітко простежити його значення, вплив та конкретні приклади реалізації. Проведений нами структурований аналіз демонструє взаємозв'язок між іміджем державних інституцій і ефективністю їхньої діяльності, що допомагає комплексно оцінити, як саме формування позитивного іміджу впливає на різні сфери управління.

Таблиця 1.2

Роль іміджу в забезпеченні ефективного державного управління

Аспект	*Значення*	*Вплив на державне управління*	*Приклади реалізації*
Легітимність влади	Формує довіру громадян до державних інститутів	Підвищує рівень підтримки урядових рішень, сприяє стабільності	Відкритість влади, антикорупційні ініціативи
Ефективність комунікації	Покращує взаємодію між державою та суспільством	Зменшує соціальну напругу, підвищує якість зворотного зв'язку	Прозорість ухвалення рішень, робота прес-служб
Мотивація державних службовців	Стимулює професіоналізм і відповідальність	Підвищує якість державних послуг, зменшує бюрократизм	Впровадження етичних стандартів, навчальні програми для держслужбовців
Залучення інвестицій	Створює позитивний імідж країни на міжнародній арені	Покращує економічну стабільність, сприяє розвитку бізнесу	Дипломатичні ініціативи, міжнародні форуми та рейтинги

Джерело: складено автором на основі [28; 47; 61]

Значний акцент зроблено на комунікаційній складовій, оскільки прозорість та відкритість влади безпосередньо впливають на її авторитет і сприйняття. Окремо варто відзначити роль іміджу у залученні інвестицій, що є стратегічним чинником економічного зростання. Підкреслюється важливість професіоналізму державних службовців, оскільки їхній імідж формує загальне сприйняття державного апарату.

Проте, для повноти аналізу можна було б додати ще один аспект, наприклад, вплив іміджу на міжнародну співпрацю та геополітичний статус країни.

Механізми створення позитивного іміджу центральних органів виконавчої влади є фрагментованими та неструктурованими. Нинішні кризові явища в державному управлінні, зниження рівня життя населення, а також економічна й політична нестабільність мають значний вплив на діяльність органів влади, зокрема центральних органів виконавчої влади, і на те, як їх діяльність висвітлюється у ЗМІ. Окремі політичні діячі активно формують свій імідж перед виборами або під час політичних змін, тоді як результати роботи органів влади часто показуються лише вибірково, з метою зменшення соціальної напруги щодо певних питань, що свідчить про необхідність проведення системного аналізу наявних механізмів формування позитивного іміджу центральних органів виконавчої влади та їх удосконалення.

Позитивний імідж державного управління є ключовим фактором стабільності, ефективності та розвитку країни. Імідж органів публічної влади не лише відображає їхню репутацію, а й активно впливає на ефективність їхньої роботи. Високий рівень довіри до влади сприяє не тільки успішному управлінню, але й зміцненню стабільності в суспільстві. Крім того, позитивний імідж стимулює розвиток правових та демократичних інститутів, забезпечуючи більш ефективне реагування на виклики часу. У кінцевому рахунку, імідж органів публічної влади є основою для створення сприятливого середовища для розвитку економіки, політики та соціальних відносин.

Також важливо врахувати, що в умовах глобалізації імідж органів влади може суттєво впливати на міжнародне співробітництво та інвестиційну привабливість країни. Негативний імідж, навпаки, може стати перешкодою для розвитку зовнішньої політики та міжнародних партнерств, знижуючи рівень довіри з боку інших держав та міжнародних організацій.

1.3. Особливості процесу формування позитивного іміджу діяльності органів публічної влади на регіональному (місцевому) рівні

Процес формування позитивного іміджу органів публічної влади на регіональному (місцевому) рівні є необхідним для забезпечення ефективної взаємодії між владою та громадою. У умовах демократичного суспільства громадськість має значний вплив на імідж місцевих органів влади, що вимагає прозорості, відкритості та оперативності в їх діяльності. Позитивний імідж сприяє зміцненню довіри населення до органів публічної влади, що є основою для стабільного розвитку регіону. Важливими елементами цього процесу є ефективне управління інформацією, взаємодія з медіа та активне залучення громадян до прийняття рішень. Однак формування позитивного іміджу потребує комплексного підходу, що включає як організаційно-правові питання, так і стратегічну комунікацію. Одним із основних завдань місцевої влади є подолання бар'єрів у спілкуванні з населенням та надання реальних результатів для покращення якості життя. Для цього необхідно враховувати індивідуальні особливості регіону, культурні та соціальні фактори, що безпосередньо впливають на сприйняття влади. У цьому контексті важливу роль відіграють заходи, спрямовані на побудову довгострокових і взаємовигідних відносин між органами місцевого самоврядування та громадянами [34, с. 122].

Формування іміджу центральних органів виконавчої влади – це сукупність стимулів, методів, регуляторних механізмів та практичних заходів, які використовуються для створення позитивного сприйняття цих органів [19; 28]. Водночас, дані механізми мають організаційний характер, оскільки вони включають різноманітні елементи, що сприяють ефективному управлінню процесом формування іміджу.

Розробка позитивного іміджу центральних органів виконавчої влади має базуватися на довгостроковій та науково обґрунтованій стратегії, яка відповідає актуальним викликам часу. Вона повинна враховувати реальні можливості держави, її міжнародний статус, а також сприяти подоланню комплексу

меншовартості, що є характерним для української ментальності. Головною метою такої стратегії має стати визначення нових реалістичних цілей розвитку країни.

На думку І.Пантелейчука [64], одним із ключових чинників іміджу державних органів є реалізація національних інтересів. Формування позитивного образу влади, що безпосередньо залежить від економічної, військової, фінансової та науково-технічної спроможності країни. Крім того, важливими завданнями є зміцнення геополітичних позицій держави, підвищення рівня життя громадян, а також розвиток культурного й інтелектуального потенціалу суспільства.

Імідж державних установ виконує три основні комунікаційні функції [4]:

- сприяє кращому сприйняттю громадянами інформації про державну політику та управлінські процеси;
- забезпечує позитивне ставлення суспільства до діяльності органів влади;
- формує відповідні установки щодо підтримки державних інституцій.

Для ефективного формування іміджу необхідно враховувати його основні характеристики, серед яких [45, с. 277]:

- синтетичний характер іміджу, який створюється для формування цілісного враження;
- достовірність та правдивість образу, що є досить важливим для завоювання довіри громадян;
- чіткість, конкретність і спрощеність іміджу, що сприяє його кращому запам’ятовуванню та сприйняттю.

Розробка та впровадження іміджевої стратегії потребує чіткого визначення принципів і завдань. У цьому контексті цікавим є досвід Європейської Комісії, яка розробила "Білу книгу з комунікаційної політики ЄС" [31]. У документі закріплено основні принципи іміджевої політики, серед яких:

- забезпечення права громадян на інформацію та свободу слова;
- активне залучення населення до політичних процесів через доступ до інформаційних ресурсів, у тому числі цифрових;
- урахування соціокультурного різноманіття при формуванні іміджевих стратегій;

• створення можливостей для громадського діалогу та взаємодії з владними структурами.

Крім того, "Біла книга з комунікаційної політики ЄС" визначає три ключові цілі іміджевої політики [23; 35]:

1. *Підвищення інформаційної грамотності населення* – сприяння розвитку навичок користування цифровими ресурсами для отримання достовірної інформації та участі у суспільних дискусіях. У межах ЄС діють освітні програми, такі як "Еразмус", "Леонардо да Вінчі" та "Сократ", що забезпечують громадянам можливості для навчання та обміну досвідом.

2. *Сприяння комунікації між громадянами* – створення платформ для обговорення суспільно важливих питань, що сприяє зміцненню довіри до влади та формуванню конструктивного діалогу між різними соціальними групами.

3. *Забезпечення ефективного зворотного зв'язку між владою і суспільством* – механізми комунікації мають давати змогу оцінювати ефективність урядових рішень, коригувати політичний курс та адаптувати державну політику відповідно до потреб громадян.

Отже, ефективне формування іміджу центральних органів виконавчої влади потребує комплексного підходу, що включає як стратегічне планування, так і активну взаємодію з громадянами, спрямовану на забезпечення відкритості, прозорості та довіри до влади.

Головним пріоритетом у процесі побудови іміджу органів державної влади є налагодження ефективної співпраці з громадськістю, що сприяє створенню позитивного сприйняття діяльності державних установ.

На думку С. Серьогіна, ключовими механізмами формування іміджу центральних органів виконавчої влади є [53, с. 6]:

1. Визначення основних потреб аудиторії та її окремих сегментів, що дає змогу побудувати основу іміджу цих органів.

2. Доповнення іміджу характеристиками, які відповідають очікуванням суспільства та можуть бути природно продемонстровані органами влади.

3. Використання різних каналів комунікації для донесення інформації про імідж у доступній та зрозумілій для громадян формі.

Формування іміджу державного службовця включає такі етапи [20; 38]:

- представлення особистості через знаково-символьні форми, що є зрозумілими та прийнятними для цільової аудиторії;
- надання цим формам значень і смислів, які адекватно сприймаються аудиторією;
- підтримка створеного іміджу шляхом постійного моніторингу його сприйняття та внесення коригувань за необхідності;
- за потреби – трансформація, збереження або зміна іміджу шляхом коригування знаково-символьних елементів [38, с. 271].

Для успішного формування іміджу органів публічної влади важливо враховувати соціокультурні особливості цільової аудиторії та її очікування щодо функціонування влади. Визначення пріоритетів у комунікаційній політиці дозволяє органам влади забезпечити відповідний рівень прозорості та доступності інформації. Окрім того, необхідно активно залучати громадськість до процесів прийняття рішень, що підвищує довіру та сприяє формуванню конструктивних відносин між владою та населенням. Завдяки комплексному підходу, що включає зворотній зв'язок, можна ефективно адаптувати державну політику та відповісти на актуальні виклики сучасного суспільства.

На початкових етапах побудови іміджу центральних органів виконавчої влади необхідно чітко визначити мету, цільову аудиторію та ключові характеристики, які слід підкреслювати. Також важливо обрати відповідні канали комунікації, зокрема засоби масової інформації (ЗМІ) та інтернет-ресурси.

В рамках нашого дослідження далі розглянемо роль засобів масової інформації у формуванні іміджу.

Засоби масової інформації (ЗМІ) відіграють важливу роль у формуванні іміджу органів публічної влади, оскільки вони є основними каналами комунікації з громадськістю. Через ЗМІ передається інформація про діяльність органів влади, що безпосередньо впливає на суспільне сприйняття та довіру до них. Важливо,

щоб ЗМІ здійснювали об'єктивне та неупереджене висвітлення подій, що дозволяє формувати правильне уявлення про роботу влади. Керування інформаційними потоками через ЗМІ допомагає забезпечити прозорість і підзвітність органів влади. Водночас, позитивне висвітлення дій влади в ЗМІ сприяє створенню її позитивного іміджу в очах громадян.

ЗМІ відіграють значну роль у створенні та підтримці іміджу центральних органів виконавчої влади. Вони включають пресу, радіо, телебачення, інтернет-видання, відео- та аудіозаписи, рекламні матеріали тощо. Основні характеристики ЗМІ [42; 63]:

- регулярне звернення до масової аудиторії;
- доступність для широкого загалу;
- корпоративний підхід до поширення інформації.

ЗМІ висвітлюють діяльність органів влади, включаючи інформацію про керівництво, політичну та громадську активність, а також забезпечують контроль за їхньою діяльністю, слугуючи ефективним каналом зворотного зв’язку з громадськістю [54, с. 140].

Принципи формування позитивного іміджу

На думку Г. Почепцова [60], існують такі закони створення іміджу:

1. *Закон додавання* – поєднання кількох іміджів створює сильніший образ.

2. *Закон віднімання* – незначні негативні риси не шкодять іміджу, а можуть зробити його більш реалістичним.

3. *Закон ділення* – акцентування певної характеристики може змінити її сприйняття.

4. *Закон множення* – імідж може переноситися на окремі його складові (наприклад, партійний імідж впливає на сприйняття її представників).

5. *Закон поширення* – ефективність іміджу залежить від його комунікаторів та каналів поширення.

6. *Закон контекстної подачі* – сприйняття іміджу залежить від ситуації, у якій він представлений [60, с. 117-119].

Механізми формування позитивного іміджу

Основні заходи, які необхідно здійснювати для створення позитивного іміджу центральних органів виконавчої влади [43]:

- ведення активного діалогу з громадськістю;
- сприяння формуванню правової та політичної культури в суспільстві.

Аналіз опрацьованої нами наукової літератури [3; 17; 29; 55] дозволяє визначити ключові етапи цього процесу:

1. Постійний моніторинг громадської думки та оцінка ставлення суспільства до діяльності органів влади;

Головним пріоритетом у процесі побудови іміджу органів державної влади є налагодження ефективної співпраці з громадськістю, що сприяє створенню позитивного сприйняття діяльності державних установ.

На думку С.Серьогіна, ключовими механізмами формування іміджу центральних органів виконавчої влади є [53, с. 6]:

1. Визначення основних потреб аудиторії та її окремих сегментів, що дає змогу побудувати основу іміджу цих органів.

2. Доповнення іміджу характеристиками, які відповідають очікуванням суспільства та можуть бути природно продемонстровані органами влади.

3. Використання різних каналів комунікації для донесення інформації про імідж у доступній та зрозумілій для громадян формі.

Комплексний механізм формування позитивного іміджу центральних органів виконавчої влади може складатися з таких видів механізмів: е*кономічного, мотиваційного, організаційного, політичного, правового, кадрового, фінансово-економічного, наукового, інформаційно-технологічного, моніторингового та контролюючого*. Зазначені механізми повинні бути враховані у проекті Концепції формування іміджу центральних органів виконавчої влади, що включає методичне, організаційне та комунікативне забезпечення цього процесу [26].

Імідж органів публічної влади на місцевому та регіональному рівнях має важливе значення для забезпечення ефективного управління та розвитку територій. Формування позитивного іміджу органів місцевого самоврядування і регіональних органів влади є невід’ємною складовою стратегії забезпечення

стабільності та розвитку на цих рівнях. Існує низка факторів, які впливають на формування іміджу, і вони можуть бути як внутрішніми, так і зовнішніми.

Таблиця 1.3

Фактори, що впливають на формування іміджу органів публічної влади на місцевому та регіональному рівні

Фактор	*Основний зміст фактору*	*Вплив на імідж органів влади*
1. Прозорість і підзвітність органів влади	Відкритість у прийнятті рішень, доступність інформації щодо бюджету, програм розвитку та проведення публічних слухань.	Сприяє формуванню довіри з боку населення, підвищує ефективність управлінської діяльності, зміцнює позитивний імідж органів влади.
2. Комунікація з громадськістю та медіа	Чітка стратегія комунікації, використання соціальних мереж, прес-релізів, публічних заходів для донесення інформації про діяльність органів влади.	Створює позитивний образ органів влади, зміцнює довіру громадян через об'єктивну інформацію та взаємодію з медіа.
3. Рівень ефективності управління та реалізація проектів	Ефективне вирішення соціальних, економічних та інфраструктурних питань, реалізація важливих проектів.	Покращує імідж завдяки успішно реалізованим проектам, що підвищують рівень життя громадян і демонструють ефективність органів влади.
4. Соціальна відповідальність та сталий розвиток	Врахування соціальних та екологічних аспектів розвитку територій, підтримка екологічних ініціатив та місцевих громадських організацій.	Формує позитивний імідж, сприяє розвитку сталого та соціально відповідального управління, залучає громаду до активної участі.
5. Кадрова політика та професіоналізм працівників органів влади	Високий рівень професіоналізму, етика та компетентність державних службовців, прозорість у прийнятті на роботу та просуванні по службі.	Визначальний фактор для ефективного управління, формує довіру до органів влади через професіоналізм та етичні стандарти.
6. Зовнішні політичні та економічні фактори	Вплив політичної ситуації в країні, економічні зміни та міжнародна репутація.	Зовнішні фактори можуть підтримати або підірвати довіру до органів влади залежно від стабільності політичної та економічної ситуації.

Продовження Таблиці 1.3

Фактор	*Основний зміст фактору*	*Вплив на імідж органів влади*
7. Історичний та культурний контекст	Історія розвитку території та культурні традиції, специфіка місцевих громад, їхні потреби та цінності.	Врахування місцевих реалій сприяє гармонізації іміджу органів влади з очікуваннями громадян, що підвищує соціальний капітал.
8. Фінансова стабільність та ефективне використання ресурсів	Управління фінансовими ресурсами, залучення інвестицій, ефективний розподіл бюджетних коштів.	Покращує імідж завдяки демонстрації здатності органів влади до сталого розвитку та економічного зростання.
9. Взаємодія з іншими регіонами та органами влади	Співпраця з центральними органами влади, іншими регіонами на основі партнерства та ефективної координації.	Підвищує імідж органів влади через демонстрацію ефективної взаємодії на різних рівнях управління.
10. Реакція на кризові ситуації	Швидка та ефективна реакція на кризові ситуації, підтримка постраждалих, забезпечення стабільності в умовах катастроф або соціальних конфліктів.	Ключовий фактор для відновлення довіри та збереження позитивного іміджу, сприяє стабільності в управлінні в кризових умовах.

Джерело: складено автором на основі [14; 43; 64]

Імідж органів влади визначається численними взаємопов’язаними чинниками, що охоплюють як внутрішні процеси, так і зовнішні обставини. Одним з найважливіших факторів є прозорість та підзвітність органів влади. Доступність інформації про діяльність органів влади сприяє зростанню довіри громадян, що підкреслює важливість відкритості у прийнятті рішень для підтримки позитивного іміджу.

Комунікація з громадськістю та медіа є важливою складовою, оскільки вона дозволяє органам влади доносити свою політику до населення, зміцнюючи імідж і забезпечуючи зворотний зв'язок. Відкритість у медіапросторі не лише формує позитивний образ, але й активно залучає громадян до процесів управління.

Рівень ефективності управління та реалізація проектів є наступним важливим чинником. Успішне вирішення соціальних, економічних та

інфраструктурних проблем безпосередньо впливає на сприйняття органів влади. Реалізація проектів, що поліпшують умови життя населення, значно підвищує авторитет органів влади.

Соціальна відповідальність та сталий розвиток підкреслюють значення екологічних і соціальних ініціатив у формуванні іміджу. Урахування потреб різних соціальних груп та екологічних стандартів робить органи влади більш наближеними до населення та забезпечує гармонійний розвиток територій.

Кадрова політика та професіоналізм державних службовців визначають ефективність управління. Органи влади, які підтримують високий рівень професіоналізму серед своїх працівників і забезпечують прозорість у просуванні, отримують позитивну оцінку громадян.

Зовнішні політичні та економічні фактори можуть як сприяти, так і ускладнювати формування іміджу. Політична стабільність та економічний розвиток безпосередньо впливають на довіру до органів влади. Історичний і культурний контекст також має значення, оскільки сприйняття діяльності органів влади тісно пов’язане з місцевими традиціями та цінностями.

Фінансова стабільність і ефективне використання ресурсів свідчать про здатність органів влади забезпечити сталий розвиток. Співпраця з іншими регіонами та органами влади підвищує імідж органів влади завдяки спільним зусиллям на різних рівнях.

Реакція на кризові ситуації є вирішальним фактором для відновлення довіри в умовах нестабільності. Швидка та ефективна реакція на кризові виклики, підтримка постраждалих і забезпечення стабільності є основними умовами для збереження позитивного іміджу органів публічної влади.

Загалом, формування іміджу на місцевому та регіональному рівнях залежить від комплексної взаємодії численних чинників, які впливають як на внутрішні процеси в органах влади, так і на зовнішнє сприйняття їх діяльності. Врахування цих чинників є важливим кроком до забезпечення успіху в управлінні територіями та сприяння стабільному розвитку держави.

Висновки до першого розділу

1. На основі проведеного аналізу та узагальнення наукових джерел досліджено поняття «імідж», що визначено як важливий елемент сприйняття особи чи організації в суспільстві, формуючись під впливом комунікації, діяльності та громадської думки. Він відіграє ключову роль у забезпеченні довіри, легітимності та ефективності, впливаючи на взаємодію з громадськістю, підтримку населення та конкурентоспроможність організацій.

2. Зазначено, що імідж органів публічної влади є багатогранним явищем, що включає репутацію, комунікацію та суспільне сприйняття їхньої діяльності. Він формується під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів і відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного державного управління. Позитивний імідж сприяє легітимності влади, підвищує довіру громадян, оптимізує управлінські процеси, створює сприятливе середовище для реалізації політичних та соціально-економічних реформ, що, у свою чергу, зміцнює стабільність державних інститутів.

Проведений аналіз факторів, що впливають на формування іміджу органів публічної влади на місцевому та регіональному рівні, показав, що прозорість, ефективність управління та комунікація з громадськістю є ключовими для побудови довіри з боку населення. Важливим є також врахування соціальних, екологічних та економічних аспектів, що сприяють сталому розвитку територій. Успішне поєднання цих факторів дозволяє органам влади створювати позитивний і стабільний імідж, що підтримує ефективне державне управління.

3. Механізм формування іміджу центральних органів виконавчої влади можна охарактеризувати як комплекс стимулів, інструментів, важелів, регуляторних впливів та практичних заходів, які забезпечують процес створення іміджу цих органів.

Аналіз дозволив виокремити основні етапи механізму формування позитивного іміджу, серед яких: регулярний моніторинг і аналіз думок,

ставлень і позицій у середовищі, що підлягає впливу; оцінка впливу дій органу влади на громадськість і коригування цих дій, якщо вони суперечать інтересам суспільства; встановлення та підтримка стабільних двосторонніх зв'язків між органом влади та громадськістю; створення єдиної та ефективної державної інформаційної політики; постійне проведення соціологічних досліджень для оцінки настроїв населення; налагодження ефективної співпраці між центральними органами влади та ЗМІ; формування висококваліфікованого складу державних службовців, що сприяє підвищенню ефективності роботи органів виконавчої влади.

До основних механізмів формування позитивного іміджу центральних органів виконавчої влади належать: правовий, організаційно-інституційний, кадровий, фінансово-економічний, науковий, інформаційно-технологічний, моніторинговий та контрольний механізми.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ ІМІДЖУ ОРГАНІВ ВЛАДИ В УКРАЇНІ

2.1. Етапи та механізм проведення дослідження іміджу місцевих органів влади в Україні

Дослідження іміджу місцевих органів влади є важливою складовою аналізу ефективності управління на місцевому рівні та взаємодії органів влади з громадянами. Імідж місцевої влади впливає на рівень довіри населення до її діяльності, а також на сприйняття ефективності управлінських рішень. Важливим є комплексний підхід до оцінки цього іміджу, що включає різноманітні методи збору даних, аналіз медіаполя, соціологічні опитування та експертні оцінки та ін. Для отримання об'єктивних результатів необхідно враховувати специфіку місцевих громад, особливості комунікаційної політики та рівень прозорості діяльності органів влади. Крім того, оцінка іміджу повинна бути побудована на основі багатофакторного аналізу, що включає в себе як суб'єктивні, так і об'єктивні параметри. Механізм дослідження передбачає поетапне виконання, що дозволяє системно оцінити кожен аспект діяльності місцевих органів влади. Визначення ключових етапів та методів дослідження дозволяє розробити ефективні стратегії для покращення іміджу органів місцевого самоврядування в Україні.

Дослідження іміджу місцевих органів влади в Україні ґрунтується на комплексному аналізі громадської думки, комунікаційної діяльності влади та ефективності її роботи. Для отримання об’єктивних даних застосовуються різні методи збору та аналізу інформації, що дозволяють оцінити рівень довіри громадян, сприйняття діяльності влади та фактори, які впливають на формування її іміджу.

У Таблиці 2.1 наведемо етапи дослідження, послідовність проведення аналізу іміджу місцевої влади, а також конкретні завдання, методи та очікувані результати для кожного етапу, що є важливим для оцінки ефективності та впливу органів місцевого самоврядування на громадське сприйняття.

Таблиця 2.1

Етапи дослідження стану іміджу місцевих органів влади в Україні

№	*Етап дослідження*	*Цілі дослідження*	*Головні завдання*	*Очікуваний результат*
1	Формулювання цілей і завдань	Визначення ключових питань іміджу місцевої влади (рівень довіри, ефективність комунікації, прозорість, корупція)	Визначаються ключові критерії дослідження іміджу місцевої влади (*довіра населення, комунікаційна ефективність, прозорість, рівень корупції*). Проводиться аналіз попередніх досліджень, визначаються проблемні зони та формуються гіпотези щодо стану і розвитку іміджу.	Чітке окреслення напрямків аналізу
2	Вибір методів дослідження	Використання соціологічних опитувань, аналізу медіаконтенту, експертних оцінок та статистичних даних	Вибираються найбільш ефективні методи збору даних: опитування, аналіз медіа, експертні оцінки, статистичні дані. Визначаються джерела інформації та створюється план дослідження.	Вибір оптимальних інструментів збору інформації
3	Проведення соціологічних опитувань	Анкетування громадян щодо їхнього ставлення до влади, рівня довіри та прозорості діяльності	Проводяться онлайн та офлайн опитування, телефонні інтерв'ю, фокус-групи з представниками різних соціальних категорій. Анкетування містить питання про рівень довіри, задоволеність послугами, прозорість роботи місцевої влади.	Отримання репрезентативних даних громадської думки
4	Аналіз медіаполя	Вивчення публікацій у ЗМІ, соцмережах, офіційних ресурсах місцевої влади	Здійснюється моніторинг публікацій у ЗМІ, соцмережах, офіційних ресурсах влади. Аналізується тональність матеріалів (негативна, нейтральна, позитивна), частота згадувань, реакція громадськості. Використовуються спеціальні сервіси аналізу медіа (Semantrum, YouScan тощо).	Визначення тональності та характеру інформаційного середовища
5	Моніторинг комунікаційної політики місцевої влади	Аналіз активності органів влади у соцмережах, використання електронних сервісів, взаємодія з громадянами	Оцінюється активність влади у соцмережах, використання електронних сервісів, відповідність комунікаційних стратегій сучасним стандартам. Аналізується рівень залучення громадян до ухвалення рішень через петиції, громадські обговорення, відкриті зустрічі.	Оцінка відкритості та ефективності комунікацій

Продовження Таблиці 2.1

№	*Етап дослідження*	*Цілі дослідження*	*Головні завдання*	*Очікуваний результат*
6	Оцінка ефективності управлінських рішень	Аналіз реалізації місцевих програм, інфраструктурних проєктів та інших ініціатив	Досліджуються результати реалізації місцевих програм, бюджетних витрат, інфраструктурних проєктів. Аналізуються статистичні показники та співставляються з поставленими цілями.	Визначення результативності роботи органів влади
7	Порівняння отриманих даних	Співставлення результатів за різні періоди	Співставляються результати досліджень за різні періоди (щорічно, щоквартально), аналізуються зміни в громадській думці, ефективності управління та комунікацій. Формуються висновки щодо тенденцій у зміні іміджу влади.	Виявлення тенденцій змін іміджу місцевої влади

Джерело: складено автором на основі [22;41; 54]

Дослідження безпосередньо проводиться на основі даних соціологічних служб, державних аналітичних центрів, незалежних дослідницьких організацій та офіційної статистики. Комплексний підхід до вивчення стану іміджу місцевих органів влади дозволяє виявити ключові тенденції та визначити шляхи його покращення.

Далі більш детально розглянемо механізм проведення дослідження іміджу місцевих органів влади в Україні

1. *Визначення ключових питань дослідження іміджу місцевої влади.* Формулювання цілей і завдань дослідження є початковим етапом, що закладає основу для подальшого аналізу іміджу місцевої влади, що включає кілька важливих кроків, які забезпечують структурованість і логічну послідовність у проведенні дослідження. На цьому етапі проводиться визначення основних характеристик, які формують сприйняття місцевих органів влади громадянами. До таких характеристик належать:

- *Рівень довіри населення* – наскільки громадяни вважають місцеву владу надійною та ефективною.

• *Ефективність комунікації* – здатність влади доносити інформацію до населення, прозорість у прийнятті рішень, активність у медіа та соцмережах.

• *Прозорість діяльності* – відкритість бюджетних витрат, доступ громадян до інформації про рішення влади, рівень залученості громадськості до процесу управління.

• *Рівень корупції* – оцінка громадянами поширеності корупційних схем у місцевих органах влади, доступність механізмів боротьби з корупцією.

Наступним кроком є аналіз попередніх досліджень, що передбачає вивчення соціологічних опитувань, аналітичних звітів, публікацій у засобах масової інформації та даних офіційної статистики. Основними джерелами інформації на цьому етапі є дослідження соціологічних служб (таких як Рейтинг, КМІС, Центр Разумкова), матеріали громадських організацій, а також офіційні звіти місцевих органів влади щодо реалізації державних та муніципальних програм. Аналіз уже наявних даних дозволяє виявити тенденції змін іміджу місцевої влади в динаміці, оцінити ефективність раніше реалізованих управлінських рішень і комунікаційних стратегій, а також визначити основні проблемні питання, які потребують додаткового дослідження.

На основі отриманих результатів формулюються дослідницькі гіпотези, що дозволяють деталізувати взаємозв’язок між різними чинниками, які впливають на сприйняття місцевих органів влади населенням. Наприклад, припущення можуть стосуватися впливу рівня відкритості комунікації на довіру громадян, ролі соціальних мереж у формуванні позитивного іміджу або залежності між прозорістю прийняття рішень і рівнем корупційних ризиків. Формування таких гіпотез сприяє цілеспрямованому збору та аналізу емпіричних даних.

Завершальним етапом цього процесу є чітке окреслення напрямків аналізу, які охоплюють соціологічне дослідження громадської думки, медіамоніторинг, оцінку статистичних показників та аналіз комунікаційної політики місцевих органів влади. Соціологічний аналіз дозволяє зібрати емпіричні дані щодо ставлення громадян до діяльності місцевої влади, рівня

їхньої довіри, задоволеності адміністративними послугами тощо. Медіамоніторинг спрямований на дослідження інформаційного поля з метою визначення тональності висвітлення діяльності місцевих органів влади в медіа та соціальних мережах. Статистичний аналіз передбачає оцінку ефективності управлінських рішень через кількісні показники, зокрема виконання місцевих програм і реалізацію інфраструктурних ініціатив. Аналіз комунікаційної політики допомагає оцінити активність органів влади у взаємодії з громадськістю, їхню відкритість, використання сучасних комунікаційних платформ та залучення громадян до процесу ухвалення рішень.

Таким чином, формулювання цілей і завдань дослідження є базою, що забезпечує структурованість процесу вивчення іміджу місцевих органів влади. Комплексний підхід, що поєднує аналіз соціологічних, медійних та статистичних даних, дозволяє отримати об’єктивну картину суспільного сприйняття влади та розробити рекомендації щодо його покращення.

2. *Вибір методів дослідження* є визначальним етапом у процесі аналізу іміджу місцевих органів влади, оскільки від правильного підбору методологічних підходів залежить достовірність і релевантність отриманих результатів. На цьому етапі здійснюється відбір найбільш ефективних способів збору інформації, які дозволяють всебічно оцінити рівень довіри громадян, ефективність комунікації місцевої влади, прозорість управлінських процесів і рівень корупційних ризиків.

Одним із ключових методів є *соціологічні опитування*, які дозволяють отримати первинні дані щодо ставлення населення до місцевих органів влади. Опитування можуть проводитися у форматі анкетування, телефонних або онлайн-інтерв’ю, а також фокус-групових досліджень. Важливим питанням є правильна побудова вибіркової сукупності, яка повинна бути репрезентативною та відображати демографічну та соціальну структуру населення конкретного регіону. Анкети формуються з урахуванням ключових аспектів дослідження, а саме рівня довіри до влади, оцінки якості комунікації, сприйняття прозорості діяльності та рівня задоволеності наданими послугами.

Другий метод — *аналіз медіаконтенту*, який передбачає дослідження публікацій у засобах масової інформації, соціальних мережах та на офіційних вебресурсах місцевої влади. Такий аналіз дозволяє визначити тональність висвітлення діяльності органів влади, зокрема частоту та характер згадувань, наявність критичних матеріалів та загальну тенденцію формування інформаційного простору. Для цього можуть використовуватися автоматизовані системи моніторингу ЗМІ, такі як SemanticForce, YouScan або Medialogia та інші медіа-моніторингові та аналітичні платформи, що використовують штучний інтелект для аналізу контенту в інтернеті та соціальних мережах, а також контент-аналіз соціальних мереж, який відображає громадські настрої щодо роботи місцевих адміністрацій.

Експертні оцінки є важливим інструментом якісного аналізу, оскільки дозволяють отримати професійне бачення проблемних питанб іміджу місцевої влади. Для цього залучаються фахівці у сфері державного управління, політологи, журналісти, соціологи та представники громадських організацій, які можуть оцінити ефективність політики органів влади та рівень їхньої прозорості. Методи збору експертних оцінок можуть включати глибинні інтерв'ю, метод «Дельфі», круглі столи та аналітичні обговорення.

Ще одним важливим підходом є *аналіз статистичних даних*, що дозволяє оцінити ефективність управлінських рішень місцевих органів влади. Для цього досліджуються офіційні показники щодо реалізації муніципальних програм, виконання бюджетних планів, рівня економічного розвитку регіону, кількості звернень громадян та рівня задоволеності наданими адміністративними послугами. Дані можуть отримуватися з державних реєстрів, звітів місцевих органів влади, інформаційних платформ відкритих даних (наприклад, OpenDataBot) та інших офіційних джерел.

Після вибору методів дослідження здійснюється *визначення джерел інформації*, що включає офіційні статистичні дані, соціологічні бази даних, аналітичні звіти, медіаресурси та громадську думку. На основі цього

формується *план дослідження*, що окреслює строки проведення опитувань, методи збору та аналізу інформації, а також відповідальних осіб за кожен етап.

Поєднання соціологічних, медійних, експертних та статистичних методів сприяє отриманню об’єктивної інформації, яка може стати основою для розробки ефективних рекомендацій щодо покращення суспільного сприйняття місцевої влади.

3. *Проведення соціологічних опитувань* є одним із ключових інструментів збору емпіричних даних про ставлення громадян до місцевих органів влади. Процес включає кілька важливих етапів, починаючи від розробки анкети й закінчуючи аналізом отриманих даних. Метою цього етапу є отримання об'єктивних та репрезентативних результатів щодо рівня довіри до місцевої влади, її прозорості та ефективності у вирішенні проблем громади.

Розробка методології опитування

Перед початком збору даних необхідно визначити ключові параметри дослідження:

- *Цільову аудиторію* – соціальні групи, які братимуть участь в опитуванні (мешканці міст, сіл, представники малого бізнесу, держслужбовці тощо).
- *Репрезентативність вибірки* – щоб результати дослідження відображали реальний стан громадської думки, вибірка повинна враховувати демографічні та соціально-економічні характеристики населення (вік, стать, рівень освіти, місце проживання).
- *Методи збору інформації* – визначаються оптимальні способи проведення опитувань (онлайн-анкети, телефонні інтерв’ю, очні опитування, фокус-групи).
- *Перелік ключових питань* – формується анкета, яка містить питання щодо рівня довіри до місцевої влади, задоволеності послугами, сприйняття прозорості діяльності та залучення громадян до процесу прийняття рішень.

Розробка анкети включає створення структурованого та лаконічного інструменту для збору даних, який повинен бути адаптований до різних соціальних груп респондентів. Анкета містить як правило кілька типів

запитань, що дозволяють отримати різноманітну інформацію. Наприклад, закриті питання, такі як «Як ви оцінюєте рівень прозорості діяльності місцевої влади?», пропонують варіанти відповіді «високий», «середній», «низький», «не можу відповісти». Шкальні питання, наприклад, про ефективність роботи органів влади, оцінюються за шкалою від 1 до 10. Відкриті питання дозволяють респондентам вказати, які, на їхню думку, основні проблеми в діяльності місцевої влади. Також анкета включає соціально-демографічний блок, який дозволяє коректно аналізувати відповіді залежно від категорії респондентів.

Методи збору даних залежать від цільової аудиторії та ресурсних можливостей дослідження. Онлайн-опитування проводяться частіше через спеціалізовані платформи, такі як Google Forms, SurveyMonkey, Qualtrics, а також через соціальні мережі та сайти місцевих адміністрацій. Телефонні інтерв'ю здійснюються рідше, за допомогою випадкової або цільової вибірки телефонних номерів, що дозволяє залучити ширшу аудиторію. Офлайн-анкетування включає опитування на місцях, в адміністративних установах або під час офіційних заходів. Фокус-групи дозволяють проводити глибинні дискусії з представниками різних соціальних груп, таких як молодь, пенсіонери, підприємці та активісти, що дає можливість отримати більш детальні якісні оцінки іміджу місцевої влади.

Для забезпечення репрезентативності даних необхідно дотримуватися пропорційності вибірки, що відповідає демографічним характеристикам населення. Наприклад, якщо в місті 60% жінок і 40% чоловіків, вибірка повинна відповідати цим пропорціям. Важливо використовувати стандартизовані методи збору даних, щоб уникнути спотворень через формулювання питань або вплив зовнішніх факторів. Також необхідно перевіряти анкети на коректність відповідей, щоб уникнути дублювань або неправильно заповнених форм.

Після збору відповідей проводиться їх статистична обробка, що включає первинний аналіз для перевірки коректності даних. Відповіді групуються за ключовими показниками, такими як довіра до влади, рівень задоволеності

послугами, тощо. Візуалізація даних здійснюється у вигляді графіків, таблиць, діаграм, що дозволяє наочно представити результати дослідження. Крім того, результати порівнюються з попередніми дослідженнями для оцінки динаміки змін у сприйнятті місцевої влади.

На основі отриманих даних формулюються висновки, які стосуються рівня довіри громадян до місцевої влади, ефективності її комунікаційної політики та прозорості діяльності. Визначаються проблемні питання та розробляються рекомендації щодо покращення іміджу органів місцевого самоврядування.

Відтак, проведення соціологічних опитувань дозволяє отримати достовірну інформацію про ставлення громадян до місцевої влади, що є основою для подальшого аналізу та розробки рекомендацій щодо покращення її іміджу.

4. *Механізм аналізу медіаполя дослідження іміджу місцевих органів влади* включає кілька етапів, що дозволяють оцінити, як відображається діяльність місцевої влади в публічному просторі. Основні етапи цього процесу включають моніторинг публікацій у засобах масової інформації (ЗМІ), соціальних мережах та офіційних ресурсах місцевої влади.

Таблиця 2.2

Механізм аналізу медіаполя дослідження іміджу місцевих органів влади

Етап	*Завдання*	*Інструменти та методи*	*Результати*
1. Моніторинг публікацій у ЗМІ	Збір публікацій з телевізійних каналів, радіостанцій, інтернет-ресурсів.	Медіа-моніторинг, автоматизовані сервіси	Визначення частоти згадок, наявність позитивних/негативних матеріалів
2. Моніторинг публікацій у соцмережах	Вивчення публікацій на платформах (Facebook, Twitter, Instagram, Telegram).	YouScan, Semantrum, Brand24, соціальні мережі	Оцінка реакцій користувачів, аналіз тональності, визначення популярності
3. Аналіз офіційних ресурсів місцевої влади	Оцінка комунікації місцевої влади через власні канали: вебсайти, блоги, публікації в офіційних ЗМІ.	Офіційні ресурси, сайти, публікації, блоги	Оцінка відкритості та стилю комунікації

Продовження Таблиці 2.2

Етап	*Завдання*	*Інструменти та методи*	*Результати*
4. Аналіз тональності матеріалів	Оцінка позитивної, негативної чи нейтральної тональності публікацій.	Семантичний аналіз, використання автоматизованих сервісів для тональності (Semantrum)	Визначення емоційного забарвлення публікацій
5. Частота згадувань	Визначення, як часто згадується місцева влада в медіапросторі.	Медіа-моніторинг, аналіз згадок	Кількість публікацій, активність згадок
6. Реакція громадськості	Аналіз коментарів та відгуків громадян на публікації про місцеву владу.	Моніторинг коментарів в соцмережах, форумах, медіа-платформах	Визначення емоційного забарвлення та соціальної реакції
7. Визначення характеру інформаційного середовища	Оцінка загального іміджу місцевої влади в медіа.	Аналіз всіх попередніх етапів, порівняння даних	Формування висновків про позитивний чи негативний імідж

Джерело: складено автором на основі [2;11; 48]

Таким чином, цей етап дослідження дозволяє оцінити, як місцева влада сприймається в медіа та соціальних мережах, а також виявити основні проблеми та можливості для вдосконалення її іміджу в інформаційному просторі.

5. *Моніторинг комунікаційної політики місцевої влади* включає кілька етапів, спрямованих на оцінку активності органів влади в соціальних мережах, використання електронних сервісів та залучення громадян до ухвалення рішень.

1) *Аналіз активності органів влади в соціальних мережах*. Для цього проводиться моніторинг офіційних акаунтів місцевих органів влади на таких платформах, як *Facebook, Instagram, Twitter, Telegram* та ін. Вивчається частота публікацій, типи контенту (новини, інфографіка, відео, опитування, анонси подій) та реакція громадян на ці публікації. Особлива увага приділяється обговоренням, запитанням та відповідям влади. Для цього використовуються

автоматизовані сервіси, такі як *YouScan або Brand24*, що дозволяють провести детальний аналіз публікацій та взаємодії з громадськістю.

2) *Аналіз використання електронних сервісів*. Оцінюється, як місцева влада застосовує інструменти електронного урядування, такі як онлайн-портали для подачі документів, електронні петиції, системи зворотного зв'язку та електронні голосування. Аналізується зручність інтерфейсу цих сервісів, швидкість реагування на запити громадян, а також їх надійність і доступність.

3) *Оцінка комунікаційних стратегій органів місцевої влади* включає визначення, наскільки чітко та прозоро органи влади інформують громадян про свою діяльність, які методи комунікації використовуються, чи є двостороння комунікація та інтерактивність, а також як сучасні технології інтегровані у стратегії комунікації.

4) *Аналіз залучення громадян до ухвалення рішень*. Тут оцінюється, наскільки активно громадяни залучаються до процесів ухвалення рішень, таких як подача петицій, участь у громадських обговореннях, відкриті зустрічі з представниками влади. Вивчається, чи враховуються думки громадян при ухваленні важливих рішень, а також наскільки активно влада організовує процеси для їх участі у цих ініціативах.

5) *Оцінка відкритості та ефективності комунікаційної політики*. На основі попереднього аналізу визначається, наскільки ефективно органи місцевої влади використовують свої канали комунікації для взаємодії з громадянами, чи доступна для них інформація, і чи можуть вони реально впливати на процеси управління.

В результаті цього моніторингу формуються рекомендації щодо покращення комунікаційної політики для досягнення більш високого рівня відкритості та ефективності в роботі з громадськістю.

6. *Механізм оцінки ефективності управлінських рішень місцевих органів влади* включає кілька ключових етапів, які дозволяють аналізувати реалізацію місцевих програм, інфраструктурних проєктів та інших ініціатив, а також визначати їх ефективність.

Таблиця 2.3

Механізм оцінки ефективності управлінських рішень місцевих органів влади

Етап	*Головне завдання*	*Деталі*	*Результат*
1.Аналіз реалізації місцевих програм	Дослідження результатів виконання місцевих програм	Вивчення успішності досягнення поставлених цілей у рамках різних програм (освітніх, медичних, соціальних тощо). Оцінка виконання програмних заходів та витрат.	Оцінка успішності реалізації програм та ініціатив.
2.Оцінка бюджетних витрат	Аналіз витрат на реалізацію програм та проєктів	Аналіз бюджетних витрат, порівняння запланованих і фактичних витрат, ефективність використання коштів.	Визначення ефективності використання бюджетних ресурсів.
3.Аналіз інфраструктурних проєктів	Оцінка реалізації інфраструктурних ініціатив	Оцінка якості та своєчасності реалізації інфраструктурних проєктів (будівництво доріг, модернізація комунальних послуг тощо).	Оцінка результатів інфраструктурних проєктів і їхнього впливу на розвиток громади.
4.Співставлення результатів з поставленими цілями	Порівняння досягнутих результатів із планами	Аналіз того, наскільки виконані завдання відповідають запланованим цілям. Оцінка відповідності реальних результатів поставленим завданням.	Визначення ефективності виконання поставлених цілей.
5.Використання статистичних показників	Аналіз кількісних та якісних даних	Використання статистичних даних для вимірювання змін (наприклад, рівень безробіття, покращення умов життя, соціальна стабільність).	Оцінка соціально-економічних змін, які стали результатом управлінських рішень.
6.Моніторинг результатів на різних етапах	Регулярне відстеження виконання проєктів та програм	Постійний моніторинг результатів на різних етапах реалізації програм та проєктів. Виявлення можливих проблем для коригування стратегій.	Коригування стратегій та підвищення ефективності виконання програм.
7. Залучення громадської думки	Оцінка громадського сприйняття	Використання соціологічних опитувань та інших методів для оцінки громадської думки щодо реалізації місцевих ініціатив.	Визначення громадської оцінки ефективності управлінських рішень.
8.Визначення результативності роботи органів влади	Оцінка результативності рішень місцевих органів влади	На основі зібраних даних та їх аналізу визначається загальна результативність роботи органів місцевого самоврядування.	Оцінка результативності роботи місцевих органів влади для покращення управлінських процесів.

Джерело: складено автором на основі [12;31; 61]

Виконання оцінки ефективності управлінських рішень місцевих органів влади потребує комплексного підходу, включаючи аналіз реалізації програм, бюджетних витрат і інфраструктурних проєктів. Важливим буде порівняння досягнутих результатів з поставленими цілями, що дозволяє оцінити рівень виконання завдань. Регулярний моніторинг і залучення громадської думки допомагають коригувати стратегії та підвищувати ефективність рішень. Завдяки використанню статистичних даних та зворотного зв'язку можна оптимізувати управлінські процеси та покращити роботу місцевої влади.

7. *Механізм порівняння отриманих даних* полягає в систематичному аналізі результатів досліджень, що проводяться на різних етапах часу, таких як щорічно або щоквартально. У процесі цього етапу важливо здійснити порівняння результатів соціологічних опитувань, медіа-аналізу та інших показників, що дозволяють оцінити зміну в громадській думці щодо місцевих органів влади. Співставлення даних дозволяє визначити зміни в рівні довіри до влади, у рівні задоволення громадян послугами, в ефективності комунікаційних стратегій, а також в сприйнятті прозорості та боротьби з корупцією. Аналіз цих змін дає можливість сформулювати висновки про тенденції, що виникають у іміджі місцевої влади, і розробити рекомендації для подальших кроків, що мають сприяти покращенню сприйняття влади громадянами.

Комплексний підхід дозволяє виявити ключові проблеми та розробити рекомендації щодо покращення іміджу місцевих органів влади, що має важливе значення для підвищення довіри громадян та ефективності їхньої роботи. Для ефективного управління важливо також використовувати технології, що дозволяють швидко реагувати на зміну ситуації і адаптувати стратегії, що дозволяє органам місцевої влади бути більш гнучкими та швидкими в ухваленні рішень. Постійне удосконалення підходів до аналізу та оцінки результатів забезпечує стійке покращення роботи місцевих органів влади.

2.2. Дослідження діяльності органів місцевого рівня влади Бориспільської районної ради Київської області та особливостей формування їх іміджу

Імідж місцевих органів влади в Україні є важливим чинником ефективності їхньої діяльності та взаємодії з громадянами, що є базисом для формування довіри громадян до влади. Підвищення довіри до місцевої влади можливе через забезпечення прозорості, відкритого діалогу з населенням та боротьбу з корупцією. Імідж формується через взаємодію з мешканцями району, рівень відкритості та прозорості діяльності, ефективність управлінських рішень, а також інформаційну політику.

Проведені дослідження свідчать, що суспільне сприйняття органів місцевого самоврядування суттєво відрізняється залежно від регіону, рівня довіри до місцевих лідерів і якості наданих послуг. Згідно з опитуваннями, здебільшого загальний рівень довіри сааме до місцевої влади залишається наразі помірним, проте він вищий, ніж до центральних органів управління.

Серед основних факторів, що формують імідж місцевої влади, варто виділити прозорість управлінських процесів, ефективність комунікації, рівень корупції та якість адміністративних послуг. Значний на його вплив має також участь громадян у прийнятті рішень, що створює відчуття відкритості та підзвітності влади. У містах із розвиненою електронною демократією та громадськими ініціативами імідж місцевих органів влади є відповідно кращим.

Водночас в Україні існує чимало проблем, які негативно впливають на сприйняття місцевої влади. До них належать бюрократія, низький рівень цифровізації послуг, відсутність стратегічного підходу до комунікаці, корупція і т. ін. Деякі громади стикаються з проблемою нестачі кваліфікованих кадрів, що також впливає на ефективність роботи місцевої влади.

Досить впливовим фактором на формування іміджу місцевих органів влади залишається медіа. Незалежні ЗМІ та соціальні мережі наразі є найбільш популярним джерелом як позитивних, так і негативних оцінок діяльності органів

місцевої влади. Зараз досить активно використовуються соціальні мережі для взаємодії з громадянами, що сприяє підвищенню їхньої популярності.

Необхідно зазначити і те, що реформа децентралізації позитивно вплинула на імідж місцевих органів влади, надавши громадам більше повноважень і фінансових ресурсів, що дозволило реалізовувати інфраструктурні проєкти, покращувати соціальні послуги та зміцнювати економічний потенціал регіонів. Водночас реформа вимагає подальших удосконалень, зокрема щодо контролю за використанням бюджетних коштів та підвищення відповідальності місцевих чиновників.

Натомість імідж місцевих органів влади в Україні залежить від ефективності їхньої діяльності, рівня комунікації з громадянами та здатності впроваджувати інноваційні управлінські практики.

Подальші дослідження наші проводилися на базі *Бориспільської районної ради Київської області, що є місцевим рівнем влади* (м.Бориспіль), що здійснює управлінські функції на рівні конкретного району в межах Київської області. Місцеві органи влади, такі як районні ради, займаються вирішенням питань, що стосуються розвитку певних територій (районів, міст, сіл тощо) і забезпеченням потреб їхніх мешканців.

Бориспільська районна рада, як орган місцевого самоврядування Київської області, здійснює свою діяльність у кількох ключових напрямах, що відображені на офіційному сайті (https://boryspil.rayrada.org.ua). Основними завданнями ради є представлення інтересів територіальних громад району, управління комунальною власністю, сприяння соціально-економічному та культурному розвитку, а також забезпечення законності, громадської безпеки та захисту прав громадян. Рада активно працює над вирішенням земельних питань, розвитком інфраструктури та сільського господарства, про що свідчать засідання постійних комісій, наприклад, з питань земельних відносин та комунальної власності. Крім того, рада займається організацією сесій для затвердження бюджетів, планів роботи та звітів комунальних підприємств, таких як КП «ЗУБР» чи «Бюро технічної інвентаризації». Важливим напрямом є підтримка національного

спротиву та взаємодія з військовими адміністраціями, що підкреслює її роль у складний воєнний період. Також рада відзначає свята, як, наприклад, День місцевого самоврядування, та вітає громаду з важливими датами, що сприяє налагодженню зв'язків із населенням. Щодо стану іміджу, Бориспільська районна рада, більше оцінюється до середнього рівеня репутації, в першу чергу через недостатню прозорість у комунікаціях. Регулярне інформування про сесії та рішення є досить позитивним фактором, але брак детальних звітів про виконання програм знижує довіру мешканців. Позитивним тут виявлено залучення до громадських ініціатив, таких як підтримка волонтерів та вшанування захисників, що за останні роки зміцнила імідж у воєнний час. Проте, обмежена взаємодія з населенням через сайт, де переважають формальні новини, свідчить про потребу в більш активнішій комунікаційній стратегії. Для покращення іміджу раді варто зосередитися на більшій відкритості, залученні громадян до обговорень та демонстрації конкретних результатів своєї роботи. Загалом, імідж Бориспільської районної ради має потенціал для зростання за умови вдосконалення інформаційної політики та взаємодії з громадою.

Бориспільська районна рада, як центральний елемент, виконує функцію координації між громадами району та іншими органами влади, що відповідає її ролі у формуванні політики розвитку. Голова районної ради є ключовою ланкою у прийнятті рішень, що підтверджується практикою, адже голова ради скликає сесії та підписує рішення. Органи району (наприклад, постійні комісії) забезпечують контроль і виконання завдань, таких як управління комунальною власністю чи земельними питаннями, що є основним напрямом діяльності ради. Виконавчий апарат, підлеглий голові, відповідає за практичну реалізацію рішень, зокрема підготовку звітів чи організацію заходів, як це видно з діяльності ради на сайті. Керівники підлеглих працівників включають голів громад чи старост, які забезпечують зв'язок із територіальною громадою.

Схема, представлена на рисунку 2.1, відображає механізм взаємодії районної ради з різними рівнями управління та громадою Бориспільської районної ради, оскільки вона є органом місцевого самоврядування, який

функціонує за подібними принципами. Організаційна структура Бориспільської районної ради включає такі ключові елементи: районна рада як центральний орган, що взаємодіє з головою, органами району, виконавчим апаратом районної ради, керівником, підлеглими працівниками, а також територіальною громадою.

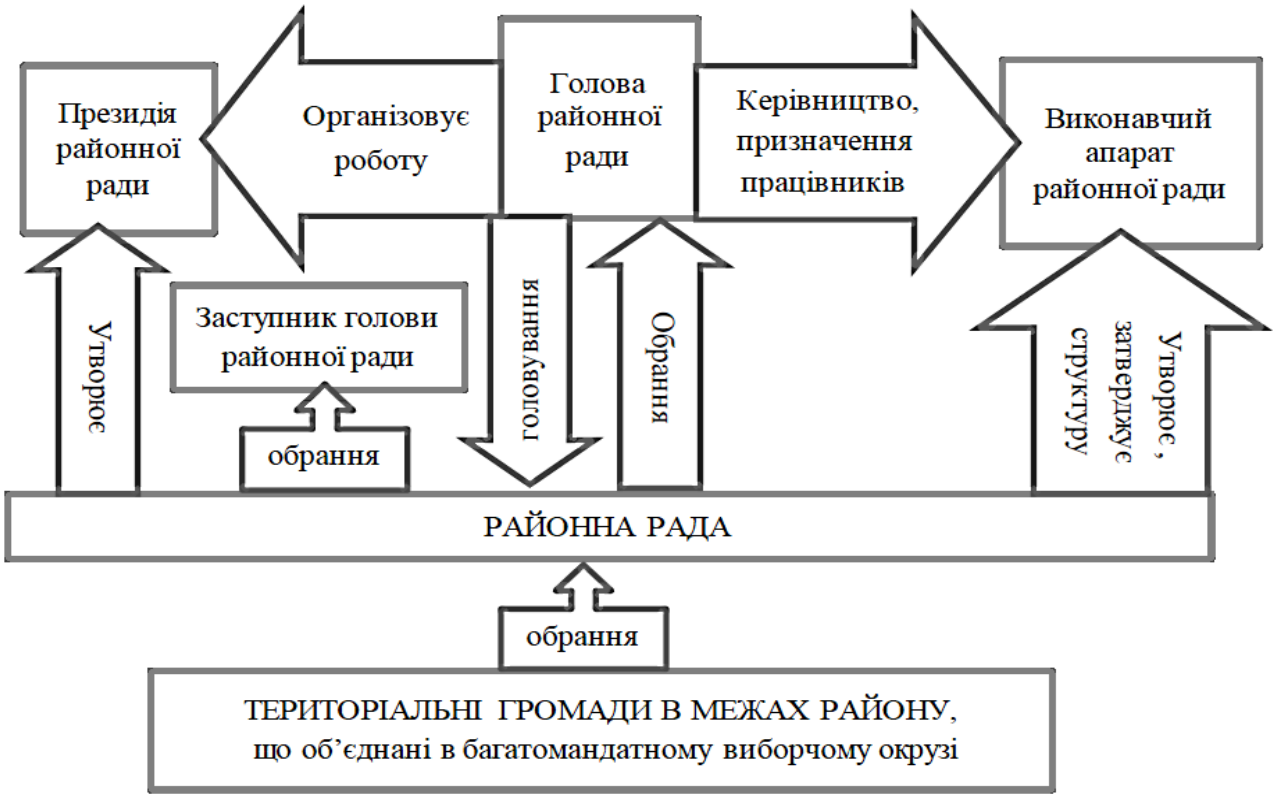


Рис. 2.1. Організаційна структура Бориспільської районної ради

Організаційна структура забезпечує координацію роботи з громадами району, взаємодіє з виконавчими органами та забезпечує зв'язок із населенням. Територіальна громада, як кінцевий елемент, отримує послуги та інформацію, але її залучення до процесу управління потребує вдосконалення. Є заслуги голови та об'єднаного вищого органу щодо співпраці ради з обласною адміністрацією. Загалом, схема відображає реальну структуру взаємодії Бориспільської районної ради, але для ефективності потрібне посилення комунікації з громадою, що дозволить покращити імідж ради, який наразі, має слабкі місця через обмежену відкритість.

На основі даних з офіційного сайту Бориспільської районної ради (https://boryspil.rayrada.org.ua), Бориспільський район Київської області об'єднує 11 територіальних громад, до яких входять 140 населених пунктів, що створює

основу для децентралізованого управління на місцевому рівні. До цих громад належать Бориспільська, Вороньківська, Гірська, Дівичківська, Золочівська, Переяславська, Пристолична, Студениківська, Ташанська, Циблівська та Яготинська громади.

Кожна з цих громад має свої старостинські округи, які забезпечують представництво інтересів жителів віддалених населених пунктів, окрім адміністративних центрів. Старостинські округи утворюються з метою координації місцевих потреб, таких як благоустрій, комунальні послуги та інформування громади, що є ключовим фактором для формування їхнього іміджу. Стан іміджу цих громад значною мірою залежить від ефективності роботи старост та прозорості діяльності місцевих рад, що включає доступність інформації для мешканців. Позитивний імідж може бути досягнутий через регулярні звіти депутатів, залучення громади до прийняття рішень та впровадження соціально-економічних програм. Однак, якщо інформування мешканців є недостатнім або непрозорим, це може призводити до зниження довіри та негативного сприйняття.

Географічне розташування поблизу м. Києва надає громадам певні переваги, такі як доступ до інфраструктури, що може сприяти формуванню привабливого іміджу. Водночас є деякі складнощі, пов’язані з нерівномірним розвитком окремих округів, що створюють дисбаланс у репутації. Для покращення іміджу необхідні систематичні заходи з репутаційного менеджменту, такі як публікація новин, залучення до громадських обговорень та демонстрація результатів роботи.

Загалом, стан іміджу цих громад на кінець 2024 року, відображає як деякі успіхи децентралізації, так і потребу в подальшому вдосконаленні комунікаційних стратегій.

Для проведення дослідження дані нами було взято з результатів соціологічних досліджень, аналітичних звітів та моніторингу громадської думки. Оскільки імідж органів місцевого самоврядування, таких як Бориспільська районна рада, є головним фактором довіри громадян до влади, він формується через відкритість, прозорість діяльності, ефективність управлінських рішень та якість комунікації з громадою.

Відкритість та доступність інформації - офіційний вебсайт Бориспільської районної ради надає громадянам доступ до різноманітної інформації, зокрема:

- Структура ради та контактні дані посадовців.
- Відомості про діяльність керівництва.
- Регламенти роботи та нормативні документи.
- Звіти про виконання бюджетних програм.
- Інформація щодо публічних закупівель та заходів протидії корупції.
- Форми для подання звернень громадян.

На основі офіційних даних з вебсайту Бориспільської районної ради (https://boryspil.rayrada.org.ua) проведемо аналіз складових її іміджу. Наявність цих ресурсів сприяє підвищенню рівня довіри до місцевої влади та створює враження прозорості управлінських процесів.

Комунікація з громадянами - Бориспільська районна рада використовує різні канали для комунікації з населенням, зокрема:

- Громадська рада: консультативно-дорадчий орган, що забезпечує діалог між владою та мешканцями району.
- Електронні звернення: можливість подати запит онлайн через офіційний сайт.
- Консультації з громадськістю: заходи, на яких мешканці можуть висловлювати свої пропозиції та зауваження.
- Соціальні мережі: платформи для оперативного поширення інформації та зворотного зв’язку.

Активне залучення громади до процесу прийняття рішень сприяє формуванню позитивного іміджу районної ради.

Діяльність у сфері протидії корупції - прозорість фінансової діяльності та боротьба з корупцією є важливими аспектами формування іміджу. На офіційному сайті ради розміщено інформацію про:

- Політику запобігання корупційним правопорушенням.
- Звіти про використання бюджетних коштів.
- Публічні закупівлі та відкриті тендери.

Забезпечення громадського контролю за фінансами підвищує довіру до районної ради та сприяє формуванню позитивного іміджу.

Взаємодія з підприємцями та громадськими організаціями - розвиток бізнесу та підтримка громадських ініціатив є важливими чинниками формування іміджу органів місцевого самоврядування. Бориспільська районна рада сприяє:

- Наданню консультацій для підприємців.
- Підтримці об’єднань співвласників багатоквартирних будинків (ОСББ).
- Організації заходів, спрямованих на покращення інфраструктури району.

Враховуючи доступність інформації, активну взаємодію з мешканцями та заходи з протидії корупції, можна зробити висновок, що районна рада здійснює послідовну роботу з підтримки позитивного іміджу. Проте подальше вдосконалення комунікаційних механізмів та залучення громади до процесів ухвалення рішень залишаються важливими напрямками для підвищення рівня довіри до місцевої влади.

Представлення даних, таких як рівень довіри до місцевої влади, оцінка прозорості діяльності органів місцевого самоврядування та інші показники, є важливим для кількох причин:

1. *Оцінка ефективності місцевої влади*. Аналіз таких показників дає можливість оцінити, наскільки ефективно працюють місцеві органи влади. Наприклад, відхилення в рівні довіри до місцевої влади можуть показати, чи вдалося владі побудувати стійку довіру серед громадян. Успіхи чи невдачі в цих сферах прямо впливають на якість управління та його сприйняття населенням.

2. *Тренди в управлінській діяльності*. Представлення таких даних дозволяє простежити зміни в управлінській діяльності протягом часу. Якщо, наприклад, зростає рівень участі громадян у громадських слуханнях або знижуються показники корупції, це є ознакою позитивних змін у політиці та практиках органів місцевого самоврядування. Відсутність змін чи негативна динаміка може свідчити про необхідність корекції стратегії або підходів.

3. *Прозорість і підзвітність*. Публікація таких даних дозволяє забезпечити прозорість у діяльності місцевих органів влади. Відкрита інформація, що

стосується оцінки прозорості роботи органів влади та заходів протидії корупції, підвищує довіру до влади та сприяє запобіганню корупційних проявів, що також стимулює органи місцевого самоврядування до більшої відкритості.

4. *Інформування громадян*. Дані про інфраструктурні проєкти, рівень активності місцевої влади в соцмережах або розвиток електронних сервісів сприяють інформуванню громадян про зміни, що відбуваються у їхньому районі. Чим більше люди знають про реальні досягнення або проблеми, тим активніше вони можуть брати участь у процесах ухвалення рішень і в подальшому сприяти розвитку своєї громади.

5. *Формування стратегічного плану розвитку*. Для органів місцевого самоврядування така інформація є основою для формування планів розвитку та стратегій. Знаючи, де є прогалини (наприклад, низький рівень участі в громадських слуханнях або проблеми з задоволенням адміністративних послуг), можна розробити відповідні заходи для їх покращення. Крім того, регулярний моніторинг цих показників дозволяє коригувати політику в реальному часі.

6. *Покращення взаємодії з громадськістю*. Дані про рівень довіри до влади і рівень активності у соцмережах свідчать про важливість комунікації між владою і громадянами. Важливою складовою є постійне підвищення рівня залученості населення в управлінські процеси, що сприяє зміцненню демократичних процесів і суспільного контролю за діяльністю органів місцевої влади.

Таким чином, надання таких даних дозволяє не тільки оцінити поточний стан місцевої влади, але й виявити шляхи для подальшого розвитку та покращення взаємодії з громадянами, що має важливе значення для досягнення стабільності і розвитку на місцевому рівні.

В результаті проведених нами досліджень ми сформували Таблицю 2.4 основних показників стану іміджу Бориспільської районної ради за 2022-2024 роки, що відображають головні критерії взаємодії місцевої влади з громадянами та ефективність її роботи. Показники включають рівень довіри до місцевої влади, прозорість її діяльності, участь громадян у прийнятті рішень, а також ефективність інфраструктурних проєктів та наданих адміністративних послуг.

Аналіз цих показників дозволяє оцінити динаміку змін в іміджі ради та виявити основні фактори, що впливають на сприйняття місцевої влади.

Таблиця 2.4

Основні показники стану іміджу Бориспільська районна рада за 2022-2024 роки

Показник	*2022 рік*	*2023 рік*	*2024 рік*	*Відхилення 2023 до 2022*	*Відхилення 2024 до 2023*
Рівень довіри до місцевої влади (% населення, що довіряє)	40%	44%	41%	+4	-3
Рівень довіри до центральної влади (%)	28%	39%	36%	+11	-3
Оцінка прозорості роботи місцевої влади (за 5-бальною шкалою)	3.0	3.3	3.1	+0.3	-0.2
Частка громадян, які беруть участь у громадських слуханнях (%)	15%	18%	21%	+3	+3
Задоволеність якістю наданих адміністративних послуг (%)	54%	60%	55%	+6	-5
Рівень корупції у місцевих органах влади (за 5-бальною шкалою, де 5 – дуже високий рівень корупції)	3.6	3.3	3.3	-0.3	0
Частка громад із впровадженими електронними сервісами (%)	48%	57%	55%	+9	-2
Рівень активності місцевої влади у соцмережах (кількість офіційних сторінок на всі громади)	60	75	78	+15	+3
Кількість реалізованих інфраструктурних проєктів за рік	240	325	320	+85	-5
Доля громадян, які вважають місцеву владу ефективною (%)	34%	39%	37%	+5	-2

Аналіз показників стану іміджу Бориспільської районної ради за 2022-2024 роки демонструє наступні важливі тенденції. Рівень довіри до місцевої влади зростав з 40% у 2022 році до 44% у 2023 році, однак у 2024 році спостерігається незначне зниження до 41%, що свідчить про позитивний тренд на початку періоду, але потребує уваги для підтримки довіри у майбутньому. Рівень довіри до центральної влади також зріс у 2023 році на 11% і досяг 39%, однак у 2024 році спостерігається незначне зниження на 3%, що говорить про коливання у відносинах між місцевою та центральною владою. Оцінка

прозорості роботи місцевої влади підвищувалася до 3,3 балів у 2023 році, але знизилась до 3,1 балів у 2024 році, що вказує на певні труднощі у забезпеченні постійної прозорості діяльності. Частка громадян, які беруть участь у громадських слуханнях, стабільно зростала протягом трьох років: з 15% у 2022 році до 18% у 2023 році та 21% у 2024 році, що є свідченням збільшення залученості громадян у процеси ухвалення рішень. Задоволеність якістю наданих адміністративних послуг також зросла до 60% у 2023 році, але знизилась до 55% у 2024 році, що може вказує на потребу в покращенні якості послуг. Рівень корупції у місцевих органах влади знизився з 3,6 до 3,3 балів у 2023 році, залишившись на тому ж рівні в 2024 році, що свідчить про незначний прогрес у боротьбі з корупцією, хоча це питання все ще потребує уваги. Частка громад із впровадженими електронними сервісами збільшилася з 48% до 57%, але знизилась до 55%, що вказує на необхідність подальшого розвитку цифрових послуг. Рівень активності місцевої влади у соцмережах показав значний ріст: з 60 до 75 сторінок у 2023 році і до 78 у 2024 році, що позитивно відображає комунікацію з громадянами. Кількість реалізованих інфраструктурних проєктів збільшилась на 85 у 2023 році, але зменшилась на 5 у 2024 році, що може бути результатом організаційних чи економічних труднощів. Доля громадян, які вважають місцеву владу ефективною, зросла до 39% у 2023 році, але знизилась до 37% у 2024 році, що вказує на коливання в оцінці ефективності влади.

Загалом, імідж Бориспільської районної ради покращувався в 2023 році, але деякі показники, такі *як довіра до влади та ефективність адміністративних послуг, потребують подальших зусиль для стабільного розвитку в 2024 році.*

2.3. Оцінка розвитку іміджу Бориспільської районної ради Київської області

Під час проведення нами досліджень, виявилося те, що наразі немає конкретних чітких даних про оцінку іміджу кожної громади Бориспільського району, але їхній потенціал для розвитку виглядає значним за умови активної роботи з місцевими жителями. На сайті можна побачити лише результати проведеного онлайн-опитування щодо найкращої громади Бориспільського району засвідчило суттєві відмінності в сприйнятті місцевих територіальних одиниць (фактично голосувати могли лише ті мешканці, які мають доступ до сайту, тобто це переважно молоді люди, менше пернсіонари). Найбільшу кількість голосів набрала Бориспільська громада (49), що вказує на перевагу у суспільній думці за рядом показників, імовірно пов'язаних із розвиненою інфраструктурою та організаційною спроможністю. Друге місце посіла Вороньківська громада (27), яка продемонструвала конкурентний потенціал, можливо завдяки активній взаємодії з мешканцями та вдалим управлінським рішенням. На третьому місці опинилася Гірська громада (14), що свідчить про позитивне ставлення респондентів до цієї території, ймовірно зумовлене якістю надання послуг і прозорістю діяльності. Решта громад розподілилися з нижчим рівнем підтримки, але такі результати можуть стимулювати їх до впровадження додаткових заходів із підвищення відкритості та підзвітності перед громадянами.

Системна оцінка рівня довіри та обізнаності громадян про діяльність районної ради є необхідною складовою удосконалення механізмів прозорості й підзвітності влади. Низка попередніх досліджень засвідчує *недостатній рівень комунікації, який зумовлює невисоку залученість мешканців до прийняття рішень та поширення недостовірної інформації.*

З урахуванням таких обставин і збільшеного запиту на відкритість у роботі місцевих органів влади, постала потреба у комплексній оцінці джерел інформації та чинників, які впливають на формування позитивного іміджу Бориспільської районної ради.

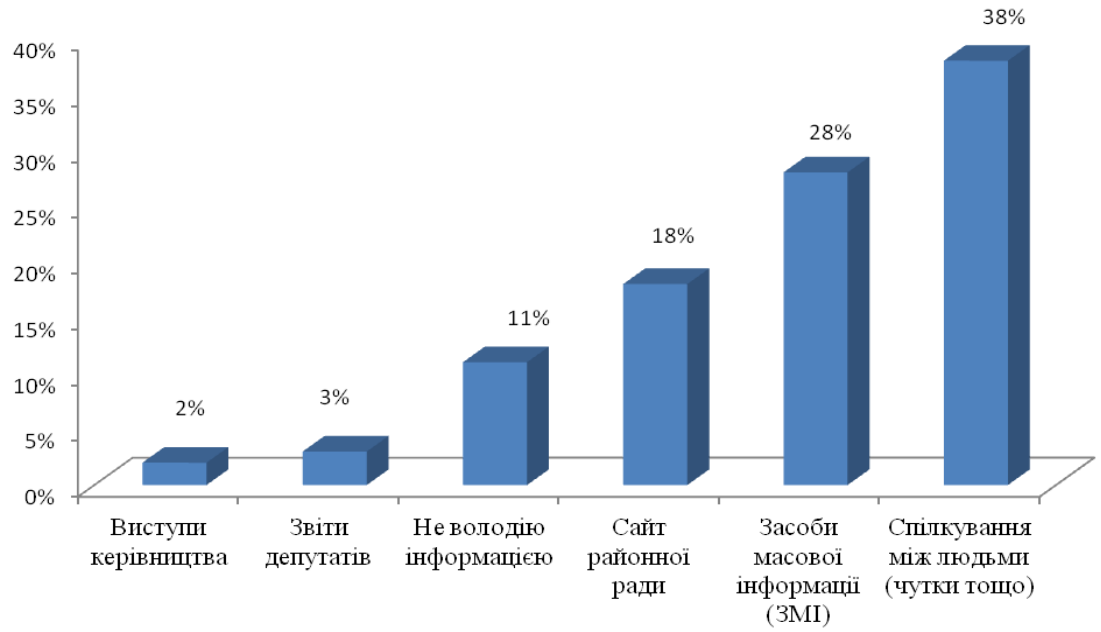


Рис. 2.2. Джерела інформації про діяльність Бориспільської районної ради

За наведеними результатами опитування, найбільш поширеним джерелом відомостей про діяльність Бориспільської районної ради залишається неформальне спілкування між людьми (38%), що може свідчити про недостатній рівень офіційної комунікації з боку ради і наявність певної частки неперевіреної чи фрагментарної інформації серед населення.

Засоби масової інформації посідають друге місце (28%), проте їхні показники можна вважати порівняно невисокими для сучасного інформаційного простору, що вказує на потенціал для активнішої взаємодії зі ЗМІ. Лише 2% опитаних отримують інформацію з виступів керівництва, а 3% – зі звітів депутатів, отже, формати прямого публічного інформування й звітування наразі не користуються помітною популярністю або недостатньо поширені. Така ситуація обмежує доступ переважно для пенсіонерів, які не користуються сучасними технологіями. Сайт районної ради (18%) залишається досить дієвим каналом, але, ймовірно, його функціонал і контент потребують розширення, щоби залучити більшу аудиторію. Важливим є й те, що 11% респондентів взагалі не володіють інформацією про роботу ради, що підкреслює необхідність розроблення більш комплексної комунікаційної стратегії та проактивного інформування мешканців.

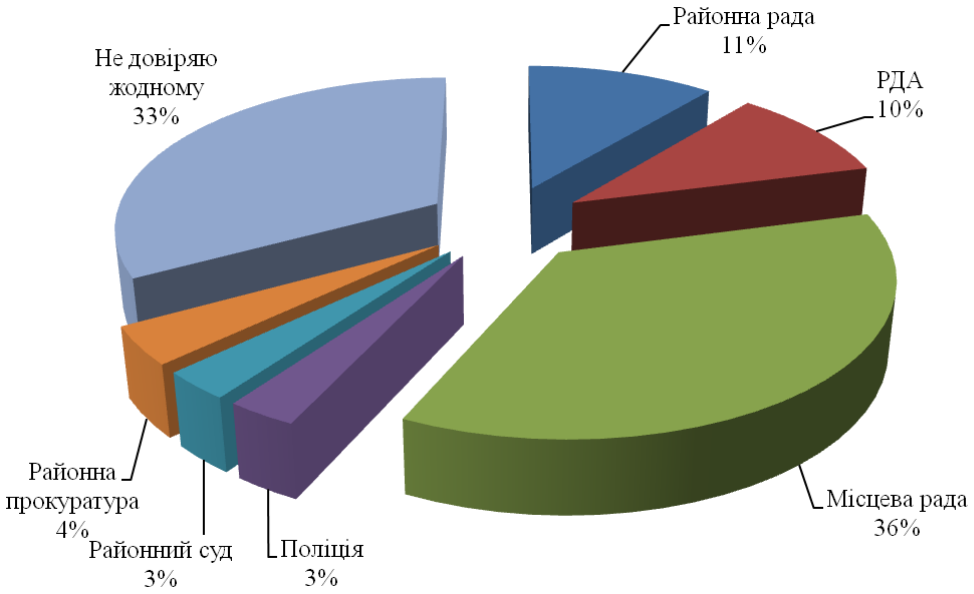


Рис. 2.3 Рівень довіри до органів влади районного рівня, %

На підставі даних, відображених на рис. 2.3, можна зробити висновок, що найбільшою довірою серед органів влади районного рівня користується місцева рада (м. Бориспіль), якій довіряє 36% опитаних, що свідчить про перевагу прозорої комунікації та більш тісного зв'язку з громадянами на рівні громади. Районна рада і Районна державна адміністрація (РДА) мають однаковий показник – по 10%, що вказує на потребу посилення відкритості та залучення мешканців до управлінських процесів. Водночас 30% респондентів висловили недовіру жодному з органів влади, що становить доволі тривожний сигнал стосовно загального рівня прозорості й ефективності ухвалення рішень. Поліція, маючи критично низький показник довіри у 3%, потребує суттєвого поліпшення іміджу, оскільки лише мізерна частка мешканців сприймає її як надійний правоохоронний орган (таке становище зумовлене тим, що наразі дільничих, які працювали раніше, а проєкт "Поліцейський офіцер громади" фактично не працює). Районний суд і районна прокуратура отримали також критично низький 4%, що загалом підтверджує низький рівень довіри до інституцій правосуддя та нагляду на місцевому рівні. У контексті діяльності Бориспільської районної ради, показник у 11% свідчить про необхідність запровадження додаткових механізмів публічної звітності, прозорості бюджетних процесів та підзвітності посадовців. Зростання довіри до місцевої

ради (36%) має слугувати орієнтиром у плані вибудови комунікаційних стратегій і формування позитивного іміджу, адже саме відкритість і регулярна взаємодія з мешканцями створюють сприятливе середовище для підвищення довіри. Високий показник недовіри (33%) є фактором, що може посилювати соціальну напругу та свідчить про необхідність комплексних змін у підходах до інформування і взаємодії з громадою. Зокрема, необхідно більш ефективніше використовувати електронниі сервіси, проводити публічні слухання, а регулярне звітування могли б сприяти зменшенню розриву між владою та населенням.

Отже, Бориспільська районна рада має потенціал для зміцнення власного іміджу через активну комунікацію, координацію дій з іншими гілками влади та залучення громадськості до ухвалення рішень, щодозволить системно підійти до вирішення проблеми низької довіри й створити позитивний досвід співпраці для різних груп населення. Крім того, пріоритетним є запровадження антикорупційних заходів та прозорих процедур контролю за витрачанням бюджетних коштів, що матиме позитивний вплив на сприйняття владних інституцій. Загалом, покращення довіри до органів влади районного рівня вимагає послідовної політики, заснованої на прозорості, регулярному зворотному зв’язку з громадянами та підвищенні професійної компетентності чиновників.

Метою наступного нашого дослідження є аналіз чинників, що впливають на формування іміджу Бориспільської районної ради, визначення рівня довіри громадян до її діяльності та розробка практичних рекомендацій для покращення комунікаційних стратегій. Необхідність проведення дослідження зумовлена зростаючою суспільною потребою у прозорості діяльності органів місцевої влади, значною роллю комунікацій у формуванні довіри громадян, а також потребою удосконалення механізмів взаємодії між радою та громадою.

Серед питань, що було запропоновано респондентам у межах дослідження Бориспільської районної ради, особливої уваги заслуговувало визначення суб’єкта, який відповідає за формування довіри чи позитивного

іміджу влади. Отримані відповіді виявилися наступними: громадяни чітко усвідомлюють, що успішність і результативність управління — це плід спільних зусиль і налагодженої взаємодії всіх учасників управлінського процесу, починаючи від керівництва і депутатського корпусу та завершуючи апаратом ради й місцевою громадськістю.

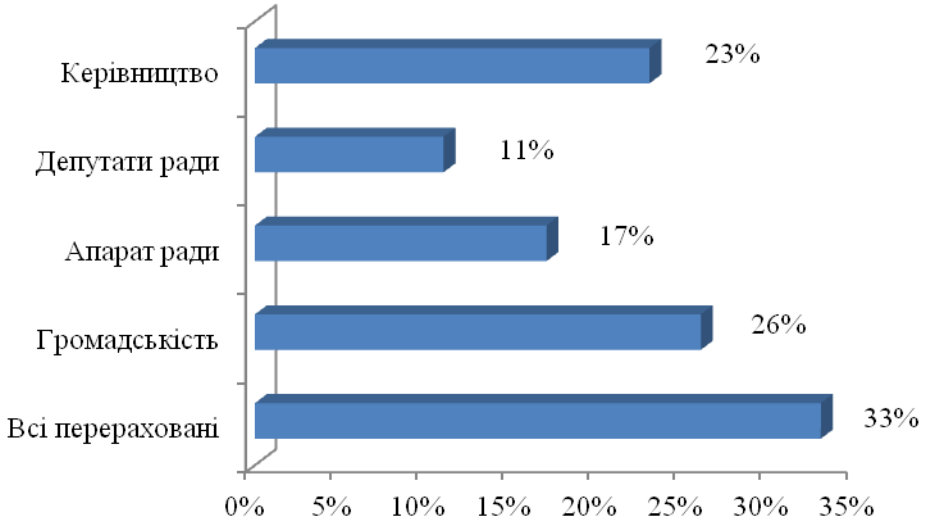


Рис 2.3. Суб'єкти формування довіри до районної ради

Аналізуючи представлені дані, можна зробити висновок, що формування іміджу Бориспільської районної ради розглядається як спільна відповідальність різних суб'єктів, оскільки найбільший відсоток респондентів (33%) вважає, що всі перелічені категорії впливають на довіру до влади, що свідчить про усвідомлення громадянами комплексного підходу до управління та необхідності ефективної взаємодії між керівництвом, депутатами, апаратом ради та громадськістю. Другим за значущістю фактором є роль громадськості (26%), що підтверджує високий запит на відкритість влади та активну участь мешканців у процесах ухвалення рішень.

Керівництво районної ради, за оцінкою 23% респондентів, відіграє ключову роль у формуванні іміджу, що свідчить про значну відповідальність очільників за прозорість та ефективність управління. Водночас апарат ради отримав лише 17%, що може вказувати на недостатню комунікацію або низьку поінформованість громадян про функції адміністративного апарату. Депутати ради (11%) отримали найнижчий рівень довіри серед окремих груп, що може

свідчити про недостатню публічність їхньої роботи або слабкий рівень комунікації з виборцями.

З огляду на отримані результати, Бориспільська районна рада має *посилити свою комунікаційну стратегію, зокрема, шляхом активного залучення громадськості до управлінських процесів та створення ефективних механізмів громадського контролю*. Важливим напрямом розвитку є підвищення прозорості діяльності депутатського корпусу, що сприятиме зростанню довіри виборців. Посилення ролі апарату ради у комунікації та поширенні інформації про її діяльність допоможе створити більш відкритий і зрозумілий для мешканців формат роботи. Враховуючи, що значна частина респондентів вважає всі перелічені суб'єкти важливими у формуванні іміджу, *необхідно забезпечити комплексний підхід до управління репутацією ради, акцентуючи увагу на відкритості, підзвітності та ефективності взаємодії між владою та громадянами.*

На основі отриманих резутатів проведених нами досліджень Бориспільської районної ради за 2022-2024 роки розробимо SWOT-аналіз розвитку іміджу діяльності ради. SWOT-аналіз допоможе систематизувати сильні та слабкі сторони, а також визначити можливості й загрози, які впливають на формування іміджу ради.

Таблиця 2.5

SWOT-аналіз розвитку іміджу діяльності Бориспільської районної ради

Сильні сторони (Strengths)	***Слабкі сторони (Weaknesses)***
1. Наявність офіційного вебсайту з доступною інформацією (структура ради, звіти, закупівлі, форми звернень), що сприяє прозорості.	1. Недостатня прозорість комунікацій: оцінка прозорості роботи знизилася з 3,3 балів у 2023 році до 3,1 у 2024 році.
2. Активна діяльність у соціальних мережах (зростання з 60 до 78 офіційних сторінок на всігромади за 2022-2024 роки).	2. Низький рівень залучення громадян до управління: лише 21% беруть участь у громадських слуханнях у 2024 році.
3. Зростання участі громадян у громадських слуханнях (з 15% у 2022 році до 21% у 2024 році).	3. Коливання рівня довіри до місцевої влади (зниження з 44% у 2023 році до 41% у 2024 році).

Продовження Таблиці 2.5

Сильні сторони (Strengths)	***Слабкі сторони (Weaknesses)***
4. Підтримка національного спротиву та громадських ініціатив (волонтерство, вшанування захисників), що зміцнює імідж у воєнний час.	4. Незначний прогрес у боротьбі з корупцією: рівень корупції залишається на 3.3 за 5-бальною шкалою у 2024 році.
5. Географічна близькість до Києва, що забезпечує доступ до інфраструктури та сприяє розвитку району.	5. Зниження якості адміністративних послуг: задоволеність громадян впала з 60% у 2023 році до 55% у 2024 році.
6. Позитивний рівень громадської взаємодії та підтримка місцевих ініціатив.	6. Відсутність комплексної інформаційної кампанії для посилення довіри до ради серед мешканців району.
7. Спроможність реалізації інфраструктурних проєктів завдяки бюджетному фінансуванню.	7. Обмежена цифровізація адміністративних послуг, що ускладнює доступ громадян до сервісів.
Можливості (Opportunities)	***Загрози (Threats)***
1. Розширення електронних сервісів (частка громад із впровадженими сервісами зросла до 55% у 2024 році) для покращення доступності послуг.	1. Економічні труднощі, які можуть обмежувати фінансування інфраструктурних проєктів (зменшення кількості проєктів з 325 у 2023 році до 320 у 2024 році).
2. Посилення комунікації через соціальні мережі для залучення молоді та активізації діалогу з громадою.	2. Низький рівень довіри до центральної влади (36% у 2024 році), що може негативно впливати на сприйняття місцевої влади.
3. Розвиток консультацій із громадськістю та громадських рад для підвищення залученості громадян до прийняття рішень.	3. Недостатня активність у боротьбі з корупцією може призвести до зростання недовіри серед населення.
4. Використання досвіду децентралізації для зміцнення співпраці з 11 територіальними громадами району.	4. Нерівномірний розвиток громад району, що може створювати дисбаланс у репутації ради.
5. Покращення прозорості через регулярні детальні звіти про виконання програм і бюджетів, що може підвищити довіру.	5. Воєнний стан, який створює додаткові виклики для реалізації проєктів і забезпечення стабільності в районі.
6. Розвиток інструментів громадської участі (петиції, громадські обговорення, бюджет участі) для підвищення рівня довіри до влади.	6. Вплив дезінформації через соціальні мережі, що може негативно позначатися на іміджі ради.
7. Впровадження сучасних стратегій PR та брендингу для підвищення рівня довіри та покращення репутації Бориспільської районної ради.	7. Зниження активності громадян через втому від політичних процесів і загальну кризову ситуацію.

Джерело: складено автором

Отже, SWOT-аналіз показує, що Бориспільська районна рада має *сильні* сторони, такі як *прозорий вебсайт, активність у соцмережах та підтримка громадських ініціатив, що сприяють формуванню позитивного іміджу*. Однак *слабкі* сторони, зокрема *недостатня прозорість, низька залученість громадян і коливання рівня довіри, створюють перешкоди для стабільного розвитку репутації. Можливості*, такі як *розширення електронних сервісів і посилення комунікації, можуть допомогти покращити імідж, якщо рада зосередиться на залученні громадян*. Водночас *загрози*, пов'язані *з економічними труднощами, воєнним станом і недовірою до влади, вимагають стратегічного підходу до управління репутацією.*

Отже, оцінка стану іміджу Бориспільської районної ради за 2022-2024 роки свідчить про загальну позитивну тенденцію, але й вказує на певні проблеми, які потребують уваги. Протягом досліджуваного періоду спостерігається *зростання довіри до місцевої влади та покращення в ряді показників, таких як участь громадян у громадських слуханнях та активність у соцмережах*. Водночас такі показники, як *задоволеність адміністративними послугами та оцінка прозорості влади, відображають певне коливання, що вказує на необхідність удосконалення процесів комунікації та управління. Відсутність значних покращень у боротьбі з корупцією та зниження ефективності інфраструктурних проєктів також є сигналами для подальшої роботи.*

Загалом, імідж Бориспільської районної ради є позитивним, проте для його стабільного розвитку необхідно зосередитися на покращенні прозорості, якості наданих послуг та ефективності управлінських рішень.

Висновки до другого розділу

1. Дослідження іміджу місцевих органів влади в Україні включає аналіз громадської думки, ефективності комунікацій та оцінку прозорості їх діяльності. Для цього використовуються соціологічні опитування, аналіз

медіаконтенту та експертні оцінки, що дозволяє визначити рівень довіри громадян та фактори, що впливають на формування іміджу влади. Важливими аспектами є рівень корупції, ефективність управлінських рішень та комунікація з громадянами через соціальні мережі й електронні сервіси. Дослідження дозволяє виявити проблеми, сформулювати висновки та розробити рекомендації щодо покращення іміджу місцевих органів влади. Комплексний підхід до аналізу дозволяє підвищити ефективність роботи влади та довіру громадян.

2. Дослідження проводилися на базі *Бориспільської районної ради Київської області, що є місцевим рівнем влади* (м.Бориспіль), що здійснює управлінські функції на рівні конкретного району в межах Київської області. Результати проведених досліджень свідчать про наявність у Бориспільської районної ради як позитивних аспектів у формуванні її іміджу, так і низки проблемних зон, що потребують удосконалення. Зокрема, серед сильних сторін можна виокремити прозорість інформаційної політики, активне використання соціальних мереж для комунікації з громадськістю та підтримку місцевих ініціатив, що сприяють підвищенню рівня довіри до влади. Водночас аналіз показав, що недостатній рівень залученості громадян до процесу прийняття рішень, обмежена цифровізація адміністративних послуг та нестабільність рівня довіри залишаються ключовими викликами для місцевої влади.

Проведене дослідження свідчить, що на сприйняття влади впливають такі фактори, як прозорість діяльності, якість комунікації, залученість громадян та боротьба з корупцією. Водночас існують проблеми, серед яких бюрократія, недостатня цифровізація послуг та слабка взаємодія з населенням, що знижує рівень довіри.

Оцінка можливостей для розвитку іміджу Бориспільської районної ради продемонструвала, що важливими напрямами удосконалення є розширення електронних сервісів, активізація комунікаційних стратегій та впровадження сучасних PR-методів. Заходи здатні сприяти підвищенню рівня довіри громадян і покращенню сприйняття діяльності ради. Водночас було виявлено низку

загроз, зокрема економічні труднощі, що можуть обмежити фінансування інфраструктурних проєктів, вплив воєнного стану на стабільність розвитку регіону, а також поширення дезінформації, що здатне негативно впливати на репутацію місцевої влади.

3. З огляду на отримані результати, для стабільного розвитку іміджу Бориспільській районній раді доцільно зосередитися на підвищенні рівня прозорості діяльності, впровадженні інноваційних підходів до комунікації, активізації громадської участі та цифровізації адміністративних послуг. Крім того, важливим аспектом є подальше зміцнення антикорупційної політики та реалізація заходів, спрямованих на підвищення відповідальності посадових осіб перед громадськістю, що в комплексі дозволить підвищити рівень довіри мешканців та сформувати стійкий позитивний імідж місцевої влади. Для зміцнення позитивного іміджу Бориспільської районної ради необхідно посилити відкритість управління, розширити цифрові сервіси, підвищити громадську активність та покращити комунікаційні стратегії.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

3.1. Напрями вдосконалення комунікаційних стратегій Бориспільської районної ради

Ефективне функціонування влади залежить від її здатності задовольняти основні потреби населення, що зменшує соціальну напруженість та формує довіру громадян. Місцевий рівень влади відіграє ключову роль у цьому процесі, адже саме він безпосередньо пов’язаний із життєдіяльністю громади та оперативним реагуванням на проблеми. Водночас регіональні та національні органи влади повинні підключатися до вирішення питань тоді, коли місцеві ресурси є недостатніми. Основними напрямами забезпечення потреб громадян є якість комунальних послуг, доступність медичного обслуговування, ефективність роботи громадського транспорту, безпека життя, екологічний стан та рівень освіти. Невиконання цих базових функцій спричиняє зниження довіри до влади та підвищує соціальну напругу.

Окрім місцевих проблем, існує низка і загальнонаціональних проблем, серед яких відсутність чіткої стратегії розвитку, недостатня відповідальність посадовців, низька ефективність судової та правоохоронної системи. Важливим залишається питання боротьби з корупцією, що має базуватися не лише на покараннях (які частіше всього закінчуються внесенням грошової застави, що в кінцевому результаті ще більше її стимулює, а не долає!), а й на формуванні високого рівня моральності та правової культури суспільства. Низький рівень задоволення цих потреб призводить до зневіри громадян у державному управлінні, посилення соціальної нестабільності та еміграційних настроїв. Відсутність довгострокової стратегії розвитку держави та чітких механізмів громадського контролю за владою лише поглиблює кризові явища. Вирішення цих проблем можливе лише через підвищення рівня професійної компетентності управлінської еліти, посилення підзвітності влади та ефективну комунікацію з громадянами [15; 16].

Проведений нами аналіз стану іміджу Бориспільської районної ради Київської області виявив низку проблем та напрямів, які потребують подальшого розвитку і вдосконалення з метою підвищення ефективності взаємодії з населенням, зростання довіри громадян і загального покращення сприйняття місцевої влади.

Одним із важливих завдань є посилення прозорості та відкритості роботи ради. Велика кількість наукових досліджень свідчить [3; 18; 27; 28; 33; 39; 46 та ін..] про те, що в першу чергу саме *прозорість є ключовим фактором, що формує довіру до органів влади.* Тому важливо впроваджувати механізми регулярного інформування громадян про діяльність ради, зокрема шляхом публікації детальних звітів, онлайн-трансляцій засідань та створення відкритих цифрових ресурсів. Забезпечення доступу до актуальної та достовірної інформації сприятиме підвищенню рівня громадської участі та зміцненню легітимності прийнятих рішень. Важливо регулярно оприлюднювати детальні звіти щодо виконання бюджетних програм, стану реалізації інфраструктурних проектів та рішень районної ради. Для зручності доступу та інтерактивності слід створити спеціальний онлайн-сервіс, де мешканці зможуть в режимі реального часу відстежувати прогрес виконання рішень та брати участь у їх обговоренні.

Активізація участі громадян у процесах прийняття рішень є не менш важливим напрямом удосконалення комунікаційної стратегії, що може бути реалізовано шляхом розширення практики проведення громадських консультацій з використанням цифрових платформ. Впровадження системи електронних петицій дозволить громадянам активно впливати на прийняття рішень, а також висловлювати власні ініціативи щодо розвитку території, де вони проживають. Для забезпечення високого рівня залученості населення до місцевого управління рекомендовано створення спеціальної цифрової платформи з можливістю електронних голосувань і збору пропозицій.

Враховуючи сучасні тенденції цифровізації, необхідним є подальший розвиток цифрових комунікацій. Рекомендується модернізувати офіційний сайт Бориспільської районної ради, зробивши його більш зручним для користувачів

та інтерактивним. З цією метою варто створити мобільний додаток, який забезпечить швидкий і зручний доступ до інформації, новин, оголошень та рішень ради. Також потрібно активізувати присутність ради у соціальних мережах, використовуючи інтерактивні формати комунікації, такі як прямі ефіри, опитування та сесії питань-відповідей.

Ще одним важливим напрямом є вдосконалення взаємодії з медіа. Активна робота із засобами масової інформації забезпечить позитивний імідж влади серед населення. Пропонуємо регулярне проведення прес-конференцій, брифінгів та тематичних зустрічей з громадою, місцевими підприємцями, волонтерами, журналістами, що дозволить керувати інформаційним полем і своєчасно реагувати на суспільні запити. Рекомендується також проведення медіа-турів для демонстрації результатів діяльності районної ради.

Покращення якості надання адміністративних послуг є досить важливим для формування позитивного іміджу влади. Для цього доцільно впровадити систему моніторингу задоволеності населення якістю послуг, здійснювати регулярні опитування мешканців щодо їхніх вражень та пропозицій. Для оптимізації обслуговування громадян слід розробити систему електронних черг та онлайн-записів.

Окремо слід звернути увагу на антикорупційну комунікацію. Регулярне інформування громадян щодо заходів боротьби з корупцією, відкритість фінансових звітів та доступність інформації про використання бюджетних коштів є необхідними для підвищення довіри до влади. Рекомендується створення на сайті ради окремої рубрики, яка міститиме інформацію щодо антикорупційної діяльності та можливість повідомляти про корупційні прояви.

Вдосконалення кадрової політики також є важливою умовою ефективної комунікації. Необхідно організувати систематичні тренінги для співробітників виконавчого апарату ради та представників старостинських округів з комунікаційних навичок, цифрової грамотності та роботи з громадськістю. Проведення таких навчань сприятиме покращенню якості взаємодії працівників ради з населенням.

Важливим питанням у розвитку довіри до місцевої влади є підвищення її підзвітності перед громадою, що передбачає впровадження механізмів відкритого діалогу та постійного зворотного зв'язку. Запровадження цих заходів сприятиме не лише покращенню іміджу Бориспільської районної ради, а й загальному зростанню довіри громадян до органів місцевого самоврядування, що є ключовим фактором стабільного розвитку громади.

Узагальнюючи вищенаведене, систематизуємо напрями вдосконалення комунікаційних стратегій для Бориспільської районної ради, що представлені в таблиці 3.1:

Таблиця 3.1

Напрями комунікаційних стратегій Бориспільської районної ради

Напрям	*Конкретні заходи*	*Очікувані результати*	*Відповідальні*
Прозорість і відкритість	- Регулярні звіти - Інтерактивний онлайн-сервіс	- Збільшення довіри громадян - Зменшення інформаційної закритості	- Керівництво ради - Прес-служба ради
Участь громадян	- Цифрові консультації - Система петицій - Електронні голосування	- Зростання активності населення - Покращення громадського контролю	- Депутати - Виконавчий апарат ради
Цифрові комунікації	- Оновлення офіційного сайту - Мобільний додаток - Активізація соцмереж	- Своєчасне інформування мешканців - Збільшення охоплення аудиторії	- Відділ ІТ - Прес-служба ради
Взаємодія з медіа	- Прес-конференції - Брифінги - Медіа-тури	- Формування позитивного іміджу - Оперативне поширення інформації	- Прес-служба ради - Керівники відділів
Якість послуг	- Моніторинг задоволеності - Електронні черги	- Підвищення ефективності обслуговування - Зменшення черг	- ЦНАП (Центри надання адмінпослуг) - Відділ кадрів
Антикорупційна діяльність	- Публічне інформування - Спеціальна рубрика на сайті	- Зменшення рівня корупції - Посилення громадського контролю	- Відповідальні за запобігання корупції - Прес-служба
Кадрова політика	- Навчання та тренінги з комунікації - Цифрова грамотність - Робота з громадськістю	- Підвищення професіоналізму персоналу - Покращення взаємодії з населення	- Керівництво ради - Відділ кадрів

Джерело: розроблено автором

Запропоновані заходи також безпосередньо спрямовані на зростання прозорості та відповідальності у прийнятті рішень, а також на підвищення ефективності управлінських процесів і рівня довіри громадян до місцевої влади.

Наступним ми рекомендуємо *впровадження ефективних PR-кампаній для підвищення довіри до влади Бориспільської районної ради*. Зважаючи на результати попередніх досліджень і аналізу діяльності Бориспільської районної ради, ефективно сплановані PR-кампанії сприятимуть покращенню комунікації з населенням і підвищенню прозорості її роботи. Нижче розглянуто комплекс заходів, спрямованих на реалізацію ефективних PR-кампаній для Бориспільської районної ради.

Визначення цільової аудиторії та формування ключових повідомлень:

- *Сегментація аудиторії*. Населення Бориспільського району неоднорідне: різниться за віком, рівнем освіти, зайнятістю та залученістю в суспільно-політичні процеси. Тому насамперед доцільно провести соціологічне опитування або аудит громадської думки для виявлення домінуючих груп (наприклад, молодь, пенсіонери, активні громадські діячі тощо).
- *Формування ключових меседжів*. На основі аналізу потреб кожної аудиторії розробляються чіткі спрямування: прозорість і відкритість роботи ради (регулярні звіти, онлайн-трансляції); соціально-економічний розвиток (нові інфраструктурні проєкти, підтримка локального бізнесу); залучення громади до ухвалення рішень (громадські слухання, електронні петиції).

Чітко сформульовані та адаптовані до різних цільових груп повідомлення сприятимуть кращому розумінню діяльності ради і водночас підвищать рівень довіри.

Планування PR-кампаній з урахуванням пріоритетних напрямів:

1. *Іміджеві кампанії*, покликані підкреслити досягнення районної ради у певній сфері (наприклад, успішна реалізація інфраструктурних проєктів, розвиток електронних сервісів).

2. *Антикорупційні та прозорі ініціативи*. З огляду на відносно високий інтерес населення до питань корупції, інформування про заходи боротьби з нею

має стати одним із ключових елементів PR-кампаній. Варто публікувати звіти про перевірки діяльності комунальних підприємств, регулярно розповідати про результати публічних закупівель тощо.

3. *Соціальні та освітні програми*. Підтримка молодіжних, волонтерських і громадських ініціатив збільшує рівень довіри населення та демонструє, що рада приділяє увагу суспільним потребам. Проведення тематичних форумів, фестивалів, семінарів тощо зміцнює емоційний зв'язок влади із громадою.

4. *Цифрові комунікації*. Поширення інформації в соціальних мережах, наприклад сторінках груп громад *Facebook*, заснування офіційних сторінок і каналів у *Telegram* або *Viber*, запровадження онлайн-опитувань і консультацій сприятимуть миттєвому зворотному зв'язку з населенням.

Для досягнення максимального охоплення та ефективності PR-кампаній необхідно використовувати різноманітні канали комунікації та методи взаємодії з громадськістю. *Засоби масової інформації* є важливим інструментом поширення інформації, тому доцільно проводити прес-конференції, брифінги та круглі столи за участі представників ради, а також надавати місцевим ЗМІ якісні медіа-матеріали, зокрема статті та інформаційні довідки. *Соціальні мережі* відіграють значну роль у сучасних комунікаціях, що вимагає регулярного розміщення постів про результати засідань, новини та успіхи реалізованих ініціатив, а також використання інтерактивних форматів, таких як опитування та live-трансляції із заходів.

Важливим каналом є *онлайн-платформи*, зокрема офіційний сайт ради, де необхідно розміщувати актуальні рішення та документи з зручною навігацією, а також створювати цифрові форми для збору пропозицій від мешканців, такі як електронні петиції та консультації. *Зустрічі з громадськістю* сприяють побудові довіри та ефективному зворотному зв'язку, тому варто організовувати громадські слухання, тематичні консультації із залученням експертів та представників цільових аудиторій, а також проводити особисті прийоми депутатів і представників виконавчого апарату ради.

Окрему увагу слід приділити *участі у міських та районних заходах*, зокрема у культурних та спортивних подіях, локальних ініціативах, що сприятиме підвищенню впізнаваності та позитивного іміджу ради серед мешканців. Додатково можна організовувати “дні відкритих дверей” у раді, що дозволить громадянам ближче ознайомитися з її діяльністю, механізмами ухвалення рішень та структурою управління. Комплексний підхід до реалізації PR-кампаній із використанням усіх зазначених каналів дозволить значно покращити рівень поінформованості громадян та підвищити довіру до місцевої влади.

Для реалізації PR-кампаній доцільно сформувати чіткий організаційний план. Приблизна структура може виглядати так:

Таблиця 3.2

Організаційний план та етапи його впровадження

Етап	*Зміст робіт*	*Відповідальні*	*Орієнтовні терміни*
1.Підготовчий	– Аналіз потреб та визначення цільових груп – Формування меседжів та KPI – Підготовка контент-плану	Керівництво ради, комунікаційний відділ	1 місяць
2. Запуск кампаній	– Проведення прес-конференцій – Запуск онлайн-платформ та рекламних матеріалів – Налагодження співпраці із ЗМІ	Прес-служба ради, відділ ІТ, відділ зв’язків зі ЗМІ	2–3 місяці
3.Реалізація	– Регулярне оновлення контенту в соцмережах – Організація громадських слухань – Збір і аналіз зворотного зв’язку	Прес-служба ради, депутати	3–6 місяців
4.Моніторинг та аналіз	– Оцінка досягнення KPI (зростання довіри, охоплення аудиторії) – Корекція стратегії у разі потреби	Аналітичний відділ, прес-служба	Після завершення основних заходів

Джерело: розроблено автором

Очікувані результати від реалізації PR-кампаній спрямовані на покращення комунікації між Бориспільською районною радою та громадою**.** *Зростання показника рівня довіри* буде ключовим показником ефективності, оскільки регулярні звіти та прозорі управлінські дії, висвітлені у ЗМІ та

соціальних мережах, повинні сприяти формуванню позитивного сприйняття влади серед громадян. Важливим результатом стане *зростання участі громади у заходах*, що передбачає активніше залучення мешканців до громадських слухань, обговорення проєктів, електронних петицій і консультативних ініціатив, що дозволить підвищити рівень довіри до ухвалених рішень і забезпечити відкритість управлінських процесів.

Ще одним важливим наслідком стане *посилення позитивного інформаційного фону*, що реалізовуватиметься шляхом систематичного висвітлення успішних кейсів у розвитку інфраструктури, впровадженні нових сервісів та реалізації соціальних проєктів, що сприятиме зменшенню скептицизму та негативного сприйняття діяльності ради. *Оптимізація контактів зі ЗМІ* також відіграє значну роль, адже ефективна співпраця з місцевими медіа та блогерами, оперативне реагування на інформаційні запити дозволять покращити висвітлення діяльності ради, зміцнюючи її позитивний імідж. Відтак, довготривала реалізація PR-кампаній сприятиме *формуванню сталих традицій взаємодії* між владою та громадськістю, що забезпечить сталість принципів відкритого управління та позитивно впливатиме на діяльність інших органів влади та ініціатив у майбутньому.

Таким чином, ефективна PR-стратегія передбачає комплексний підхід із урахуванням специфіки аудиторії, чітко сформульованих ключових повідомлень та багатоканальної комунікації. У випадку Бориспільської районної ради це означає одночасну реалізацію прозорих ініціатив, орієнтованих на боротьбу з корупцією, запровадження онлайн-платформ для зворотного зв’язку з громадянами, активну взаємодію із медіа та проведення масштабних інформаційно-роз’яснювальних кампаній. Результатом такого підходу має стати зміцнення позитивного іміджу ради та налагодження сталої комунікації з мешканцями.

Наступним напрямом вдосконалення комунікаційних стратегій пропонуємо *розширення практики відкритого діалогу між владою та громадянами.*

Створення регулярного формату публічних обговорень за участі представників місцевої влади та громадськості дасть змогу кожному мешканцю Бориспільського району висловити власну позицію щодо пріоритетних проєктів, що є особливо важливим для віддалених громад (адже саме так раду часто критикують за недостатнє залучення сільських населених пунктів). Розробка інтерактивної онлайн-платформи, де можна буде вносити пропозиції, голосувати за ініціативи й оперативно отримувати відповіді від районної ради, сприятиме зручній і прозорій комунікації, адже сайт Бориспільської районної ради наразі недостатньо інтерактивний. Також впровадження системи громадських консультацій у процесі формування бюджету та обговорення інфраструктурних проєктів допоможе залучити громадян на ранній стадії ухвалення рішень, особливо це важливо в умовах реалізації проєктів із відбудови інфраструктури громади. Одночасно із цим варто організовувати відкриті прийоми посадовців, де кожен охочий може прийти без попереднього запису, що зніме бар'єри для прямої взаємодії з владою. Важливо також запровадити практику регулярних публічних звітів голови районної ради, під час яких презентуватимуться фінансові показники, досягнення та проблеми за певний період, аби налагодити довготривалу довіру громадян. Участь лідерів громадської думки, незалежних експертів та представників волонтерського руху, ветеранів ЗСУ в робочих групах і стратегічних сесіях додасть відкритості, адже Бориспільський район відомий активною волонтерською діяльністю і потребує максимальної підтримки таких ініціатив! Дієвим інструментом стане також використання соціальних мереж як додаткового каналу двостороннього зв'язку, оскільки *Facebook-сторінка* Бориспільської районної ради нині публікує переважно новини без достатнього залучення громадян до обговорень. Поглиблене впровадження сучасних цифрових сервісів (електронні петиції та чати-боти) дозволить прискорити реагування на звернення та заохотить молодих жителів району брати активну участь у суспільному житті.

Важливим етапом також має бути проведення навчальних семінарів для представників влади щодо мистецтва публічної комунікації та технік

розв’язання конфліктів, що, на думку багатьох мешканців, є слабким місцем у діяльності ради. Окрім цього, організація громадських моніторингових комісій із залученням різних груп населення допоможе вчасно фіксувати проблемні моменти в роботі ради та сприятиме об’єктивному інформуванню громадськості. Важливо також проводити місцеві форуми й конференції, де громада зможе обговорити з владою своє бачення розвитку району, отримуючи якісні експертні консультації й залучаючи додаткові ресурси.

Урізноманітнення формату офіційних заходів шляхом впровадження інтерактивів, майстер-класів і благодійних ініціатив підвищить залученість не лише міського населення, а й мешканців сільських територій, які потребують окремої уваги в політиці Бориспільської районної ради. Крім того, слід забезпечити відкритий доступ до проєктів нормативно-правових актів і рішень, розміщуючи їх на офіційному вебсайті ради з можливістю коментування та обговорення, що підтвердить прагнення влади бути відкритою. Заохочення створення громадських організацій, у тому числі молодіжних і ветеранських, дасть змогу самій раді краще чути потреби різних вікових та соціальних груп, а також сприятиме розвитку громадянської активності. Розробка комплексної стратегії комунікації, що передбачає постійний зворотний зв’язок від мешканців та використання сучасних механізмів електронної демократії, стане важливим чинником підвищення прозорості, відтак і довіри до влади в Бориспільському районі.

Наступним напрямом вдосконалення комунікаційних стратегій пропонуємо *використання сучасних маркетингових підходів у формуванні іміджу місцевої влади.*

У сучасних реаліях, коли громадська увага та інформаційні потоки значно посилилися, використання маркетингових інструментів стає одним із ключових способів формування сприятливого іміджу органів місцевого самоврядування. Передусім маркетинговий підхід передбачає системний аналіз цільових аудиторій і виявлення їхніх потреб та очікувань, що дає змогу органам влади не лише краще розуміти специфіку власного “ринку” – громади, а й розробляти

ефективні комунікаційні стратегії. В умовах посиленої конкуренції за увагу мешканців і громадських активістів місцевій владі важливо вибудувати чіткий «бренд» – сукупність цінностей, асоціацій та переваг, із якими громадяни ототожнюватимуть конкретну раду чи адміністрацію.

Одним із провідних маркетингових інструментів у сфері діяльності місцевої влади є диференціація. Відтак, органи самоврядування мають виділяти свої особливі риси (наприклад, прозора система управління, акцент на діджитал-технологіях або пріоритет екологічних ініціатив) і втілювати їх у комунікації з мешканцями. Своєю чергою, чітке позиціонування допомагає уникнути розмитості у сприйнятті діяльності влади і сприяє вибудові послідовних меседжів на всіх рівнях взаємодії з громадськістю. Зокрема, формування унікальної «*локальної айдентики*» у вигляді спільних символів, гасел, графічних елементів чи слоганів дозволить громадянам чіткіше ідентифікувати себе з конкретною територіальною громадою.

Крім того, важливо звернутися до інструментів цифрового маркетингу, серед яких провідні ролі відіграють соціальні мережі, контент-маркетинг і цілеспрямовані e-mail або месенджер-розсилки. Наприклад, завдяки алгоритмам таргетованої реклами місцева влада може комунікувати з певними групами населення за окремими критеріями (вік, професія, інтереси), забезпечуючи релевантні повідомлення про місцеві ініціативи чи події. Висока якість контенту, що відповідає потребам аудиторії, здатна формувати довірливе ставлення та стимулювати залученість мешканців (лайки, поширення, коментарі). Такий підхід особливо важливий для інформування про соціально-економічні програми, інфраструктурні проєкти чи культурно-освітні заходи, які впливають на якість життя людей.

Унікальною можливістю для маркетингового просування місцевої влади є партнерство з громадськими та міжнародними організаціями. Участь у грантових програмах, реалізація спільних проектів і заходів з міжнародними інституціями дозволяють одночасно підвищити рівень інвестиційної привабливості регіону та продемонструвати відкритість і фаховість

управлінців. У такий спосіб формується додаткова позитивна репутаційна складова, що має міжнародну валідацію.

Окремим інструментом маркетингової діяльності є моніторинг суспільних настроїв. Засоби соціологічних досліджень та опитувань онлайн допоможуть визначити, як саме громадяни сприймають діяльність ради, які чинники викликають найбільше невдоволення, а які, навпаки, вважаються позитивними. Своєчасне реагування на виявлені проблеми й прозоре інформування про заходи їх подолання також підсилюють іміджевий капітал місцевої влади.

Таким чином, використання сучасних маркетингових підходів у практичній діяльності органів місцевого самоврядування дає змогу сформувати чіткий та привабливий образ влади, побудований на розумінні очікувань громади, унікальних особливостях регіону і пріоритетах його розвитку. За умови системної реалізації таких стратегій підвищується рівень довіри, активізується громадянська участь у прийнятті рішень, а місцева влада закріплює за собою репутацію прозорого, відповідального та орієнтованого на потреби людей інституту.

3.2. Практичні рекомендації щодо формування довіри та відкритості місцевої влади

Формування довіри до місцевих органів влади є ключовим чинником стабільного розвитку громади та ефективного управління. Відкритість і прозорість діяльності сприяють підвищенню рівня громадської участі та забезпечують позитивне сприйняття владних рішень. В умовах сучасних викликів, таких як децентралізація, цифровізація адміністративних послуг та зростання громадської активності, місцеві органи влади повинні впроваджувати нові механізми комунікації. Недостатня підзвітність, брак інформації про діяльність органів влади та низький рівень залучення громадян

створюють загрозу втрати довіри до влади, що може спричинити соціальну напругу.

Реалізація ефективних PR-стратегій, розширення каналів зворотного зв'язку та забезпечення громадського контролю є необхідними умовами підвищення довіри до місцевих органів управління. Прозорість бюджетних процесів, відкриті звіти посадовців та регулярні консультації з громадянами сприяють створенню сприятливого інформаційного середовища. Використання цифрових платформ, соціальних мереж та громадських слухань дозволяє покращити комунікацію між владою та громадянами. Важливим напрямом також є впровадження механізмів участі населення у прийнятті рішень, що забезпечує відчуття відповідальності громади за місцевий розвиток.

Основою будь-якої системи є спільна ідеологія, яка визначає напрям розвитку, після чого формується стратегія та встановлюються кінцеві цілі, які мають бути чітко окресленими й вимірюваними, оскільки саме за їх досягненням оцінюється ефективність управління. Головним показником результативності діяльності органів влади є рівень якості життя населення. Усі структурні елементи соціальних об'єктів повинні узгоджувати свої дії відповідно до цих цілей, що сприятиме ефективній взаємодії та досягненню бажаних результатів [16].

Отже, існує необхідність розробити практичні рекомендації щодо підвищення рівня довіри до місцевої влади та розбудови відкритих механізмів управління. Запропоновані заходи сприятимуть налагодженню ефективної взаємодії між владою та громадянами, що є основою для стійкого розвитку місцевого самоврядування.

Глобальна проблематика формування та розвитку позитивного іміджу органів публічної влади на регіональному рівні часто пов'язана з маніпуляціями рейтингами та створенням штучного образу ефективності управління. Часто органи влади використовують інформаційні технології та медіаресурси для просування вигідного іміджу, що не завжди відображає

реальний стан справ та рівень довіри громадян. Накручені рейтинги, контрольовані опитування та вибіркове висвітлення досягнень можуть призвести до втрати легітимності влади у довгостроковій перспективі та поглиблення розриву між громадянами та управлінськими структурами. Відсутність прозорих механізмів оцінки діяльності, незалежного громадського контролю та об'єктивних критеріїв оцінювання ускладнює формування реального позитивного іміджу місцевої влади. Для подолання цих викликів необхідно впроваджувати чесні комунікаційні стратегії, сприяти незалежному моніторингу діяльності влади та активізувати механізми громадської участі в ухваленні рішень.

Щоб подолати *накрученість у рейтингах та уникнути штучно створеного іміджу*, необхідно впроваджувати комплексні підходи, які забезпечать реальну оцінку діяльності органів влади та прозорість комунікацій. Ось основні кроки для досягнення цієї мети:

1. *Відкритість джерел інформації* – рейтинги та опитування мають базуватися на перевірених, незалежних джерелах. Важливо залучати авторитетні соціологічні центри та громадські організації до збору та аналізу даних.

2. *Прозорість методології оцінки* – усі рейтингові системи повинні мати чітко визначені критерії та методи збору інформації. Це дозволить уникнути маніпуляцій та накруток.

3. *Залучення незалежних експертів* – незалежний аудит рейтингів та іміджевих досліджень з боку експертів, журналістів або науковців забезпечить неупередженість оцінок.

4. *Громадський контроль* – важливо створити механізми для участі громадськості в оцінці діяльності місцевих органів влади, наприклад, регулярні публічні слухання, інтерактивні платформи для збору зворотного зв’язку.

5. *Реальні результати, а не медійний образ* – органи влади мають фокусуватися на фактичних досягненнях, а не на створенні вигідного

інформаційного образу через ЗМІ. Потрібно регулярно звітувати про виконані проєкти, бюджетні витрати, соціальні ініціативи.

6. *Верифікація онлайн-голосувань* – при використанні цифрових платформ для опитувань варто застосовувати перевірку учасників, унеможливлюючи масові накрутки (наприклад, через авторизацію через BankID або електронний цифровий підпис).

7. *Аналітичний підхід до соціальних мереж* – уникаючи маніпуляцій, слід аналізувати якість взаємодії громадян із контентом, а не просто кількість реакцій або переглядів.

8. *Баланс висвітлення у медіа* – важливо, щоб поряд із досягненнями висвітлювалися й проблеми, виклики та плани їхнього вирішення, що зробить імідж влади більш реалістичним.

9. *Боротьба з фейковими акаунтами та ботами* – для забезпечення чесного зворотного зв'язку необхідно виявляти штучно створені акаунти, які впливають на рейтинги та громадську думку.

10. *Незалежні платформи для моніторингу іміджу* – створення незалежних ресурсів для обговорення діяльності влади (форумів, платформ відкритих відгуків) сприятиме об'єктивності оцінки її роботи.

Впровадження цих заходів дозволить сформувати об'єктивний та довготривалий імідж органів місцевого самоврядування, заснований на реальних досягненнях, а не на штучно створених рейтингах та маніпуляціях громадською думкою.

Формування довіри та забезпечення відкритості місцевих органів влади є одним із ключових завдань у сучасному державному управлінні, зумовленим посиленням ролі громадськості та зростанням запиту на прозорість діяльності чиновників. Запровадження практики щорічного публічного звітування керівників місцевих адміністрацій дає можливість забезпечити інформування населення щодо основних досягнень та викликів у сфері бюджетного планування, фінансування інфраструктурних проєктів і соціальних ініціатив. При цьому під час таких заходів рекомендовано передбачати інтерактивні

формати (наприклад, відкриті обговорення, запитання-відповіді), що сприяє прямому діалогу між владою та громадськістю й водночас дозволяє розширити коло зацікавлених сторін. Доповненням до цього є створення відкритих інформаційних платформ, на яких громадяни можуть у реальному часі ознайомлюватися зі станом реалізації проєктів, відстежувати терміни виконання та контролювати використання бюджетних коштів. У таких системах має забезпечуватися доступність нормативно-правових актів і можливість залишати звернення та пропозиції.

Важливим елементом, що дає змогу постійно відстежувати рівень довіри й задоволеності громадян, є використання соціологічних досліджень для оцінки ефективності іміджевої політики. Регулярне проведення опитувань серед мешканців регіону дає змогу виявити динаміку змін у суспільних настроях, визначити основні “болючі точки” та оцінити результативність інформаційно-комунікаційних кампаній. Одержані дані слід застосовувати для корегування пріоритетів у роботі з громадськістю й удосконалення механізмів зворотного зв’язку, що є підґрунтям для формування сталого позитивного іміджу влади. Підвищення кваліфікації чиновників у галузі комунікацій та кризового менеджменту, своєю чергою, забезпечує формування стійких навичок реагування на медійні виклики, критику та конфліктні ситуації. Участь у тренінгах, семінарах, спеціалізованих програмах дозволяє працівникам місцевих адміністрацій опановувати новітні методи роботи з інформацією та впливати на формування довіри населення. Окрім цього, ефективна комунікація під час надзвичайних ситуацій та криз може суттєво підвищити рівень підтримки громадськості й зменшити можливі репутаційні ризики. Також доцільним є впровадження механізмів постійного моніторингу відкритості органів місцевого самоврядування, що включає оцінку доступності інформації, оперативність реагування на запити громадян та якість розгляду звернень.

Загальний комплекс заходів із формування відкритої, прозорої та ефективної місцевої влади пропонується узагальнити у вигляді таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Основні рекомендації з формування довіри та відкритості місцевої влади

Рекомендація	*Мета*	*Інструмент реалізації*	*Очікувані результати*
Щорічне публічне звітування керівників місцевих адміністрацій	Підвищити прозорість і підзвітність	Відкриті зустрічі, онлайн-трансляції	Залучення громади, посилення довіри, контроль витрат
Відкриті інформаційні платформи	Забезпечити доступність даних і зворотний зв’язок	Інтерактивні вебсайти, «кабінет громадянина»	Прозорість проєктів, моніторинг діяльності, можливість подання звернень
Соціологічні дослідження	Оцінити ефективність іміджевої політики	Опитування, анкетування	Виявлення суспільних настроїв, корекція пріоритетів, покращення зворотного зв’язку
Підвищення кваліфікації у сфері комунікацій	Забезпечити компетентність чиновників	Тренінги, семінари, освітні програми	Формування навичок кризового менеджменту, якісна взаємодія з громадськістю

Джерело: розроблено автором

Кожен із названих заходів потребує продуманої організації, а також систематичного моніторингу результатів. Для оцінювання ефективності впроваджених рекомендацій доцільно застосовувати ряд показників, серед яких: рівень задоволеності громадян, кількість звернень до онлайн-платформ і характер відгуків у соціальних мережах. Додатково варто враховувати динаміку залученості громадян до громадських слухань, кількість активних користувачів електронних сервісів та рівень зростання довіри до місцевої влади за результатами соціологічних опитувань.

Орієнтовний перелік індикаторів успішності пропонується узагальнити у таблиці 3.4. Таким чином, системне впровадження публічного звітування, створення відкритих цифрових ресурсів, використання регулярних досліджень громадської думки та формування професійних компетенцій посадовців у сфері комунікацій може стати основою для побудови довіри та відкритості в діяльності місцевої влади.

Таблиця 3.4

Індикатори успішності заходів з підвищення довіри та відкритості

Індикатор	*Джерело даних*	*Періодичність вимірювання*	*Критерії оцінки*
Рівень задоволеності громадян діяльністю влади	Соціологічні опитування	Щорічно / піврічно	Зростання позитивних відгуків
Кількість звернень і скарг через відкриті платформи	Аналітика вебресурсів	Постійно (онлайн-режим)	Зменшення негативних звернень
Охоплення онлайн-трансляцій щорічних звітів	Статистика переглядів	Щорічно	Збільшення кількості переглядів
Реакція ЗМІ на заходи (публікації, рецензії)	Медіамоніторинг	Постійно	Наявність переважно позитивних чи нейтральних публікацій

Джерело: розроблено автором

Поєднання цих чинників дозволяє не лише покращити імідж органів місцевого самоврядування, а й розвинути якісну модель співпраці між владою та громадянами, що відповідає сучасним демократичним стандартам і суспільним очікуванням.

Одним із важливих питань такої взаємодії є забезпечення доступності інформації для всіх категорій населення, включаючи осіб, які не володіють цифровими технологіями або мають обмежений доступ до інтернет-ресурсів. Саме тому необхідно розробити стратегію комунікації, що враховуватиме потреби пенсіонерів та інших малозахищених верств населення, використовуючи як традиційні, так і цифрові інструменти. Важливим напрямом є створення мережі громадських приймалень, інформаційних центрів і гарячих ліній, де громадяни зможуть отримувати необхідну інформацію та консультації у зручному форматі. Окрім цього, слід посилити взаємодію з місцевими ЗМІ, які залишаються одним із основних джерел інформації для значної частини населення, шляхом регулярного інформування про рішення влади, соціальні ініціативи та ключові проєкти. Збалансоване використання різних каналів комунікації сприятиме покращенню інформованості громадян, розширенню

їхньої участі в управлінських процесах та підвищенню рівня довіри до місцевих органів влади.

Для ефективної взаємодії органів влади з пенсіонерами та іншими групами населення, які не мають цифрових компетентностей, необхідно запровадити комплексний підхід, що поєднує традиційні та сучасні методи комунікації. Пропонуємо наступні варіанти таких заходів:

Таблиця 3.5

Взаємодія органів влади з пенсіонерами та населенням, яке не має цифрових компетентностей

Напрям взаємодії	*Конкретні заходи*	*Очікувані результати*
Інформаційні центри та консультаційні пункти	Відкриття громадських приймалень у доступних місцях, гаряча телефонна лінія	Покращення доступу до інформації та послуг
Розширення можливостей для особистого спілкування	Виїзні прийоми представників влади, регулярні зустрічі з населенням	Зміцнення довіри до влади, підвищення громадської активності
Використання друкованих матеріалів	Випуск інформаційних бюлетенів, розповсюдження листівок	Інформування пенсіонерів та маломобільних груп населення
Підтримка через медіа та місцеве радіо	Організація передач на місцевому телебаченні та радіо, анонсування подій	Збільшення обізнаності про діяльність влади серед населення
Залучення соціальних працівників та волонтерів	Тренінги для соціальних працівників, волонтерські програми	Сприяння доступу до інформації через довірених осіб
Навчальні програми з цифрової грамотності	Безкоштовні курси з використання смартфонів та інтернету	Зниження цифрового бар’єру серед пенсіонерів
Офлайн-голосування та збори для прийняття рішень	Можливість особисто подавати звернення, письмові або телефонні опитування	Розширення можливостей для участі у прийнятті рішень

Джерело: розроблено автором

Таким чином, для ефективної взаємодії органів влади з пенсіонерами та іншими групами населення, які не мають цифрових компетентностей, необхідний комплексний підхід. Поєднання традиційних методів комунікації, таких як друковані матеріали, офлайн-голосування та зустрічі з громадянами, із

залученням соціальних працівників та волонтерів дозволить значно покращити рівень інформованості населення. Важливим завданням є підтримка через місцеві медіа та радіо, оскільки це залишається одним із ключових джерел отримання інформації для старшого покоління. Особливу увагу слід приділити організації навчальних програм з цифрової грамотності, які допоможуть частково інтегрувати малознайомі з цифровими технологіями групи у сучасний інформаційний простір.

Загалом, реалізація цих заходів сприятиме підвищенню довіри громадян до органів влади, їхній активній участі у громадських процесах та формуванню прозорої комунікаційної політики.

Висновки до третього розділу

1. Впровадження запропонованих комунікаційних стратегій сприятиме суттєвому покращенню взаємодії Бориспільської районної ради з громадськістю, що, у свою чергу, підвищить рівень довіри громадян до місцевої влади. Основними напрямами розвитку визначено забезпечення прозорості діяльності, активізацію участі населення у процесах прийняття рішень та модернізацію цифрових комунікацій. Зокрема, необхідно розширити практику відкритих консультацій, впровадити інтерактивні онлайн-платформи та створити умови для зручного доступу громадян до інформації щодо діяльності ради, що сприятиме залученню громади до управлінських процесів.

Окрім цього, посилення позитивного інформаційного фону та оптимізація співпраці із засобами масової інформації дозволять покращити комунікаційний потенціал влади та створити передумови для довгострокового партнерства з медіа. Підвищення якості адміністративних послуг, запровадження електронних черг і регулярний моніторинг рівня задоволеності громадян є важливими складовими зміцнення іміджу місцевої влади, що сприятиме покращенню її ефективності та підвищенню громадської довіри.

Одним із ключових напрямів є також запровадження антикорупційних ініціатив, зокрема забезпечення прозорості бюджетних процесів, розширення

доступу до фінансових звітів і підвищення громадського контролю над використанням ресурсів, що сприятиме зменшенню рівня корупційних ризиків. Додатково необхідно організовувати навчальні тренінги для посадових осіб ради, спрямовані на підвищення рівня їхньої професійної компетентності у сфері комунікацій та кризового менеджменту, що дозволить покращити якість взаємодії з населенням.

Формування довіри до місцевих органів влади є важливим чинником стабільного розвитку громад та ефективного управління. Прозорість, відкритість та розширення каналів комунікації, включаючи цифрові платформи й традиційні методи взаємодії, сприяють зміцненню громадської участі та легітимності ухвалених рішень. Запровадження механізмів громадського контролю, відкритого доступу до фінансової інформації та підвищення кваліфікації посадовців у сфері комунікацій сприятиме підвищенню рівня довіри та зменшенню корупційних ризиків.

Окрему увагу слід приділити розширенню можливостей комунікації з категоріями населення, які не мають цифрових навичок, зокрема пенсіонерами та маломобільними групами. , що забезпечить рівний доступ до інформації та сприятиме побудові ефективного діалогу між громадянами та місцевим самоврядуванням. Розвиток навчальних програм з цифрової грамотності дозволить поступово інтегрувати громадян у сучасний інформаційний простір та покращити їхню взаємодію з органами місцевого самоврядування.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В результаті проведеного дослідження досягнуто поставлену мету та вирішено визначені завдання. Підсумовуючи розгляд проблематики, можна зробити такі узагальнюючі висновки:

1. На основі проведеного аналізу та узагальнення наукових джерел досліджено поняття «імідж», що визначено як важливий елемент сприйняття особи чи організації в суспільстві, формуючись під впливом комунікації, діяльності та громадської думки.

Імідж органів публічної влади є важливим чинником, що визначає рівень довіри громадян, легітимність управлінських рішень та ефективність діяльності владних структур. Він формується під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, серед яких ключову роль відіграють прозорість, ефективність управління та якісна комунікація з громадськістю. Проведений аналіз засвідчив, що створення позитивного іміджу сприяє оптимізації державного управління, підтримці суспільної стабільності та реалізації соціально-економічних реформ.

Формування та підтримка довіри громадян можливі лише за умови використання системного підходу, що включає моніторинг громадської думки, двосторонній зв’язок із суспільством, ефективну інформаційну політику та співпрацю зі ЗМІ. Важливими елементами цього процесу є підготовка висококваліфікованих кадрів, запровадження механізмів контролю та регулярне соціологічне оцінювання настроїв населення. Серед основних механізмів формування іміджу органів влади виділено правовий, організаційно-інституційний, кадровий, фінансово-економічний, інформаційно-технологічний та моніторинговий інструменти. Реалізація цих підходів забезпечить не лише ефективність державного управління, а й створить умови для стійкого розвитку та підвищення рівня довіри громадян до влади.

2. Дослідження іміджу місцевих органів влади в Україні показало, що ключовими чинниками формування довіри громадян є прозорість діяльності, ефективність управління, якість комунікації та боротьба з корупцією. Проведений аналіз Бориспільської районної ради виявив як позитивні аспекти, так і проблемні

зони, що потребують удосконалення. До сильних сторін належать відкритість інформаційної політики, активна взаємодія з громадськістю через соціальні мережі та підтримка місцевих ініціатив. Водночас викликами залишаються недостатня цифровізація послуг, низький рівень залученості громадян до процесу ухвалення рішень та нестабільність рівня довіри.

3. Результати дослідження свідчать, що для покращення іміджу ради необхідно впроваджувати сучасні методи комунікації, розширювати електронні сервіси та посилювати механізми громадської участі. Важливим напрямом є також подальше зміцнення антикорупційної політики та відповідальності посадовців перед громадськістю. Крім того, загрози у вигляді економічних труднощів, воєнного стану та поширення дезінформації потребують стратегічного підходу для збереження стабільності та зміцнення довіри мешканців.

4. Оцінка можливостей для розвитку іміджу Бориспільської районної ради підтвердила доцільність посилення відкритості управління, вдосконалення комунікаційних стратегій та запровадження сучасних PR-методів. Зокрема, створення ефективних каналів комунікації, підвищення рівня прозорості бюджетних процесів і впровадження електронного врядування дозволить значно покращити сприйняття діяльності влади. У комплексі такі заходи сприятимуть не лише формуванню позитивного іміджу ради, а й підвищенню рівня довіри громадян та ефективності місцевого самоврядування.

5. Запропоновані комунікаційні стратегії сприятимуть покращенню взаємодії Бориспільської районної ради з громадськістю та підвищенню рівня довіри громадян до місцевої влади. Основними напрямами вдосконалення є забезпечення прозорості діяльності, активізація громадської участі та модернізація цифрових комунікацій, що дозволить залучити ширші верстви населення до процесів ухвалення рішень. Важливими заходами є впровадження відкритих консультацій, створення інтерактивних онлайн-платформ та розширення доступу громадян до актуальної інформації про діяльність ради.

Формування довіри до місцевих органів влади є необхідною умовою ефективного функціонування державного управління та стабільного розвитку

громад. Прозорість, відкритість і регулярне інформування громадян про діяльність влади сприяють підвищенню рівня громадської участі та зміцненню легітимності ухвалених рішень. Важливим кроком є впровадження комплексних комунікаційних стратегій, які включають як цифрові платформи, так і традиційні методи взаємодії, що дозволить охопити всі категорії населення. Недостатній рівень підзвітності, обмежена доступність інформації та низька залученість громадян до процесів ухвалення рішень можуть призвести до зниження довіри до влади, соціальної напруги та відчуженості громадян від управлінських процесів.

Реалізація ефективних PR-кампаній, посилення каналів зворотного зв’язку та залучення незалежного громадського контролю є ключовими напрямами для підвищення рівня довіри до місцевих органів влади. Використання соціальних мереж, онлайн-платформ, громадських слухань та консультацій сприяє розширенню комунікаційних можливостей та активнішій участі населення в житті громади. Запровадження системи відкритого доступу до фінансових звітів, прозорості бюджетних процесів і незалежного моніторингу ефективності влади дозволяє мінімізувати ризики корупції та зміцнювати довіру громадян. Важливою складовою є підвищення кваліфікації посадових осіб у сфері комунікацій, що сприятиме покращенню якості взаємодії з громадянами та формуванню культури відкритого врядування.

Окрему увагу слід приділити групам населення, які не мають цифрових навичок, через використання традиційних каналів комунікації, таких як друковані матеріали, місцеве радіо та громадські приймальні. Комплексне впровадження цих заходів не лише сприятиме покращенню іміджу Бориспільської районної ради, а й забезпечить розвиток відкритого врядування та підвищення ефективності місцевого самоврядування, що відповідатиме сучасним демократичним стандартам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Августин Р. Р., Богач Ю. А. Управління інформаційними зв'язками : навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2013. 241 с.

2. Августин Р.Р. Електронне врядування як інформаційна база забезпечення взаємодії влади і бізнесу. Збірник матеріалів доповідей науково-практичної конференції з міжнародною участю «Влада і бізнес: актуальні проблеми партнерства». Тернопіль, 2013. С.104-107

3. Афанасьєв М.В., Шемаєва Л.Г., Аведян Л.Й. Інноваційні процеси в системі державного управління і місцевого самоврядування. Харків: ХНЕУ, 2006. 212 с. URL: http://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2015/літі/

4. Акайомова А. Комунікативні властивості іміджу та його класифікація. Віче. 2011. № 22 (листопад). С. 2-5.

5. Бажинова О.А. Взаємодія органів публічної влади з громадськістю як чинник демократизації державного управління URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2011-2/doc/6/08.pdf

6. Баєва Л.В. Рішення місцевих рад: поняття, форми і їх реалізація URL: http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/856/1/Bayeva_Decisions%20of%20local%20councils.pdf

7. Бажинова О.А. Взаємодія органів публічної влади з громадськістю як чинник демократизації державного управління URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2011-2/doc/6/08.pdf

8. Берданова О. Ресурсне забезпечення регіонального та місцевого розвитку https://regionet.org.ua/files/05.RLD_Resource_Berdanova_Materials_UA.pdf

9. Воронков В.Г. Інформаційно-комунікаційний менеджмент: навчально-методичний посібник. Запоріжжя: ЗДІА, 2018. 158 с.

10. Гаман Т.В. Роль і значення зв'язків з громадськістю у формуванні позитивного іміджу органів державної влади. Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. 2012. №1. С. 44-52.

11. Гаркавенко З. Довідник депутата місцевої ради. Центр соц. технологій. Київ: Поліграфкнига, 2006. 144 с.

12. Гливка А. О., Функції місцевого самоврядування в умовах трансформації політичної системи України. Актуальні проблеми політики. № 58. С. 180-189 URL: http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/П300/8866/Hlyvka%20APP_58-18.pdf?sequence=1&isAllowed=y

13. Гулак Л.С. Органи місцевого самоврядування в механізмі державного управління. Порівняльно–аналітичне право. 2014. №3. URL: http://www.pap.in.uaZ3_2014/6.pdf

14. Дерев'янко О.Г. Механізми впливу репутаційного менеджменту на бізнес-результати. Стратегія економічного розвитку України. 2018. № 42. С. 5-18.

15. Дмитренко Г. А.,Головач Н. В. Стратегія соціально-економічного розвитку України в аспекті об'єднання влади та громадян. Наукові праці МАУП. Серія Економічні науки. Вип.2(58). 2019. С. 6-15.

16. Дмитренко Г. А., Семенець-Орлова І. А., Головач Н. В., Згалат-Лозинська Л. О., Олійник В. В., Помиткін Е. О., Колодій Б. В., Головач Д. М. «Цифрове «Віче» - прямий шлях до євроінтеграції та розвитку громадянського суспільства України. Науково-публіцистичне, 2-ге видання, доповнене / Під. заг. ред. Г. А. Дмитренка. К.:ПАЛИВОДА А. В. 2023. 258 с.

17. Доскіч Л.С. Вплив громадян на прийняття рішень органами місцевого самоврядування як чинник ефективного функціонування демократії на локальному рівні: польський досвід та українські реалії. URL: https://ipl.donnu.edu.ua/article/view/4074

18. Драчов Є.В., Сутність та функції комунікації в системі державного управління. Науковий вісник Академії муніципального управління: Серія «Управління». 2014. №3. URL: www.irbis-nbuv.gov.ua\irbis_nbuv\cgiirbis_64

19. Дрешпак В.М. Знаки та символи в державному управлінні: монографія. Дніпро: ДРІДУ НАДУ, 2010. 338 с.

20. Желюк Т.Л., Микитюк П.П., Августин Р.Р. та ін. Архітектоніка управління збалансованим розвитком національної економіки : монографія. Тернопіль: Крок, ТНЕУ, 2017. 337 с.

21. Зеліч В.В. Комунікативний менеджмент: навчально-методичний комплекс з дисципліни. Ужгород: ДНВЗ «УжНУ». 2016. 40 с. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/10479/1/10

22. Золотарьов В.Ф. Сутність кадрового забезпечення органів місцевого самоврядування. URL: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2014-2/doc/3/01.pdf

23. Кривокульська Н.М. Керівник адміністративної служби: Навч. посібник. Тернопіль: „Крок", 2015. 200 с.

24. Краснопьорова С. Детермінанти інститутів професійної служби в органах місцевого самоврядування. Вісник НАДУ. 2016. №3. С.87-95.

25. Кузьменко Г.О. Використання цифрових технологій у публічному управлінні: вплив на ефективність та прозорість // Наукові праці МАУП. Серія: Публічне управління. – 2023. – № 2. – С. 45–53.

26. Кульчій І.О. Формування та розвиток системи місцевого самоврядування: досвід країн Європейського Союзу, Державне управління: удосконалення та розвиток. 2016. №6. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=975

27. Лаврентій А.С. Основні підходи до ідентифікації іміджу, його структурних складових та функціонального простору реалізації. Державне управління. 2017. №20. С. 123-127

28. Лаврентій А.С. Імідж як інструмент репутаційного менеджменту в публічному секторі. – Державне управління. – 2024. – № 22. – С. 123–130.

29. Лазор О. Д. Основи державного управління та місцевого самоврядування. Хмельницький : Поліграфіст-2, 2012. 520 с.

30. Ларіна Н. Імідж як комунікативна основа позиціювання влади. Вісник державної служби України. 2013. №2. С.20-23

31. Лашкіна М. Нові підходи до комунікації в публічному просторі державного управління. Публічне управління: теорія та практика. 2013. №1. URL: http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2013-1/doc/1/02.pdf3) / 2013

32. Левчук М.Г. Взаємодія органів місцевого самоврядування та громадських об'єднань в умовах децентралізації державно-управлінських послуг URL: http://academy.gov.ua/ej/ej7/doc_pdf/levchuk.pdf

33. Лукіна Т.О. Технологія розробки анкет для моніторингових досліджень освітніх проблем. Методичні рекомендації. Миколаїв: О11111О, 2012. 32 с. URL: http://lib.iitta.gov.ua/4157/1.pdf

34. Мамонтова Е. Імідж органу публічної влади: структура та функції. Актуальні проблеми державного управління. 2013. №4. С. 90-93. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdyo_2013_4_28

35. Маркіна І. А. Світові тенденції реалізації концепції сталого розвитку. Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія : Економічні науки. 2016. Вип. 32(1). С. 77-83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2016_32(1)13.

36. Мельтюхова Н.М., Зарубіжний досвід публічного адміністрування. Методичні рекомендації. Київ: НАДУ, 2010. 28 с.

37. Місцевий розвиток за участі громади : Монографія у 2 т. - Суми : Університетська книга, 2013. Том 1. - Теоретичні основи сталого місцевого розвитку, орієнтованого на громаду / [за заг. ред. Ю. М. Петрушенка]. Суми : Університетська книга, 2013. 354 с.

38. Могильний С.А. Інноваційні технології формування позитивного іміджу посадових осіб органів місцевого самоврядування. Актуальні проблеми державного управління. 2011. №2. С. 340-347.

39. Муркович Л. Особливості взаємодії органів місцевого самоврядування і територіальної громади. URL: http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2011/2011_03(10)/11mlistg.pdf

40. Муркович Л. Світова практика залучення громадян до участі в управлінні місцевими справами. Державне управління та місцеве самоврядування. 2013. Вип. 2. С. 262-269.

41. Назарчук В.В. Імідж та його значення в діяльності публічного службовця. https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/48215/1/%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%P1%81%P1%82%P0%B5%P1%80%P1%81%P1%8C%P0%BA%P0%B0%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%BD%D0%B0%P1%80%P0%B1%P0%B1%P0%B0%20%P0%9P%P0%B0%P0%B7%P0%B0%P1%81%P1%83%P0%BA^

42. Наумік Т. О. Менеджмент у системі органів державної влади та місцевого самоврядування : регіональний і муніципальний менеджмент: навч. посіб. Харків: ХНЕУ, 2010. 276 с. URL: http://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2015/

43. Палюх С. Й. Формування позитивного іміджу органів публічної влади. Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах інноваційного розвитку економіки: зб. матеріалів доп. всеукр. наук.-практ. конф. з міжнародною участю, м. Тернопіль, 15 травня 2020 р. Тернопіль, 2019. Ч.2. С. 334-338.

44. Палюх С.Й. Механізм формування іміджу органу публічної влади. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38328/1/%D0%9F%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D1%85_%D0%A1.%D0%99._%D0%9F%D0%A3%D0%90-41.pdf

45. Пасемко Г.П., Таран О.М., Бабак Д.Е. Професіоналізм у системі публічного управління як основа розвитку персоналу публічної служби. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1650/1587

46. Павлюк К. С. Зворотний зв'язок органів державної влади з громадськістю як чинник створення ефективного іміджу державної служби в системі забезпечення національної безпеки. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2018. № 1. С. 32-37

47. Пантелейчук І.В. Механізми формування та реалізації державної іміджевої стратегії. Електронне наукове фахове видання "Державне управління: удосконалення та розвиток" включено до переліку наукових фахових видань України з питань державного управління [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=464

48. Пантелейчук І. В. Формування позитивного іміджу органів державної влади: теорія, методологія, практика: монографія. К.: Альтерпрес, 2011. 316 с.

49. Порфімович О. Л. Органи державної виконавчої влади: політична культура та імідж. Трибуна. 2005. №11-12. С.34-37.

50. Почепцов Г. Інформаційно-комунікативні процеси в сучасних суспільствах. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/material/13544

51. Поспелова К. П. Формування іміджу керівника як чинника забезпечення авторитету влади // Могилянські читання - 2020 : Досвід та тенденції розвитку

суспільства в Україні : глобальний, національний та регіональний аспекти : XXIII Всеукр. наук.-практ. конф. : тези доп. Публічне управління в Україні в умовах децентралізації влади та наближення її до європейських стандартів, Миколаїв, 16-20 листоп. 2020 р. / ЧНУ ім. Петра Могили. - Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2020. - С. 100-101.

52. Поспелова К.П. Механізми формування іміджу органів публічної влади. URL: https://krs.chmnu.edu.ua/ispui/bitstream/123456789/1530/1/%D0%90%D0%92%D0%A2%D0%9E%D0%A0%D0%95%D0%A4%D0%95%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%9F%D0%BE%D1%81%D0%BF%D1%94%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf

53. Про звернення громадян: закон України від 02.10.1996 № 393/96-ВР. URL: https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80

54. Про інформацію: закон України від 02.10.1992 № 2657-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12

55. Про місцеве самоврядування: Закон України (редакція від 10.10.2022 року). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text

56. Про службу в органах місцевого самоврядування: закон України від 07.06.2001 № 2493-III. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2493-14

57. Про службу в органах місцевого самоврядування: проект Закону України. 07.07.2001р. (Редакція від 01.08.2021р.). URL: https://buhgalter.com.ua/upload/news/2021/7/ZU_Slugb_OMS_proekt.pdf

58. Про статус депутатів місцевих рад: закон України від 11.07.2002 № 93-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93-15

59. Романчук В. Інформаційно-комунікативний менеджмент як наука про управління інформаційно-комунікативною сферою суспільства. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 23-24 листопада 2017 року. Запоріжжя. 238-239 с. URL: http://www.zgia.zp.ua/газета/шпкопі?_238.рб1'

60. Рибкіна С. О. Професіоналізм у сфері публічного управління у контексті цілей вищої освіти. Public Administration and Regional Development Publ. upr. reg. rozvit. 2021. № 2. С. 476-492.

61. Руденко, І. В. Козюра, Н. В. Ткаленко, В. Г. Маргасова О.М. Історія та теорія місцевого самоврядування : навч. посіб... К. : Кондор, 2017. 226 с.

62. Руденко О.М., Штурхецький С.В., Ткаленко Н.В., Михайловська О.В. Місцеве самоврядування та суспільні комунікації: навч. посіб. Київ : Кондор, 2016. 130 с.

63. Серьогін С.М. Концептуальні підходи до формування позитивного іміджу державних службовців і посадових осіб місцевого самоврядування на регіональному рівні. URL: http://www.dridu.dp.ua/zbimik/2012-01(7)/12sssrr.pdf

64. Серьогін С.М. Формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних і соціальних послуг. Наукова розробка. Київ: НАДУ, 2009. 32 с.

65. Сімеоніді І. А. Формування іміджу державної служби. Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології: зб. наук. пр. Херсон, 2010. № 1-2. С.136-146.

66. Системна модернізація державного управління в Україні: гуманістичний контекст: кол. монографія / Братусь Г.А., Головач Н.В., Дмитренко Г.А., Дорошенко Л.С., Згалат-Лозинська Л.О. та ін./ За заг. ред. Г. А. Дмитренка. К.: ДКС-Центр, 2020. 512 с.

67. Солових Є.М. Зовнішнє середовище як одна зі складових формування іміджу органу місцевого самоврядування. Актуальні проблеми політики. 2015. Вип.55. С. 187-196

68. Софій О. З. Залучення громадян до процесу прийняття рішень органами місцевої влади шляхом використання потенціалу громадських консультацій. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2011. Вип. 6. С. 112-117

69. Спрінсян В.Г., Бірюкова Т.Л. Ресурси та технології інформаційного менеджменту: навч. посіб. Одеса : ОНПУ, 2012. 248 с URL: http://nbuviap.gov.ua/images/dorobku_partneriv/Birukova.Sprinsyan.pdf

70. Стельмашук Л. Зміна іміджу органів місцевого самоврядування як засіб посилення їх відкритості // Розвиток регіонів та громад в умовах адміністративно-територіальної реформи : перспективи та загрози : Дев'яті регіональні та

муніципальні читання : зб. матеріалів доп. Міжнар. наук.-практ. конф. [м. Тернопіль-Вишнівець, 20-21 жовт. 2015 р.] / редкол. М. М. Шкільняк, А. Ф. Мельник, Г. Л. Монастирський [та ін.] ; відп. за вип. М. М. Шкільняк. - Тернопіль : ТНЕУ, 2015. С. 258-262.

71. Тертишна О.А., Гарнець О.М, Катерняк І.Б. Спільнота практиків : інновації в місцевому самоврядуванні: навч. посіб. Київ : DESPRO, 2012. 160 с.

72. Тимошенко Н. В. Співвідношення принципів відкритості та прозорості в діяльності органів місцевого самоврядування: «сіамські близнюки» чи узгоджена пара? Ефективність державного управління. 2015. Вип. 44(1). С. 125-131.

73. Турій О.В. Стан дослідження взаємодії громадських організацій з органами місцевого самоврядування у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/17_2017/24.pdf

74. Федорів Т.В. Довіра як методологічна основа формування репутації органів державної влади http://www.economy.in.ua/pdf/2_2013/35.pdf

75. Феєр О.В., Дрозд М.В. Теоретичні основи ресурсного забезпечення діяльності підприємства. Економіка і суспільство. 2016. №6 http://www.economyandsociety.in.ua/journal/6_ukr/37.pdf

76. Формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних та соціальних послуг: наук. розробка / Авт. кол.: С.М. Серьогін, В.В. Лола, І. І. Хожило та ін.; за заг. ред. С.М. Серьогіна. К.: НАДУ, 2009. 32 с.

77. Хриков Є.М. Етична система публічної служби України. URL: http://www.dv.nayka.com.ua/pdf/3_2020/8.pdf

78. Чечель О. Імідж органу влади: проблеми формування. Вісник НАДУ. 2016. №5. С.78-85

79. Чечель О. Імідж органу влади: сучасні виклики та стратегії управління. – Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2022. – № 4. – С. 78–85.

80. Шевченко О.М. Особливості камунікацій з громадскістю у публічному управлінні. Публічне адміністрування: наукові дослідження та розвиток. Чернігів: НТУ. 2016. №2. С.61-68 URL: https://pa.stu.cn.ua/tmppdf/46.pdf

81. Шемаєва Л.Г., Гордієнко Л.Ю., Аведян Л.Й., Безгін К.С. Менеджмент у системі органів державної влади та місцевого самоврядування. Харків: ХНЕУ. 2008. 388 с. URL: http://library.tneu.edu.ua/images/stories/zmist/2014/

82. Шкільняк М.М., Мельник А.Ф., Желюк Т.Л., Дудкіна Т.М., Попович Т.М. Організація співробітництва територіальних громад в умовах адміністративно-територіальної реформи". Рекомендації регіонального круглого столу, проведеного в рамках XI регіональних та муніципальних читань (с. Байківці, 6 грудня 2016 року). URL: http://visnvki.tneu.edu.ua/index.php/visnvki/article/viewFile/739/750

83. Шкільняк М.М., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л., Демків І.О. Менеджмент: навчальний посібник. Тернопіль: «Крок», 2017. 351 с

84. Щербак Н.В. Формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування в умовах модернізації публічного управління в Україні. Право та державне управління. 2016. №1. С.94-99.

85. Avhustyn R., Demkiv I., Kotys N. Modeling the assessment of the probability of shadowing and spread of corruption in the social system and the sphere of public services Conference Proceedings Advanced Computer Information Technologies. Cheske Budejovice, Czech Republic, June 5-7, 2019, S.388-392. URL: https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8780106

86. Khang, A., Semenets-Orlova, I., Dmytrenko, H., Holovach, N., Zgalat-Lozynska, L., & Shevchuk, R. (2024). Human-Centered Approach as a Methodological Tendency of Personnel Management in Workplace. In AI-Oriented Competency Framework for Talent Management in the Digital Economy (pp. 416-432). CRC Press, https://doi.org/10.1201/9781003440901

87. https://boryspil.rayrada.org.ua/ – Офіційний сайт Бориспільська районна рада Київська область