

ISSN 2414-05-62

DOI: <https://doi.org/10.31618/vadnd.v1i12>

ВСЕУКРАЇНСЬКА АСАМБЛЕЯ ДОКТОРІВ
НАУК З ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



ПУБЛІЧНЕ УРЯДУВАННЯ PUBLIC MANAGEMENT

№ 2 (12) – лютий 2018

*Збірник підготовлений у науковому партнерстві
з Українською Технологічною Академією*



Українська
Технологічна Академія



IIAS
International Institute
of Administrative Sciences



Київ
ДП “Видавничий дім “Персонал”
2018

Редакція

Головний редактор
Романенко Євген Олександрович,
доктор наук з державного управління,
професор, академік Української Технологічної
Академії, Міжнародної Кадрової Академії
та Академії наук публічного управління,
заслужений юрист України

Заступник головного редактора
Чаплай Ірина Віталіївна,
кандидат наук з державного управління

Випусковий редактор *Ю. А. Носанчук*
Комп'ютерне макетування *А. П. Нечиторук*

Публічне урядування
Свідоцтво KB 21596-11496 P

Видається з листопада 2015 року
Періодичність: 1 раз на квартал + 1 на рік
Друкується за рішенням Вченої ради
Міжрегіональної Академії управління персоналом
(Протокол № 2 від 28.02.2018)

Видання є таким, що реферується в міжнародних
наукометричних базах Index Copernicus,
РИНЦ та КіберЛенінка, у вітчизняній
реферативній базі даних “Україніка наукова”
та українському реферативному журналі
“Джерело”.

Збірник внесено до Переліку наукових фахових
видань з державного управління
(Наказ Міністерства освіти і науки України
від 10.05.2017 № 693).

Відповідальність за зміст, достовірність фактів,
цитат, цифр несуть автори матеріалів. Редакція
залишає за собою право на незначне редагування
і скорочення (зі збереженням авторського стилю та
головних висновків). Редакція не завжди поділяє
думки авторів та не несе відповідальності за надану
ними інформацію. Матеріали подано
в авторській редакції.

Передрук — тільки з дозволу редакції.

Адреса редакційної колегії: Андріївський узвіз,
буд. 11, оф. 68, м. Київ, Україна, 04070
E-mail: Assembly2015@ukr.net
www.vadnd.org.ua

Адреса видавництва:
ДП “Видавничий дім “Персонал”
просп. Червонозоряний, 119, літ. XX,
Київ, Україна, 03039

Editorial

Editorial in Chief
Yevgen Oleksandrovych Romanenko,
Doctor of sciences in Public Administration, Professor,
Academician of the Ukrainian Technological Academy,
International Personnel Academy and Academy
of Sciences of Public Administration,
Honored Lawyer of Ukraine

Deputy Editor
Iryna Vitaliivna Chaplay,
PhD in Public Administration

Managing Editor *Y. A. Hosanchuk*
Computer modeling *A. P. Hechyporuk*

Public management
Certificate KB 21596-11496 P

Published from november 2015
Pereodisity: 4 times on a year + one
Published by the decision of Academic council of
Interregional Academy of Personnel Management
(Protocol № 2 from February 28, 2018)

The edition is such that is reviewed in the interna-
tional scientometric bases Index Copernicus, РИНЦ,
КіберЛенінка and in the domestic abstract database
“Україніка наукова” and ukrainian abstract journal
“Джерело” (Series 3. Social and Human
Sciences. Arts).

The collection included in the list of scientific
professional edition from Public Administration
(Ministry of Education and Science of Ukraine
from 10.05.2017 № 693)

The authors are responsible for the content,
accuracy of the facts, quotes, numbers. The editors
reserves the right for a little change and reduction
(with preservation of the author's style and main
conclusions). Editors can not share the world
views of the authors and are not responsible for the
information provided. Materials filed
in the author's edition.

Reprinting — with the editorial's permission strictly.

Address of the editorial board: 11, Andriivskyy
Descent, office 68, Kyiv, Ukraine, 04070
E-mail: Assembly2015@ukr.net
www.vadnd.org.ua

Address of the editorial:
ДП “Видавничий дім “Персонал”
ave. Chervonozyornyj, 119 lit. XX,
Kyiv, Ukraine, 03039



Українська
Технологічна Академія



IIAS
International Institute
of Administrative Sciences



NISPAcee
THE NETWORK OF INSTITUTES AND
SCHOOLS OF PUBLIC ADMINISTRATION
IN CENTRAL AND EASTERN EUROPE

Публічне урядування : збірник. — № 2 (12) — лютий 2018. — Київ : ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2018. — 254 с.

ЗМІСТ

Акімова Л. М. Роль та місце економічної безпеки в системі державного управління забезпечення національної безпеки України	15	Дирів А. Б. Децентралізація: основні теоретичні підходи до поняття.....	117
Акімов О. О. Шляхи попередження професійної деформації у працівників аварійно-рятувальних підрозділів Державної служби України з надзвичайних ситуацій	29	Єлінська В. В. Публічне управління як елемент децентралізації влади в Україні: теоретичний, технологічний аспект та особливості впровадження публічного управління в Україні....	128
Андрєєв В. О. Присяга державного службовця в Україні: походження, поняття та зміст	44	Коваль Я. С. Стрес-тестування комплаєнс-ризиків у банківській системі, як інструмент державного антикризового управління.....	142
Андрієнко М. В., Гаман П. І. Аналіз існуючих методів при здійсненні державного управління сферою пожежної безпеки	56	Колісниченко Н. М., Яцун Є. М. Чотири основні методики викладання англійської мови в хронологічному порядку їх розвитку: застосування в системі підготовки з публічного управління.....	154
Бельська Т. В., Хомайко К. О. Співробітництво органів влади з міжнародними організаціями як важливий аспект соціально- економічного розвитку України.....	70	Лебедєва Н. А. Використання засобів кіномистецтва як інструменту державного управління аматорського мистецтва національно-патріотичним вихованням населення	173
Бугайцов С. Г., Шойко В. А. Удосконалення механізмів державного управління у сфері пожежної безпеки як складової національної безпеки	82	Масик М. З. Особливості управління ризиками під час реалізації ДПП-проектів.....	185
Вавренюк С. А. Шляхи удосконалення системи навчання фізичної культури і спорту у вищих навчальних закладах.....	96	Семенець-Орлова І. А. Тенденції реформування освітньої системи сучасної України: загальнодержавний та регіональний аспекти	197
Гребень С. Є. Правове регулювання відносин у сфері здійснення фінансового контролю, щодо діяльності вищих навчальних закладів.....	106	Терент'єва А. В. Прийняття управлінських рішень в умовах надзвичайних ситуацій....	207

Турик М. В.

Концептуальні підходи
до питання формування
парламентських коаліцій..... 224

Чаплай І. В.

Орієнтири розвитку форм
комунікативного впливу

громадянського суспільства
на державну політику 235

Щурба Мікеле

Еволюційний аналіз проблематики
державного регулювання протидії
відмиванню коштів: міжнародний
та вітчизняний досвіди..... 243

УДК: 728

Чаплай Ірина Віталіївна,

кандидат наук з державного управління,
виконавчий директор Президії Всеукраїн-
ської асамблеї докторів наук з державного
управління, докторант кафедри публіч-
ного адміністрування, Міжрегіональна
Академія управління персоналом, 03039,
м. Київ, вул. Фрометівська, 2, тел.: (063)
951 78 55, e-mail: irina_pravo@ukr.net

ORCID: 0000-0003-4927-0610

Чаплай Ірина Витальевна,

кандидат наук по государственному
управлению, исполнительный директор
Президиума Всеукраинской ассамблеи до-
кторов наук по государственному управ-
лению, докторант кафедры публичного
администрирования, Межрегиональная
Академия управления персоналом, 03039,
г. Киев, ул. Фрометовская, 2, тел.: (063)
951 78 55, e-mail: irina_pravo@ukr.net

ORCID: 0000-0003-4927-0610

Chaplay Iryna Vitaliivna,

PhD in Public Administration, Executive Director of the Presidium of the civic scientific orga-
nization, "Ukrainian Assembly of doctors of science in public administration", PhD student of
the Department of Public Administration, Interregional Academy of Personnel Management,
03039, Kyiv, Str. Frometivska, 2, tel.: (063) 951 78 55, e-mail: irina_pravo@ukr.net

ORCID: 0000-0003-4927-0610

DOI <https://doi.org/10.31618/vadnd.v1i12.94>



ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ФОРМ КОМУНІКАТИВНОГО ВПЛИВУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА НА ДЕРЖАВНУ ПОЛІТИКУ

Анотація. У статті викладено теоретичні та методологічні основи розвитку форм комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику, надано основні прийоми та умови їх використання для отримання переваг у вирішенні проблем державно-управлінських відносин. Висвітлено широке коло питань, що стосуються особливостей організації зв'язків із громадськістю, із урахуванням вітчизняного та зарубіжного досвідів. Відображено специфіку застосування маркетингових комунікацій у спілкуванні органів державної влади з громадськістю.

Обґрунтовано, що в інституціональному змісті найбільший інтерес становить класифікація залежно від сфери розповсюдження. Громадськість, коли вона спілкується з органами державної влади, за допомогою певних комунікаційних інструментів, називається зовнішньою формою комунікації. Зовнішні форми комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику допомагають їм донести до органів державної влади необхідну інформацію щодо їхніх думок, потреб, запитів та ін. Звичайно, така інформація постійно повинна оновлюватися та бути точною. Всі громадські організації повинні підтримувати доброзичливі стосунки з державними організаціями і не допускати будь-якої дезінформації останніх.

Разом з тим інформатизація публічного управління містить як позитивний потенціал, так і труднощі й протиріччя, нехтування якими, як свідчить практика, обертається негативним результатом. На сьогодні недостатньо розроблені та потребують наукового осмислення й обґрунтування, зокрема, питання організаційного, нормативно-правового забезпечення впровадження та реалізації сучасних інструментів маркетингу, менеджменту у публічному управлінні.

Щодо перспектив подальших досліджень поняття “форми комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику”, то вони полягають в упорядкуванні його понятійного апарату, як підґрунтя удосконалення його системи, адже неповна та неточна інформація стає, в результаті, причиною виникнення багатьох проблем у системі реформування державного управління.

Ключові слова: форми комунікативного впливу, державне управління, засоби масової інформації, державний сектор.

ОРИЕНТИРЫ РАЗВИТИЯ ФОРМ КОММУНИКАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ ПОЛИТИКУ

Аннотация. В статье изложены теоретические и методологические основы форм коммуникативного воздействия гражданского общества на государственную политику, предоставлены основные приемы и условия их использования для получения преимуществ в решении проблем государственно-управленческих отношений. Освещен широкий круг вопросов, касающихся особенностей организации связей с общественностью, с учетом отечественного и зарубежного опытов. Отражено специфику применения маркетинговых коммуникаций в процессе коммуникации органов государственной власти с общественностью.

Обосновано, что в институциональном смысле наибольший интерес представляет классификация в зависимости от сферы распространения. Общественность, когда она общается с органами государственной власти, с помощью определенных коммуникационных инструментов, называется внешней формой коммуникации. Внешние формы коммуникативного воздействия гражданского общества на государственную политику помогают им донести

до органов государственной власти необходимую информацию относительно их мыслей, потребностей, запросов и др. Конечно, такая информация постоянно должна обновляться и быть точной. Все общественные организации должны поддерживать доброжелательные отношения с государственными организациями и не допускать любой дезинформации последних.

Вместе с тем информатизация публичного управления содержит как положительный потенциал, так и трудности и противоречия, пренебрежение которыми, как показывает практика, оборачивается негативным результатом. На сегодня недостаточно разработаны и требуют научного осмысления и обоснования, в частности, вопросы организационного, нормативно-правового обеспечения внедрения и реализации современных инструментов маркетинга, менеджмента в публичном управлении.

Относительно перспектив дальнейших исследований понятия “формы коммуникативного воздействия гражданского общества на государственную политику”, то они заключаются в составлении его понятийного аппарата, как основа совершенствования его системы, ведь неполная и неточная информация становится, в результате, причиной возникновения многих проблем в системе реформирования государственного управления.

Ключевые слова: формы коммуникативного воздействия, государственное управление, средства массовой информации, государственный сектор.

THE ORIENTERS OF DEVELOPMENT OF FORMS OF COMMUNICATIVE INFLUENCE OF CIVIL SOCIETY ON THE PUBLIC POLICY

Abstract. The article presents the theoretical and methodological foundations of the development of forms of communicative influence of civil society on the public policy, provides the main methods and conditions of their use for gaining advantages in solving problems of public-management relations. A wide range of issues related to the peculiarities of public relations organization, taking into account domestic and foreign experience, is covered. The specifics of the use of marketing communications in communicating of public authorities with the public are shown.

It is substantiated that in the institutional sense, the greatest interest is the classification, depending on the scope of distribution. The public, when communicating with government, through certain communication tools, is called the external form of communication. The external forms of the communicative influence of civil society on state policy help them convey to the state authorities the necessary information about their thoughts, needs, requests, etc. Of course, such information should be constantly updated and accurate. All non-governmental organizations should maintain friendly relations with state organizations and prevent any misinformation of the latter.

At the same time, informatization of public administration contains both positive potential and difficulties and contradictions, neglecting which, as

practice shows, turns negative result. To date, they are insufficiently developed and require scientific comprehension and substantiation, in particular, the issue of organizational, regulatory and legal support for the implementation and implementation of modern marketing tools and management in public administration.

Concerning the prospects for further research on the concept of "the form of communicative influence of civil society on state policy", they consist in streamlining its conceptual apparatus as the basis for improving its system, since incomplete and inaccurate information becomes, as a result, the cause of many problems in the system of reforming public administration.

Keywords: forms of communicative influence, state administration, mass media, public sector.

Постановка проблеми. Розв'язання складних державно-управлінських проблем, що постають у процесі ринкових змін в Україні, наукове обґрунтування шляхів виходу зі складної соціально-політичної ситуації, що в ній, на жаль, перебуває Україна, ще з часів її незалежності, вимагає застосування найсучасніших методологічних розробок щодо формування механізмів та каналів громадянського впливу на публічну політику в Україні.

Пріоритетними стають питання покращення функціонування системи державного управління шляхом удосконалення механізмів мотивації, інновацій, комунікації, організаційних перетворень, управління якістю, управління людськими ресурсами, антикризового управління тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Деякі організаційно-правові та державно-управлінські аспекти комунікативної взаємодії органів державної влади та громадськості в Україні вже знайшли своє відображення у працях таких українських та зарубіжних дослідників: В. Авер'я-

нова, С. Андрєєва, В. Бакуменка, Р. Войтович, А. Другова, І. Коліушка, Ф. Котлера, С. Кравченка, Ю. Куца, А. Ліпенцевої, К. Ніколаєнко, А. Панкрухіна, О. Поляка, Є. Романенка, Є. Ромата, В. Сороко, А. Старостіної, Ю. Сурміна, Т. Федорів, О. Чебана, А. Чемериса, Ю. Шарова та ін.

Проте, незважаючи на достатню кількість літератури, присвяченої дослідженню та аналізу формування стратегії соціального розвитку державно-громадської комунікації в Україні, однією із сучасних актуальних проблем державного управління залишається дослідження напрямів розроблення стратегії випереджального розвитку її маркетингового потенціалу.

Метою дослідження є аналіз основних форм комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику, виокремлення основних пріоритетів їх функціонування.

Виклад основного матеріалу. Цілком зрозуміло, що успішний і динамічний розвиток сучасного державного управління неможливий без

ефективного дослідження питання теоретико-методологічної ідентифікації основних форм та каналів комунікації для формування та зростання їх ролі, як одного з інструментів горизонтальної структуризації суспільних відносин та реалізації громадських ініціатив. Адже, перш ніж починати аналізувати та вдосконалювати практику, потрібно знати теорію.

У цьому дослідженні під формами комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику пропонується розуміти способи визначення, оцінювання, накопичення, аналізу, підготовки, інтерпретації та передачі отриманої інформації, що використовуватиметься для подальших планування та оцінки комунікаційного процесу реалізації державного управління. Такий підхід, на нашу думку, відрізняється системною упорядкованістю кожного з його складових і дає змогу розкрити статику в діяльності суб'єктів та об'єктів управління, що складають організаційно-структурну основу державного управління і динаміку механізму управління (комплекс зв'язків і взаємодій суб'єктів та об'єктів управління).

Щодо перспектив подальших досліджень поняття “форми комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику”, то вони полягають в упорядкуванні його понятійного апарату як підґрунтя удосконалення його системи, адже неповна та неточна інформація стає, в результаті, причиною виникнення багатьох проблем у системі реформування державного управління.

Не відрізняється й одноставністю питання щодо видів форм комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику.

Комплексно проаналізувавши наукові розвідки з цього питання, було з'ясовано, що форми комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику можна класифікувати за такими ознаками [1]:

- 1) залежно від сфери розповсюдження: внутрішні і зовнішні;
- 2) залежно від структури управління: горизонтальні і вертикальні;
- 3) залежно від виду контактування: міжособові, групові і масові;
- 4) залежно від форми передачі: вербальну, візуальну, перформансну, міфологічну, художню і мас-медіа.

В інституціональному змісті, найбільший інтерес становить класифікація залежно від сфери розповсюдження. Громадськість, коли вона спілкується з органами державної влади, за допомогою певних комунікаційних інструментів, називається зовнішньою формою комунікації. Зовнішні форми комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику допомагають їм донести до органів державної влади необхідну інформацію щодо їх думок, потреб, запитів та ін. Звичайно, така інформація постійно повинна оновлюватися та бути точною. Всі громадські організації повинні підтримувати доброзичливі стосунки з державними організаціями і не допускати будь-якої дезінформації останніх.

Разом з тим інформатизація публічного управління містить як позитивний потенціал, так і труднощі

й протиріччя, нехтування якими, як свідчить практика, обертається негативним результатом. На сьогодні недостатньо розроблені та потребують наукового осмислення і обґрунтування, зокрема, питання організаційного, нормативно-правового забезпечення впровадження та реалізації сучасних інструментів маркетингу, менеджменту у публічному управлінні.

Функціональні особливості державно-громадянської комунікації мають бути зосереджені на кінцевих результатах, на основі кількісного вимірювання показників її ефективності, основними з яких є: обмеження впливу державного сектору на процес комунікації; конкурентне забезпечення державно-громадянської комунікації; наголос на людиноорієнтовному стилі державно-громадянської комунікації; формальне вимірювання вимірюваних стандартів і показників продуктивності та успіху державно-громадянської комунікації; увага акцентується більше на контролі результатів щодо ефективності державно-громадянської комунікації та ін.

Відомий український вчений з питань державного управління Є. О. Романенко лаконічно відзначає що: “основними формами зовнішньої комунікативної політики держави повинні бути певні види PR-комунікацій. З огляду на це, потрібно чітко розмежовувати PR-комунікації як: 1) засіб підтримки маркетингу (комунікація спрямована на цільову аудиторію громадськості, досягнення її підтримки та лояльності); 2) засіб формування певної репутації як органів державної влади, так і громадських організацій, що забез-

печується досягненням довіри з боку зацікавлених груп громадськості (бізнес-структури, органи державної влади та місцевого самоврядування)” [2].

Однак не менш важливими формами зовнішньої комунікативної політики громадськості з органами державної влади є такі засоби маркетингових комунікацій, як: стимулювання збуту; персональний продаж; прямий маркетинг; паблік рилейшнз; пропаганда та неформальні вербальні комунікації та ін.

Говорячи про стимулювання збуту, як про одну із форм зовнішньої комунікативної політики громадськості з органами державної влади, мається на увазі те, що стимулюючий маркетингово-комунікативний ефект допомагає державі планувати ефективну програму просування державних послуг, рішень шляхом залучення своїх громадян-клієнтів до цього процесу і тим самим забезпечуючи їхню лояльність, позитивні стосунки.

Під персональним продажем мається на увазі те, що у процесі комунікації органи державної влади мають використовувати різноманітні види комунікативних інструментів (телеконференції, публічні зустрічі, панельні дискусії, або презентації, виставки) та стратегії, щоб зрозуміти уподобання, настрої громадян щодо того чи іншого державного рішення, що, в свою чергу, допомагає добре спланувати розподіл державного ресурсу, щоб отримати максимальну користь для країни [3, с. 204].

Прямий маркетинг нами пропонується розуміти як діяльність органів державної влади, яку вони реалізують шляхом використання прямих

засобів маркетингових комунікацій. Зокрема, це можуть бути виставки і ярмарки, брендинг, копірайтинг, мерчандайзинг, івент-маркетинг з метою донесення до громадянського сектору точної та достовірної інформації. PR як публічна стратегія спілкування держави з громадянами сприяє формуванню соціального клімату в державі, відіграє роль “генератора” комунікаційних потоків між державними установами, громадянами та зацікавленими сторонами з тим, щоб державні інституції могли ознайомитись з реальними турботами громадян і громадяни, у свою чергу, могли довіряти інституціям та державним службовцям [4].

Це, як правило, називається внутрішньою формою комунікації. Внутрішнє спілкування є важливою ознакою адміністративної структури громадської організації. Важливо підкреслити, що ефективність впливу пропаганди та неформальних вербальних комунікацій на прийняття рішень органами державної влади істотно різниться залежно від ступеня розробленості проблем, що з ними мають справу громадські організації [5, с. 248]. Це, в свою чергу, потребує підтримки хороших комунікаційних каналів внутрішнього зв'язку всередині самої громадської організації для чіткішого формулювання свого бачення та виходу на продуктивний діалог з органами державної влади. Працівники громадських організацій повинні бути мотивовані та піддані діловим принципам та етичним ідеям громадської організації, щоб попередити можливі відхилення від намічених цілей роботи, яку вони виконують.

Внутрішня форма комунікативного впливу громадянського суспільства на державну політику забезпечує залучення всіх своїх працівників до механізмів прийняття політичних рішень, а також стосовно головних проблем, що виносяться для обговорення з органами державної влади і формування шляхів їх розв'язання [6, с. 186–187].

Кожен орган державної влади приймає деякі офіційні канали зв'язку з представниками громадськості. Формальні ж канали працюють з деякими обмеженнями. Безперервна підтримка офіційного каналу — це час і витрата ресурсів (матеріальних, організаційних, ресурсних). Дуже часто подібні канали є просто законодавчо задекларованими та не досягають реально задекларованої мети, визначаються громадськими організаціями як формальні та рутинні. Так, наприклад, згідно з ст. 13 Постанови Кабінету Міністрів України “Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики”: публічне громадське обговорення передбачає організацію і проведення публічних заходів:

- конференцій, форумів, громадських слухань, засідань за круглим столом, зборів, зустрічей (нарад) з громадськістю;
- інтернет-конференцій, відеоконференцій.

Додатково, у рамках публічного громадського обговорення, можуть проводитися засідання громадських рад, інших допоміжних органів, утворених при органах виконавчої влади.

Висновки. Зважаючи на проведений у статті аналіз пропонується визначити, що демократизація су-

спільного життя і публічного управління — це не лише нова політика і економічна практика, це насамперед нове світосприйняття людини, нова моральна свідомість — індивідуальна й суспільна. Їх визначальною рисою є забезпечення громадян необхідним рівнем комунікаційного забезпечення. Подальші наукові пошуки, в межах розглянутої тематики, доцільно зорієнтувати на розробку системи громадського саморегулювання підготовки та перепідготовки державних службовців, які займаються реалізацією механізмів та каналів громадянського впливу на публічну політику в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Poster M.* The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context. Cambridge: Polity Press, 1990. — 387 p.
2. *Романенко Є. О.* Моделі комунікативної політики держави та інструментальне забезпечення взаємодії органів державної влади та громадськості / Є. О. Романенко // Демократичне врядування. — 2014. — Вип. 14. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_14_11
3. *Adeel Meo, Muhammad Daniyal Abbas, Muhammad Nadeem Sajjad, Muhammad Rizwan, Sayed shahbaz hussain bukhari, Muhammad Saad Hameed* (2014), The Impact of Promotional Tools on Sales Promotion" // Journal of Public Administration and Governance. — Vol. 4. — № 2. — P. 202–216.
4. *Iacob D., Cismaru D. M.* (2003), Relaii publice. Eficien prin comunicare, Editura Comunicare, Bucureti, Iacob & Cismaru, 2003.
5. *Сибіга І.* Форми та методи впливу неурядових організацій на прийняття державно-владних рішень / І. Сибіга // Вісн. Нац. академії держ. упр. при Президентові України. — 2012. — Вип. 1. — С. 242–249.
6. *Романюк А.* Порівняльний аналіз політичних систем країн Західної Європи: інституційний вимір / А. Романюк. — Львів : Тріада плюс, 2004. — 392 с.

REFERENCES

1. *Poster M.* The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context. Cambridge: Polity Press, 1990. — 387 p.
2. *Romanenko E. O.* (2014), "Models of communicative policy of the state and instrumental provision of cooperation between public authorities and the public", *Demokratychnе vryaduvannya*, [Online], vol. 14, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_14_11 (Accessed 4 Aug 2017).
3. *Adeel Meo, Muhammad Daniyal Abbas, Muhammad Nadeem Sajjad, Muhammad Rizwan, Sayed shahbaz hussain bukhari, Muhammad Saad Hameed* (2014), The Impact of Promotional Tools on Sales Promotion", *Journal of Public Administration and Governance*, Vol. 4, № 2, p. 202–216.
4. *Iacob D., Cismaru D. M.* (2003), Relaii publice. Eficien prin comunicare, Editura Comunicare, Bucureti, Iacob & Cismaru, 2003.
5. *Sibigia I.* (2012), "Forms and methods of the influence of non-governmental organizations on the adoption of state-government decisions", *Visnyk Natsional'noyi akademiyi derzhavnoho upravlinnya pry Prezidentovi Ukrainy*, vol. 1, p. 242–249.
6. *Romanyuk A.* (2004), Porivnyal'nyy analiz politychnykh system krayin Zakhidnoyi Yevropy: instytutsiynny vymir [Comparative analysis of political systems of Western European countries: institutional dimension], Triada plus, Lviv, Ukraine.