

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту
Кафедра управління імені Олега Балацького

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри
_____ Ігор РЕКУНЕНКО
_____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування»
освітньо-професійної програми «Публічне управління та адміністрування»
на тему:

**«Формування позитивного іміджу місцевих органів влади
(на прикладі Лебединської міської ради)»**

Здобувачки групи ЕН-93/2пу

Кулаєвої Дарії Олександрівни

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на
відповідне джерело _____ Дарія КУЛАЄВА

Керівник: асистент, к.е.н., Вікторія СУЛИМ _____

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту

Кафедра управління імені Олега Балацького

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Ігор РЕКУНЕНКО

_____ 2023 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування»,
освітньо-професійної програми «Публічне управління та адміністрування»

Здобувачки групи ЕН-93/2пу Кулаєвої Дарії Олександрівни

1. Тема роботи «Формування позитивного іміджу місцевих органів влади (на прикладі Лебединської міської ради)» затверджена наказом 0569-VI від 25.05.2023р.
2. Термін подання здобувачем закінченої роботи 09.06.2023 р.
3. Мета кваліфікаційної роботи: наукове обґрунтування теоретичних і практичних аспектів формування позитивного іміджу місцевих органів влади.
4. Об'єкт дослідження: імідж Лебединської міської ради.
5. Предмет дослідження: соціальні відносини, що виникають у процесі формування іміджу місцевих органів влади.
6. Кваліфікаційна робота виконується на підставі законодавчих та нормативних актів, наукових праць провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, результатів опитування, отриманих безпосередньо автором.
7. Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

№ пор.	Назва розділу	Термін подання
I	Розділ 1 Теоретичні та методичні основи формування іміджу місцевих органів влади	28.04.2023 р.
II	Розділ 2 Аналіз іміджу Лебединської міської ради	17.05.2023 р.
III	Розділ 3 Напрями вдосконалення роботи Лебединської міської ради в контексті формування позитивного іміджу	31.05.2023 р.

Зміст завдань для виконання поставленої мети кваліфікаційної роботи:

У розділі 1 студент повинен дослідити теоретичні та методичні аспекти формування іміджу місцевих органів влади, проаналізувати особливості комунікації органів державної влади з громадськістю.

У розділі 2 студент повинен проаналізувати імідж Лебединської міської ради, провести SWOT-аналіз та опитування щодо рівня якості її діяльності.

У розділі 3 студент повинен визначити основні труднощі у формуванні іміджу органів влади та напрями вдосконалення роботи Лебединської міської ради в контексті формування позитивного іміджу.

8. Консультації щодо виконання роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада керівника/консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Сулим В.В., асистент		
2	Сулим В.В., асистент		
3	Сулим В.В., асистент		

9. Дата видачі завдання _____

Керівник кваліфікаційної роботи – к. е. н. Вікторія СУЛИМ _____

Завдання до виконання одержав – Дарія КУЛАСЬВА _____

АНОТАЦІЯ

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, який містить 26 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 52 сторінки, у тому числі 8 рисунків та 5 таблиць.

У роботі досліджено імідж органів місцевого самоврядування на прикладі Лебединської міської ради. Також розглянуто теоретичні та методичні основи формування іміджу органів влади.

Розглянуто поняття іміджу як основи розвитку та престижності організації. Зокрема, досліджено імідж державних органів влади та обґрунтовано важливість комунікацій в органах місцевого самоврядування та з представниками громади.

Проведено SWOT-аналіз діяльності Лебединської міської ради, виявлено сильні та слабкі сторони. В роботі було проведено опитування представників громади з метою оцінювання якості роботи Лебединської міської ради. Проаналізовано виклики, з якими зіштовхуються органи влади. Запропоновано напрями вдосконалення роботи Лебединської міської ради в контексті формування позитивного іміджу.

Ключові слова: імідж, місцеві органи влади, комунікація, державний службовець.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ.....	8
1.1 Імідж організації як фактор її розвитку.....	8
1.2 Імідж державних органів влади.....	13
1.3 Комунікації в органах публічної влади.....	17
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ІМІДЖУ ЛЕБЕДИНСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ	23
2.1 Організаційно-управлінська структура виконавчого комітету Лебединської міської ради.....	23
2.2 Аналіз діяльності Лебединської міської ради: сильні та слабкі сторони.....	28
2.3 Оцінювання якості роботи Лебединської міської ради на основі опитування представників громади.....	32
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ ЛЕБЕДИНСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ	40
3.1 Діяльність державного службовця як фактор формування іміджу місцевого органу влади.....	40
3.2 Формування позитивного іміджу Лебединської міської ради .	43
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48
ДОДАТКИ.....	51

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі позитивний імідж має вагомим значення для органів місцевого самоврядування. Це важливо для ефективного функціонування та успішної взаємодії з населенням. Імідж органів влади є необхідним чинником для побудови довіри та легітимності серед громадян, а також для результативних вирішень соціальних проблем.

Імідж, як своєрідне явище, становить уявлення громадськості про державного службовця і відображає загальне схвалення або несхвалення населенням політики, що здійснюється державою та способу її реалізації.

Значну увагу питанням формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування приділяють представники української науки, такі як: Зазуляк Т., Грабовський С., Коврига , Каретна О, Мамонтова Е., Титикало Р., С.Серьогін, Сурмін Ю. та інші.

Метою дипломної роботи є наукове обґрунтування теоретичних і практичних аспектів формування позитивного іміджу місцевих органів влади.

Об'єктом даного дослідження є імідж Лебединської міської ради.

Предметом є соціальні відносини, що виникають у процесі формування іміджу місцевих органів влади.

Відповідно до мети, предмета і об'єкта дослідження було визначено наступні його **завдання**:

- дослідити теоретичні та методичні аспекти формування іміджу місцевих органів влади;
- проаналізувати особливості комунікації органів державної влади з громадськістю;
- проаналізувати імідж Лебединської міської ради;
- провести SWOT-аналіз та опитування щодо рівня якості її діяльності;
- визначити основні труднощі у формуванні іміджу органів влади та напрями вдосконалення роботи Лебединської міської ради в контексті формування позитивного іміджу

Методи дослідження: соціологічний, структурно-функціональний та системний аналіз.

Інформаційною базою дослідження законодавчі та нормативні акти, наукові праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, результати опитування, отримані безпосередньо автором.

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає в тому, що отримані результати дослідження та практичні рекомендації можуть бути використані в діяльності місцевих органів влади в контексті формування позитивного іміджу.

За результатами дослідження опубліковано тези:

Кулаєва Д. О., Сулим В. В. Формування позитивного іміджу місцевих органів влади. Сучасний менеджмент і економічний розвиток: матеріали Всеукраїнської конференції. м. Суми, 2023 р.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ІМІДЖУ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ

1.1 Імідж організації як фактор її розвитку

Імідж (англ. Image) – штучний образ, цілеспрямовано створюваний у суспільній чи індивідуальній свідомості та підсвідомості засобами масової комунікації і психологічного впливу (Грабовський, 2011). Він формується в громадськості про особу, організацію, товар чи послугу. Сприймається та оцінюється об'єктом у громадськості та може впливати на різні аспекти, такі як репутація, підтримка та довіра .

Функції іміджу включають:

- Інформативну функцію. Надання інформації про організацію, її діяльність, цінності та стосунки з клієнтами.
- Психологічна функція полягає у тому, щоб впливати на емоції та почуття людей по відношенню до організації. Цей вплив спрямований на створення позитивних асоціації, довіри та поваги.
- Комунікативна функція відіграє вирішальну роль у налагодженні ефективної комунікації між організацією, її клієнтами та громадськістю.
- Маркетингова функція. У сфері маркетингу імідж відіграє вирішальну роль у розробці успішної стратегії. Це пояснюється тим, що сприйняття бренду може вплинути на прийняття споживачем рішень і перевагу перед конкурентами на ринку.

На сьогоднішній день виділяють такі методи табл. (1.1):

Таблиця 1.1 - Методи формування іміджу

Методи	Характеристика
Рекламні кампанії та PR-заходи.	Цей метод не тільки сприяє уявленню громадськості про організацію та її діяльність, але й відіграє важливу роль у просуванні послуг для

	населення. Ці зусилля мають вирішальне значення для створення чіткої корпоративної культури.
Взаємодія з громадськістю.	Взаємодія з громадськістю є важливим аспектом формування довіри та поваги до будь-якої організації. Якщо це зробити ефективно, це може сприяти позитивним стосункам між організацією та її аудиторією.
Розвиток партнерства.	Цей метод передбачає поєднання колективних зусиль для досягнення спільних цілей. Це включає спільну роботу над завданнями, які є взаємовигідними для всіх залучених сторін.
Сприйняття організації або проекту.	Цей метод може значною мірою залежати від іміджу керівництва. Позитивний імідж керівника може мати вплив на всю організацію чи проект. Стратегії досягнення цього можуть включати висвітлення успіхів, просування позитивних аспектів суспільства та підтримання прозорого спілкування з громадою.
Комунікаційні кампанії.	Створення та проведення комунікаційних кампаній мають вирішальне значення для привернення уваги до організації чи проекту. Такі кампанії можуть включати різні методи, включаючи рекламу в засобах масової інформації, соціальні мережі, охоплення впливових осіб, заходи та інші тактики просування.
Розвиток бренду.	Він зосереджений на створенні чіткої

	ідентифікації, доповненої унікальним логотипом і додатковою графікою, що виділяє організацію серед конкурентів і привертає увагу.
Співпраця з впливовими особистостями.	Співпраця з впливовими особистостями може значно підвищити імідж організації. Такі партнерства можуть передбачати запрошення на ексклюзивні заходи, створення спільних проектів та ін.
Розвиток відносин з громадою.	Цей метод передбачає різні підходи, такі як: взаємодія з громадськими лідерами, створення майданчиків для комунікації з громадянами, проведення відкритих дискусій та опитувань для визначення громадської думки. Вкрай важливо визнати, що цей процес має бути взаємним і потрібно враховувати потреби та бажання мешканців. Тому для цього потрібен чітко визначний план спілкування та прозора система зворотного зв'язку з громадою.

Усі ці методи повинні бути включені в комплексну стратегію формування іміджу організації, а також бути пристосовані до конкретної ситуації та потреб громади.

Оцінка суспільством ефективності та якості роботи влади сприяє її іміджу. Ця оцінка базується на внутрішніх і зовнішніх характеристиках влади. Зовнішніми ознаками є інтер'єр приміщення органу влади, зовнішній вигляд державного службовця, якість надання послуг, комунікація з громадськістю. Натомість внутрішні характеристики охоплюють ефективну діяльність і якість

роботи співробітників, розробку та впровадження стратегій і програм, забезпечення прозорого управління ведення справ тощо.

Сурмін Ю. вважав, (Сурмін, Бакуменко, Михненко, 2010) що твердження імідж охоплює два компоненти: опис та інформацію про особу. Структура елементів іміджу містить шість складових (рис.1.1): корпоративний імідж органів влади, корпоративний імідж керівника, імідж працівників, візуальний імідж організації, суспільний імідж органів влади та імідж послуги.

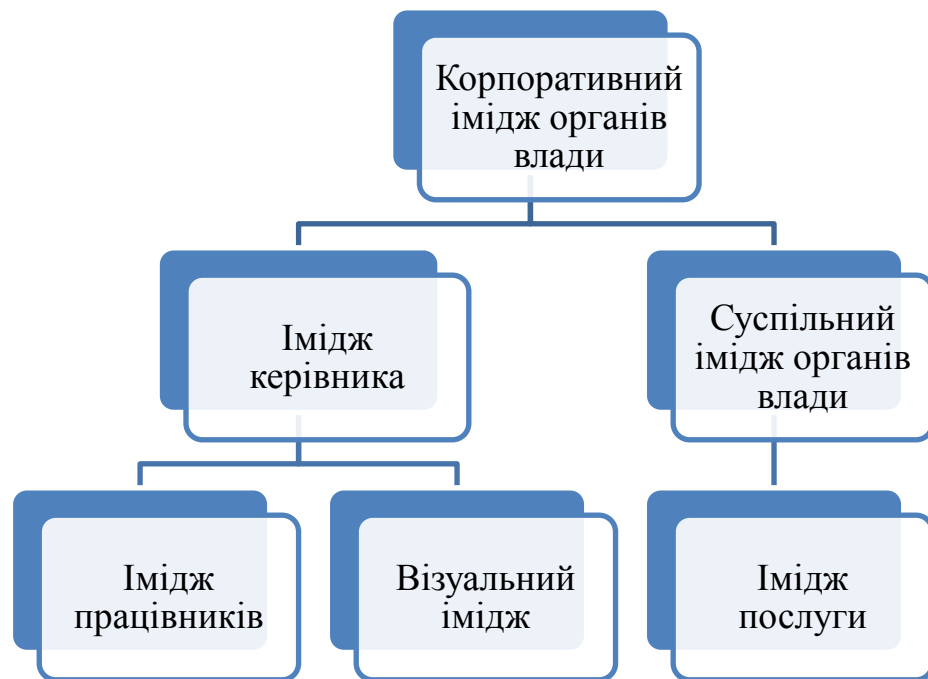


Рисунок 1.1 - Структура іміджу

Поняття корпоративного іміджу відноситься до спеціально створеного іміджу організації, який має на меті психологічний і емоційний вплив на громадськість, клієнтів і споживачів, в інтересах просування та реклами організації.

Чіткий і послідовний імідж лідера необхідний у свідомості як підлеглих, так і інших. Цей імідж має відповідати прийнятним цілям, нормам і цінностям організації, а також очікуванням керівника. Важливо, щоб образ керівника був несуперечливим і цілісним.

Імідж керівника складається з чотирьох ключових елементів: презентації організації та підходу керівництва до роботи; облаштування робочих просторів і режим роботи організації; зовнішній вигляд продукції та реклама як засіб

демонстрації іміджу організації; а також зовнішній вигляд, поведінка та зобов'язання персоналу.

Перше враження про персонал значною мірою формується іміджем, який вони створюють. Завдяки безпосередній взаємодії з членами персоналу організації можна скласти точне враження про організацію в цілому. Це пояснюється тим, що кожен працівник є втіленням іміджу та цінностей організації; колективна поведінка всіх співробітників сприяє загальному сприйняттю організації.

Поверхнева оцінка організації зосереджена виключно на її візуальному представленні. Це включає в себе логотип, зовнішній фасад, кольори та інші елементи.

Суспільний імідж організації – спосіб, у який громадськість сприймає соціальні цілі організації та внесок в економічну, соціальну та культурну структуру суспільства.

Імідж послуги – уявлення про продукт або послугу. Це зосереджено серед виняткових якостей і характеристик, які відрізняють продукт чи послугу від інших у своїй категорії, надаючи йому унікальну та виразну ідентичність.

Імідж має на меті важливу роль для держслужбовця. Надаючи будь-яку державну послугу, громадяни переважно орієнтуються на конкретну особу, яка їм надає допомогу. Для формування позитивного іміджу уряду важливо, щоб його представники були компетентними та встановлювали двосторонню комунікацію, засновану на чесності та прозорості. Державний службовець має зосередитися на зміцненні авторитету органу влади, в якому він працює. (Білоус, Щербіна, 2022).

Сприйняття державного службовця ґрунтується не лише на його обов'язках, а й на думці громадськості, яка формується після взаємодії з населенням. Позитивний імідж посадовців залежить від здатності службовця розділяти зобов'язання по роботі зі зверненням громадян, визначити час прийому громадян, створити естетичну привабливість зовнішнього вигляду та поведінки, вміння володіти собою і своїми емоціями, здатність викликати

довіру і симпатію, володіння культурою телефонних переговорів, інтерв'ю тощо (Волотко, 2019).

Таким чином, імідж органів влади в суспільстві є одним із складових чинників громадської довіри. Створення позитивного враження про держслужбовців повинно здійснюватися відповідно до вищезазначеного комплексу інструментів, особистих етичних принципів та професійних якостей, суттєвих у діловому світі.

1.2 Імідж державних органів влади

Імідж державного органу влади – цілісне, розгалужене явище, що залежить від ефективності управлінської діяльності. Для його покращення можна зосередитись на таких пріоритетних напрямках: підвищення продуктивності шляхом покращення якості та кількості послуг при мінімізації витрат; нововведення та осучаснення сталої системи державного регулювання ринковими методами впливу; наголошення на наданні послуг та створення спеціалізованих програм для навчання адміністративних менеджерів; впровадження децентралізації для підвищення гнучкості та ефективності державних програм, а також притягнення влади до відповідальності за результати їхньої роботи (Гаврилюк, 2017).

Позитивний імідж органу державної влади сприяє реалізації управлінських рішень, прийнятих органом державної влади, формуванню моделі поведінки громадян, налаштуванню якісної системи зворотного зв'язку між компетентними органами та суспільством для забезпечення конструктивної взаємодії між ними; створення умов для ефективного виконання обов'язків органів державної влади (Гаврилюк, 2017).

Загальноприйняте уявлення є основою будь-якого іміджу, що утворює громадську думку. Для формування іміджу органу публічної влади необхідні такі складові (Мамонтова, 2013):

- імідж послуг (якісно та в короткий термін органи влади надають послуги);

- управлінський імідж (результативність системи управління та ухвалення раціональних управлінських рішень);
- громадський імідж (прозорість діяльності органів влади);
- імідж державної служби (престижність посади державного службовця).

Імідж органів влади важливий, бо він може впливати на ставлення громадськості до органів влади, на рівень довіри до влади та її дій, а також на готовність громадськості підтримувати та співпрацювати з органами влади в різних сферах.

У період реформування державного управління в Україні питання довіри до органів державної влади та місцевого самоврядування стало одним із найактуальніших як у політичному, так і в соціально-економічному аспектах українського суспільства. Увага до державних службовців і місцевих службовців значно зросла, оскільки країна переживає різноманітні реформаторські ініціативи та події. Довіра до них та їх дії є надзвичайно важливими для збереження стабільності суспільства та їх здатності здійснювати суттєві зміни (Щербак, 2016).

Довіра одна із елементів діяльності будь-якого суспільства. Важливим фактором соціального та економічного розвитку є довіра між співгромадянами, державними інституціями та лідерами. Це дозволяє як і державним органам планувати і здійснювати політику та надавати послуги, так і громадянами отримувати послуги та висловлювати солідарність. Встановлено, що підвищення громадської довіри покращує дотримання законодавства та збір податків, навіть сприяє повазі до прав власності. Це також забезпечує впевненість споживачів та інвесторів, що має вирішальне значення для створення робочих місць і функціонування економіки в цілому. (Jonathan Perry 2021).

Українці схильні недовіряти органам місцевого самоврядування та державним органам, оскільки давно стикаються з корупцією, некомпетентністю та бюрократичними процедурами, що призводить до низького іміджу органів державної влади. Це знижує інвестиційну привабливість, суспільну довіру та

шляхи ефективної співпраці з партнерами, тому поточну ситуацію потрібно покращити. Позитивний імідж державної служби не може формуватися спонтанно, він має працювати щоденно та наполегливо. Це результат досить комплексної діяльності, спрямованої на формування, підтримку та зміцнення позитивної громадської думки (Зазуляк, 2022).

Формування позитивного іміджу органів влади є важливим завданням для забезпечення довіри та підтримки громадськості. Основні кроки для формування позитивного іміджу органів влади можуть включати наступне:

1. Комунікація з громадою. Органи влади повинні бути відкритими до спілкування з громадою: проведення зустрічей, консультацій, відкритих дебатів та інших подій, що дозволить місцевим жителям висловлювати свої думки та пропозиції. Також важливо забезпечити доступність інформації про діяльність органів влади та розповсюджувати її серед громади.

2. Реалізація заходів – впровадження соціальних програм, розвиток інфраструктури і забезпечення доступу до якісних послуг.

3. Запобігання корупції та впровадження етичних стандартів. Для підтримки довіри в органах влади, важливо запобігати корупції та впроваджувати етичні стандарти в діяльність органів влади. Це може включати розробку та впровадження правил поведінки, забезпечення прозорості в діяльності органів влади і встановлення механізмів контролю.

4. Розвиток діалогу з бізнесом та громадськими організаціями. Важливо встановити діалог з бізнесом та громадськими організаціями для забезпечення розвитку, а також вирішення проблем громади. Активно

5. Прозорість та відкритість. Доступ до публічної інформації та звітності про діяльність. Це допоможе зберегти довіру громади і показати, що органам влади немає чого приховувати.

6. Ефективне спілкування та взаємодія з громадою допоможе забезпечити взаєморозуміння, і, в свою чергу, партнерство влади та громади.

7. Створення позитивного іміджу в ЗМІ. Позитивний імідж в ЗМІ – це ключові елементи інформаційної платформи. Для цього необхідно створити

позитивні новини про діяльність органів влади та активно співпрацювати з журналістами.

8. Залучення висококваліфікованих фахівців допоможе забезпечити якісну роботу влади та створити позитивний імідж у громаді. Набір експертів може здійснюватися шляхом конкурсного відбору або через співпрацю з навчальними закладами та науково-дослідними установами.

9. Розвиток соціально відповідальної діяльності. Органи влади можуть створювати програми та ініціативи стос соціальної відповідальності, спрямовані на підтримку і розвиток громади. Такі заходи сприяють підвищенню довіри до держслужбовців та створенню позитивного іміджу серед громадян.

10. Ефективне використання інформаційних технологій. Створення електронних сервісів, використання соціальних мереж забезпечить швидку та ефективну комунікації з громадою, а також підвищить якість послуг та рівня діяльності.

Розвиток позитивного іміджу влади вимагає застосування певних технологій, які передбачають тривалий і складний процес, що потребує значних зусиль і праці. Особливо з огляду на загальний напрям розвитку сучасної політики, що характеризується ускладненням парадигми побудови іміджу (візуалізації іміджу). Таким чином, процес побудови позитивного іміджу влади передбачає свідоме формування засобів використання, поширення та зберігання інформації необхідними засобами (іміджева реклама, зв'язки з громадськістю), а сам імідж базується на вирішенні конкретних завдань: налагодження конструктивних відносин з громадськістю, підвищення легітимності влади, забезпечення ефективного виконання управлінських функцій. В її основі лежить іміджеві стратегія, яка враховує той факт, що престиж створюється для забезпечення виконання поставлених завдань і відповідності сприйняттю та очікуванням суспільства. Позитивний імідж державних установ виконує такі функції (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Функції іміджу державних установ

Функція	Зміст
Інформаційна	Задоволення інформаційних потреб суспільства, пов'язаних з діяльністю органів влади.
Стратегування	Досягнення державними органами мети і завдань, визначених державною політикою.
Комунікативна	Забезпечення співдії та співробітництва між органами влади і суспільством.
Інтегративна	Залученість населення до управління державними справами.
Мобілізаційна	Допомога населенням діяльності у планах дій влади.
Агрегування	Пошук і отримання ресурсів.

1.3 Комунікації в органах публічної влади

Суттєва значимість у модернізації українського суспільства впливає на результат об'єктивної обізнаності населення про процеси, які здійснюються в країні. Громадянам України дозволяється отримувати дані про діяльність державної влади на всіх рівнях. Продуктивний обмін інформацією між владою та населенням набуває щораз більш важливе значення для становлення громадянського суспільства (Коврига, 2020).

Результативний відгук надає вчасну поінформованість населення щодо тих планів діяльності органів влади, які найбільш важливі для суспільства. Він дає можливість визначити швидкість протидії на виявлені проблеми, розкривати помилки і, якщо необхідно, виправити план наступних дій. Комунікації під час діяльності державних органів відіграють важливе місце у ухвалення управлінських рішень, які мають вплив на розвиток життєвого рівня населення. Результативність рішень зумовлено від елементів, важливо розуміти, які методи будуть використовуватися для вирішення певних проблем або досягнення поставлених цілей, і наскільки ці методи підтримуються населенням,

розуміючи також причини цієї підтримки. Без чіткого розуміння того, які будуть кінцеві результати та чи збалансовані інтереси всіх сторін, дуже важко успішно впроваджувати будь-які проекти та програми розвитку. На сьогодні думка населення є ефективним засобом впливу на функціонування виконавчої влади та на визначення стратегічного спрямування розвитку країни (Архипова, Дмитренко, 2016).

Комунікація органів державної влади з громадськістю є елементом демократичного суспільства. Ця комунікація є взаємним процесом, який включає в себе передачу інформації між органами державної влади та громадськістю, а також зворотний зв'язок.

Органи державної влади можуть спілкуватися з громадськістю через різні канали комунікації, такі як засоби масової інформації, соціальні мережі, публічні виступи, консультації та інші.

Одним із використаних засобів комунікації є розмова з громадянами. Представники органів державної влади можуть зустрічатися з громадянами на публічних заходах, таких як збори громади або зустрічі з виборцями. Це дає можливість громадянам висловлювати свої погляди та питання, а органам державної влади – пояснювати свої рішення та дії.

Також органи державної влади можуть використовувати засоби масової інформації для комунікації з громадськістю. Наприклад, вони можуть надсилати прес-релізи або давати інтерв'ю журналістам. Крім того, органи державної влади можуть мати свої веб-сайти та активно брати участь у соціальних мережах, що дозволяє швидко та ефективно доносити інформацію до громадськості.

Зворотний зв'язок є так само кількістю елементом комунікації органів державної влади з громадськістю. Це означає, що громадяни мають можливість висловлювати свої думки, відгуки, пропозиції та скарги щодо діяльності органів державної влади. Зворотний зв'язок може бути різним за формою і каналом зв'язку: це можуть бути особисті звернення громадян до представників

влади, електронна пошта, телефонні дзвінки, запити на інформацію, а також петиції, звернення та заяви.

Крім того, зворотний зв'язок може бути використаний для формування довіри громадян до влади, оскільки він дозволяє владі показати, що вона слухає і враховує думки та пропозиції громадян. Таким чином, зворотний зв'язок допоможе забезпечити взаємодію між владою та громадськістю, сприяти підвищенню ефективності діяльності органів державної влади та формуванню демократичної культури в суспільстві.

Органи державної влади повинні забезпечувати доступність інформації про порядок розгляду скарг та пропозицій громадян, а також вживати заходів для їхнього врахування у прийнятих рішеннях. Державні установи також повинні забезпечувати прозорість своєї роботи та відповідальність за прийняті рішення.

Під час роботи з громадськістю державні органи мають різні інструменти комунікації, серед яких можна виділити такі:

- Засоби масової інформації – державні ЗМІ та приватні ЗМІ є великим каналом зв'язку між органами влади та громадськістю. Щоб додати громадськість до своєї діяльності та позиції з різних питань, органи влади можуть використовувати такі форми комунікації: інтерв'ю, прес-конференції, заяви для ЗМІ та інше.

- Соціальні мережі – з розширенням Інтернету і соціальні мережі збільшили можливість взаємодії органів влади з громадськістю. Багато органів влади мають свої офіційні сторінки в соціальних мережах, де публікують новини, подають заяви та відповідають на запитання громадян.

- Консультаційні центри – багато органів влади мають спеціальні консультаційні центри, де громадяни можуть отримати інформацію про різні питання та консультації з питань, які стосуються діяльності органів влади.

- Офіційні веб-сайти – офіційні веб-сайти органів влади є джерелом інформації для громадян. На сайтах можна знайти інформацію про діяльність

органів влади, правила та процедури подачі звернень та заявок, актуальні новини тощо.

- Організація громадських слухань – це форма комунікації, яка дає можливість громадянам висловлювати свої думки, ідеї та пропозиції з приводу різних питань, які стосуються діяльності органів влади. Громадські слухання можуть бути проведені на різних рівнях – від місцевого до національного – і є інструментом залучення громадськості до процесу прийняття рішень.

- Інформаційні бюлетені та бюлетені прес-служби – це засоби поширення інформації про діяльність органів влади серед громадськості. Публікація новин, статей, інтерв'ю, аналітичних матеріалів, що стосуються діяльності влади.

- Соціальні мережі – це популярний інструмент комунікації, який дозволяє органам влади швидко та ефективно спілкуватися з громадськістю.

- Прямий діалог – це форма комунікації, при якій представники органів влади разом спілкуються з громадянами. Таку форму роботи можна здійснити через зустрічі з громадянами, відкриті двері, звернення до громадських організацій та інші форми.

- Масові заходи – такі як виставки, форуми, конференції та інші події – є іншим інструментом комунікації, який дозволяє органам влади спілкуватися з громадськістю.

Ці інструменти допомагають органам державної влади отримати повну інформацію про потреби та очікування громадськості, а також дозволяють громадянам висловлювати свої думки та отримувати відповіді на запитання. Використання цих інструментів є прогресом для підвищення довіри громадськості до органів державної влади та для покращення якості послуг, що надаються громадянам.

Можна завоювати довіру населення тільки тоді, коли місцева влада буде працювати з суспільством за принципами публічності, відкритості та прозорості у прийнятті адміністративних постанов. Ці рішення повинні ґрунтуватися на узгодженості, єдності, ціленаправленості та адаптивності технологій (Коврига, 2020).

У розвитку комунікації з суспільством дуже важливий імідж місцевої влади, яка завжди перебуває в центрі уваги громадськості. Це вимагає органи влади безперервно і планомірно працювати над поліпшенням іміджу. Крім того, чим вищий авторитет місцевої влади, тим більше населення готове допомагати у вирішенні місцевих проблем (Коврига, 2020).

Продуктивна модель порозуміння суспільства з органами державного управління вимагає активної участі обох сторін:

1) забезпечення публічної інформації з боку органів влади, своєчасне про готовність прийняття суспільно-політичних рішень; стимулювання до діяльності відповідно до змісту інформаційного повідомлення (Ладонько, Михайловська, Кунденко, 2016);

2) створення продуктивної системи «зворотного зв'язку», що охоплюють механізми контролю соціуму, дослідження, спостережень, поради із громадськістю з питань, що мають ключове значення для людства (Палій, 2012);

3) посилення діяльності організацій населення, що пов'язані з інформаційно-просвітницькою, експертно-аналітичною роботою, виконання правозахисних функцій, сприянням активності громадян, а особливо доповненням інформації про навички, що пов'язані з спілкуванням з адміністрацією (Ладонько, Новікова, Мірко, 2020).

До комунікаційних функцій у системі публічного управління належать:

- по-перше, функцію забезпечення результативного обміну даними між керівним інститутом і керованим об'єктом;

- по-друге, функція покращення взаємозв'язків між суб'єктами комунікації на різних рівнях у процесі обміну даними;

- по-третє, встановлення каналів передачі інформації та координації дій між окремими державними службовцями та групами;

- по-четверте, функція налаштування та покращення потоку інформації (Солонцов, 2021).

Сучасне суспільство неможливо уявити без інформаційно-комунікаційних технологій, які стали невід’ємною складовою розвитку науки, техніки та демократії. Для забезпечення сталого демократичного розвитку важливо мати прозору та відкриту владу, що забезпечує ефективну політику. (Каретна, Милосердна, Ігнат’єва, 2020).

За рахунок розвитку потенціалу інформаційних технологій, можна виділити основні напрями формування позитивного іміджу органів державного управління (рис.1.2)

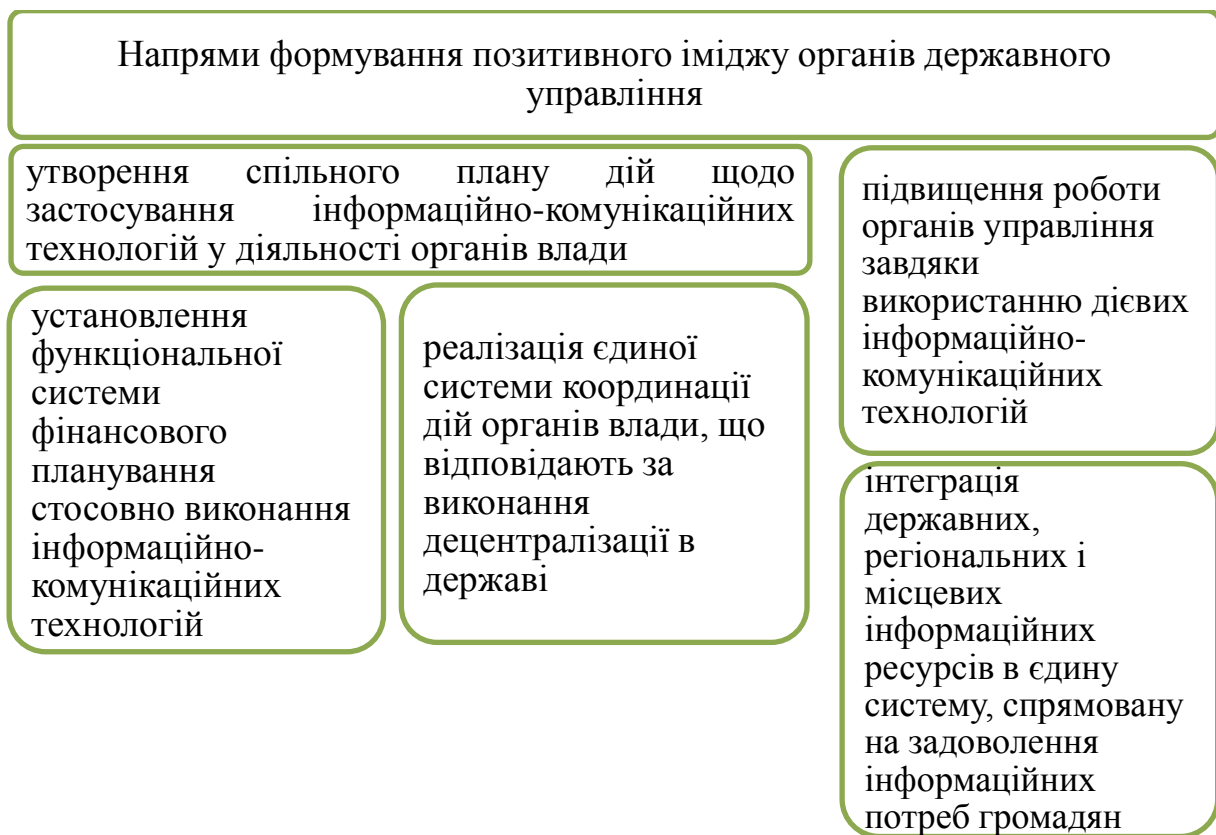


Рисунок 1.2 – Напрями формування позитивного іміджу органів державного управління

Сьогодні віртуальні технології широко використовуються у сфері державного управління, зокрема для організації комунікації між державними органами та громадськістю. Веб-технології дозволяють ефективно проводити комунікаційну політику державних органів, що оптимізує процес комунікації та заощаджує час. Крім того, вони дозволяють оперативно обмінюватися інформацією (Каретна, 2020).

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ІМІДЖУ ЛЕБЕДИНСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ

2.1 Організаційно-управлінська структура виконавчого комітету Лебединської міської ради

Думка людей про органи місцевого самоврядування покращує багато факторів, включаючи раціональні та позараціональні елементи, а також особливий вплив інформаційних, емоційно-комунікативних і дієвих чинників. (Солових, 2015).

Цілком зрозуміло, що те, наскільки добре працюють органи місцевого самоврядування, впливає на думку людей про всю державну систему. Це пов'язано з тим, що органи місцевого самоврядування мають справу з проблемами громадян у своїй повсякденній діяльності. Рівень демократизації суспільства залежить від того, наскільки позитивно сприймаються населенням дії органів влади.

Органи місцевого самоврядування є частиною політичної системи, які реалізують певні завдання та функції, пов'язані з їх компетенцією. О. Глипка стверджує, що місцеве самоврядування є недержавним інститутом, який здійснює управління, тож воно є важливою частиною політичної системи. (Титикало, 2022).

Розглянемо основні теоретичні та практичні засади діяльності виконавчого комітету Лебединської міської ради.

- Виконавчий комітет Лебединської міської ради, скорочена назва – виконком є виконавчим органом Лебединської міської ради, який утворюється нею на час її повноважень;

- Виконавчий комітет є підзвітним і підконтрольним раді, що його утворила, щодо питань здійснення ним повноважень органів виконавчої влади – також підконтрольним відповідним органам виконавчої влади;

- Статут виконавчого комітету Лебединської міської ради є актом, який відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» та

інших законодавчих актів регулює організаційно-процедурні питання діяльності даного виконавчого комітету.

Місто Лебедин є самоврядною територіальною одиницею, у межах якої міська територіальна громада здійснює місцеве самоврядування, має свої органи місцевого самоврядування, свою комунальну власність та міський бюджет (Статут).

Система місцевого самоврядування відповідно до Конституції України, Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» та Статуту складається з:

- територіальної громади міста Лебедина;
- міської ради — представницького органу місцевого самоврядування;
- міського голови;
- виконавчих органів міської ради;
- органів самоорганізації населення.

Розмежування повноважень між елементами системи місцевого самоврядування здійснюється відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» та Статуту.

Статут територіальної громади підлягає державній реєстрації в центральному органі виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державної реєстрації (легалізації) об'єднань громадян, інших громадських формувань (Закон України, 1997).

Міське самоврядування в місті Лебедині здійснюється на принципах:

- народовладдя;
- законності;
- гласності;
- колегіальності;
- поєднання місцевих і державних інтересів;
- виборності;
- правової, організаційної та матеріально-фінансової самостійності в межах повноважень, визначених законодавством України;

- підзвітності та відповідальності перед територіальною громадою міста Лебедина органів та посадових осіб місцевого самоврядування міста Лебедина;
- державної підтримки та гарантії місцевого самоврядування;
- судового захисту прав місцевого самоврядування.

Органи місцевого самоврядування мають подвійний адміністративно-правовий статус як самоврядного органу та як органу, що виконує делеговані повноваження, тобто повноваження органів виконавчої влади, надані органам місцевого самоврядування законом, а також повноваження органів місцевого самоврядування, які передаються відповідним місцевим державним адміністраціям за рішенням районних, обласних рад (Титикало, 2022).

Кількісний склад виконавчого комітету міської ради визначається міською радою, персональний склад затверджується радою за пропозицією міського голови.

Виконавчий комітет міської ради утворюється у складі міського голови, заступників міського голови, керуючого справами виконавчого комітету, а також керівників відділів, управлінь, інших осіб (рис 2.1.)

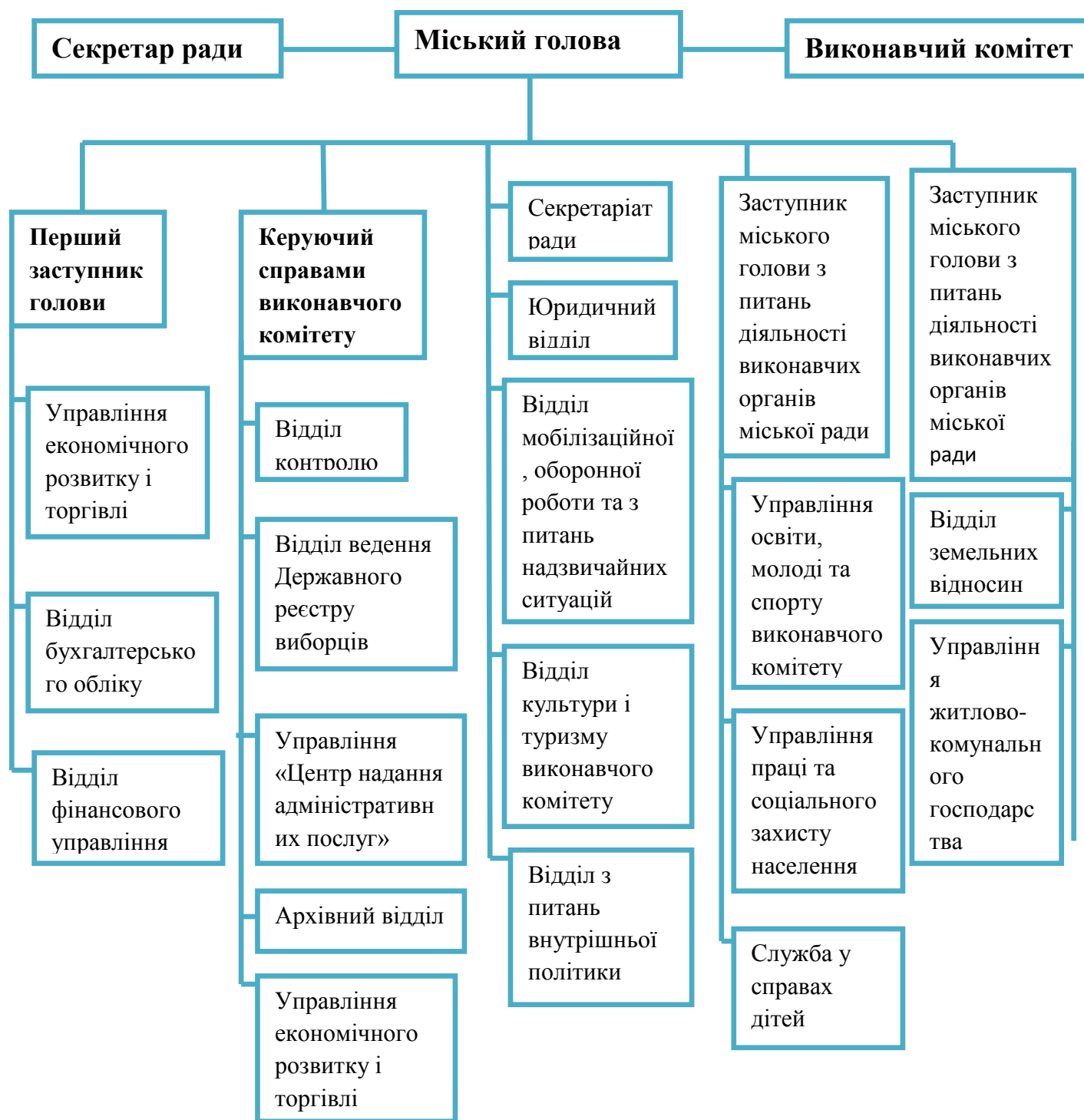


Рисунок 2.1 – Структура виконавчого комітету Лебединської міської ради

До складу виконавчого комітету Лебединської міської ради входить 33 людини. Міська рада восьмого скликання обрана на чергових виборах до місцевих рад за пропорційною виборчою системою та за виборчими списками місцевих організацій політичних партій і нараховує 35 депутатів.

Місцеве самоврядування є важливою складовою ефективного управління суспільством. Воно охоплює різні аспекти – ідеологічні, організаційно-практичні, духовні і матеріальні, що ґрунтуються на нашому вітчизняному досвіді та загальнолюдських цінностях. (Серьогін, 2014).

Отже, забезпечення інтересів територіальної громади є основним напрямком діяльності міської ради та її виконавчого комітету, як їх функціональний напрям. Це передбачає управління суспільними відносинами в межах певної території та призначення органів місцевого самоврядування, які виходять із самої громади. Дії цих органів здійснюються відповідно до Конституції України та законів України, що перебувають у межах їх повноважень.

2.2 Аналіз діяльності Лебединської міської ради: сильні та слабкі сторони

У даному розділі буде проведено SWOT – аналіз, що дозволить оцінити сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози, які впливають на імідж та діяльність виконавчого комітету Лебединської міської ради.

Цей аналіз сприятиме глибшому розумінню поточного стану та перспектив діяльності виконавчого комітету та визначити подальші напрямки розвитку та вдосконалення роботи. Проведемо SWOT- аналіз діяльності Лебединської міської ради (табл. 2.1)

Таблиця 2.1 – SWOT- аналіз Лебединської міської ради

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1. Відкритість та прозорість міської влади.</p> <p>2. Розгалужена мережа закладів різнорівневої освіти, що включає заклади загальної середньої освіти, навчально-виховні комплекси, дошкільні навчальні заклади, заклади позашкільної освіти, інклюзивно-ресурсний центр для дітей з особливими освітніми потребами, вище професійне училище, фахові коледжі: Лебединський педагогічний коледж імені А.С. Макаренка, Лебединський медичний коледж імені професора М.І. Сітенка.</p> <p>3. Основна галузь господарства – вирощування сільськогосподарських культур, у тому числі сировинної бази для подальшої</p>	<p>1. Низький рівень розвитку туризму.</p> <p>2. Незадовільний технічний стан доріг приміського сполучення, що потребує термінового капітального ремонту практично у всіх сільських населених пунктах громади та у місті Лебедин.</p> <p>3. Незадовільний технічний стан об'єктів комунальної інфраструктури, зокрема стану житлового фонду, соціального благоустрою, що потребують капітального ремонту.</p> <p>4. Відсутність господарських підприємств на території громади призводить до високого рівня безробіття.</p> <p>5. Недостатність робочої сили за деякими професіями.</p>

<p>переробки сільськогосподарської продукції.</p> <p>4. Значна частка малого бізнесу.</p>	
Можливості	Загрози
<p>1. Підвищення ефективності підготовки кадрів необхідних для задоволення потреб пріоритетних сфер діяльності громади на базі фахових коледжів, вищих навчальних закладів та вищого професійного училища.</p> <p>2. Інвестиційна привабливість розширення мережі закладів відпочинку в рамках розвитку рекреаційних територій в зонах потенційних туристичних маршрутів природно-заповідного фонду.</p> <p>3. Наявність значних земельних ресурсів не сільськогосподарського призначення, які можуть бути використані потенційними інвесторами для провадження певних видів діяльності.</p> <p>4. Поліпшення інфраструктури підтримки бізнесу.</p>	<p>1. Активна міграція працездатного населення громади.</p> <p>2. Зниження позитивного іміджу міста.</p> <p>3. Погіршення економічної ситуації в Україні.</p> <p>4. Продовження війни.</p>

Доцільно виокремити такі важливі чинники, які мають вплив на становлення іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування: забезпечення ефективності діяльності влади на користь громадськості; прозорість дій і відкритість влади до діалогу з громадянами; підпорядкованість діяльності державних службовців та її оприлюднення в ЗМІ; дієве управління персоналом в органах державної влади як частина механізму формування іміджу; якісні послуги, що надаються громадянам.

Провівши SWOT-аналіз, можна розглянути, які конкретно аспекти впливають на імідж органів місцевого самоврядування. Наведені нижче фактори розглядають сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, визначені в SWOT-аналізі.

Позитивні сторони:

- Відкритість і прозорість міської влади може мати позитивний вплив на імідж місцевої влади. Це може підвищити довіру мешканців до влади та створити позитивне сприйняття її роботи.

- Розгалужена мережа навчальних закладів свідчить про те, що місцева влада надає великого значення освіті та розвитку молоді. Це може покращити імідж місцевої влади серед батьків та громадськості.

- Зосередження уваги на сільському господарстві може підкреслити підтримку та розвиток аграрного сектору. Це сприяє формуванню позитивного сприйняття органів влади серед фермерів і сільського населення.

- Наявність великої кількості малого бізнесу може свідчити про підтримку підприємництва з боку органів місцевого самоврядування. Це підвищує позитивне сприйняття влади серед підприємців і сприяє економічному розвитку громади.

Негативні сторони:

- Відсутність цікавих точок у маршруті та туристичної інфраструктури обмежує залучення туристів, що веде до низького рівня розвитку туризму і негативно впливає на імідж органів влади.

- Незадовільний технічний стан доріг та об'єктів комунальної інфраструктури призведе до обурення місцевого населення, що в свою чергу негативно впливатиме на органи місцевого самоврядування.

- Відсутність господарських підприємств на території громади призводить до високого рівня безробіття. Недостатня кількість робочих місць та економічна нестабільність призводить до недовіри з боку громадян.

- Нестача робочої сили за деякими професіями також впливає на імідж органів влади. Брак кваліфікованих кадрів у певних галузях може свідчити про недостатню підтримку та розвиток цих галузей з боку влади.

Аналізуючи ці фактори, можна визначити, як вони впливають на імідж органів місцевого самоврядування. Сильні сторони можуть посилити сприйняття та довіру до владних структур, тоді як слабкі сторони можуть створити негативне сприйняття їх діяльності. Врахування цих факторів може допомогти органам влади покращити свої комунікаційні стратегії та зміцнити свій імідж серед мешканців та зацікавлених сторін.

2.3 Оцінювання якості роботи Лебединської міської ради на основі опитування представників громади

Онлайн-опитування (Додаток А) мешканців міста Лебедина проводилося для отримання думок, оцінок та пропозицій громадян щодо якості роботи органів місцевого самоврядування. Воно відбувалось в електронній формі за допомогою Google Forms. Анкетування проводилося анонімно, з метою визначення потенційних можливостей оптимізації якісної роботи органів місцевого самоврядування, одержання відгуків мешканців про роботу органів влади та отримання пропозицій щодо підвищення якості роботи органів місцевого самоврядування. Питання анкети висвітлювали проблеми щодо якості роботи та надання послуг органами місцевого самоврядування.

Усього на питання анкети відповіли 50 громадян різного віку, а саме 25 жінок та 25 чоловіків. Аналіз результатів проводили за допомогою онлайн-інструментів та онлайн-сервісів.

Розглянемо короткий загальний аналіз питань і відповідей респондентів.

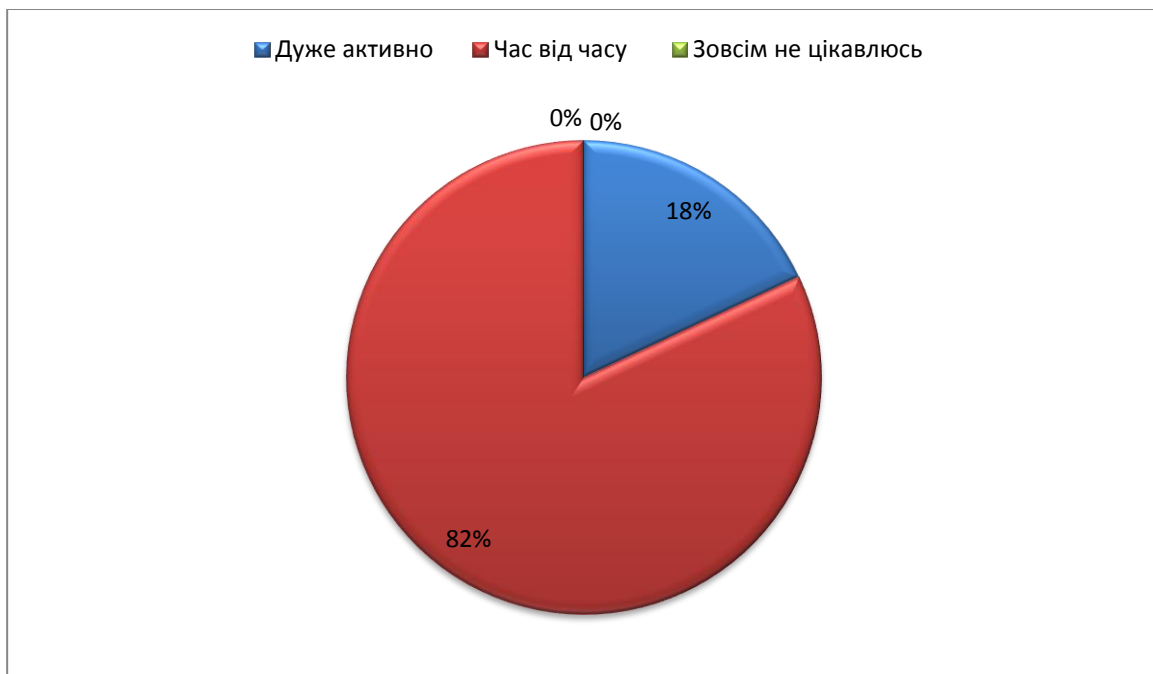


Рисунок 2.2 - Рівень зацікавленості представників громади в діяльності органів місцевої влади

З діаграми бачимо, що мешканці міста виявляють інтерес до діяльності органів місцевого самоврядування.

Відповідно до результатів опитування, «Час від часу» відповіли 82% респондента. Це означає, що вони цікавляться діяльністю органів місцевого самоврядування та те, що більшість демонструють інтереси до діяльності місцевих органів у певний час, але не є постійними учасниками або активними спостерігачами.

18% опитаних відповіли – «Дуже активно». Отже, ця група людей виявляє сильний інтерес до роботи органів місцевого самоврядування і може бути активними учасниками громадського життя та взаємодії з владними структурами.

Низьким є відсоток на варіант відповіді «Зовсім не цікавлюсь» (0%), тобто можна зробити висновок, що у даному опитуванні не було жодного учасника, який повністю відсутній інтерес до діяльності органів місцевого самоврядування.

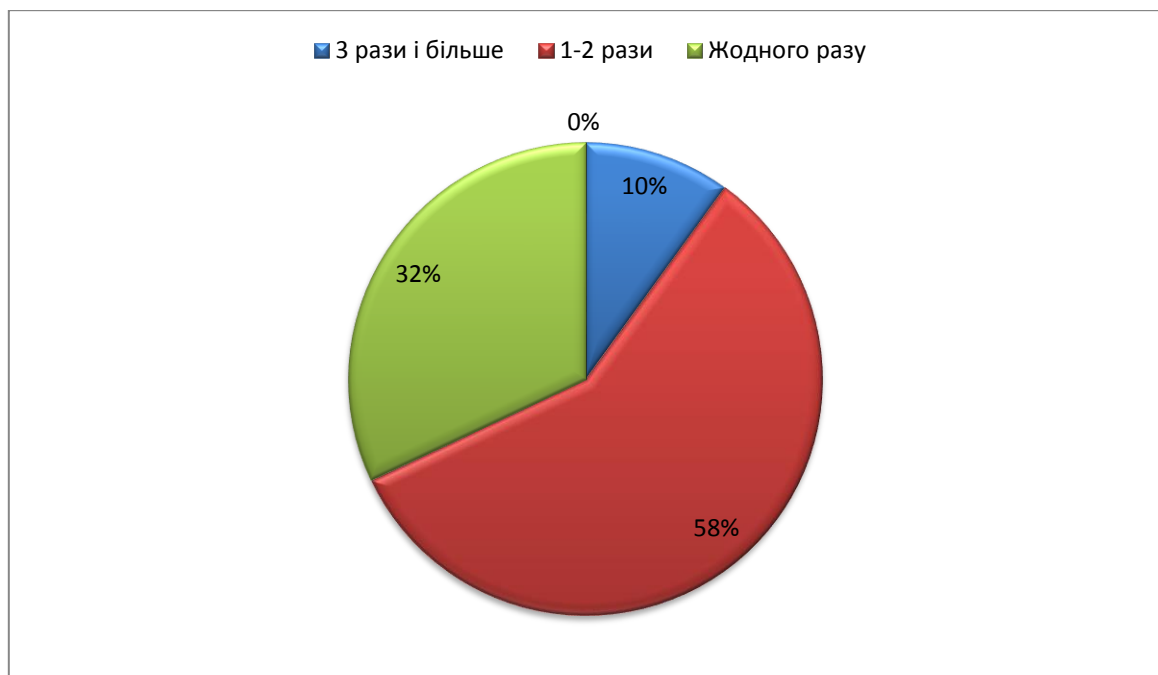


Рисунок 2.3 – Частота звернення населення до органів місцевого самоврядування.

Згідно з отриманими даними, 10% мешканців відповіли, що звертаються до органів місцевого самоврядування 3 рази і більше на рік. Ця категорія може включати активних учасників громадського життя, які систематично звертаються до органів влади зі своїми питаннями, пропозиціями чи скаргами.

Більшість опитаних, а саме 58%, зазначили, що звертаються до органів місцевого самоврядування 1-2 рази на рік у випадках певних потреб.

32% опитаних не звертаються до органів місцевого самоврядування жодного разу на рік. Це може свідчити про те, що ця група людей не відчуває потреби або не має можливості звернутися до владних структур у своїх питаннях чи проблемах.

Задоволеність громадян роботою органів влади.

Можна зробити наступні висновки:

- 6% респондентів оцінили роботу органів влади найнижчим балом – 1. Це результат про значну невдоволеність роботою органів місцевого самоврядування.

- 18% респондентів оцінили роботу органів влади на рівні 2 балів.

- На рівні 3 балів 36% респондентів відповіли про їхнє задоволення роботою органів влади. Це можна вказати на те, що значна кількість респондентів мають певні застереження щодо роботи владних структур.

- 26% респондентів відповіли, що вони в основному задоволені роботою органів влади та оцінили її на 4 бали. Це говорить про те, що ця частина опонентів вважають, що владні структури виконують свої обов'язки на задовільному рівні.

- 14% осіб дуже задоволені роботою органів влади та оцінили її на найвищому рівні – 5.

Рівень відповідності діяльності органів місцевого самоврядування принципам демократичності.

	1	2	3	4	5
Відкритість	3	14	16	7	10
Прозорість	4	12	19	4	11
Підзвітність	2	15	16	8	9

Більшість респондентів оцінили принципи демократичності посередньо. Тобто, місцевій владі потрібно звернути увагу на ці принципи та працювати над удосконаленням своєї роботи.



Рисунок 2.4 – Рівень якості надання послуг органами місцевого самоврядування

Більшість опитаних (72%) оцінюють якість надання послуг органами місцевого самоврядування як «добре» або «дуже добре». Тобто, більшість людей вважають, що органи місцевого самоврядування ефективно виконують свої обов'язки та надають якісні послуги.

Однак, частина опитаних (28%), які оцінюють якість надання послуг як «погано» або «дуже погано». Це свідчить про те, що у цієї групи людей виникають невдоволення від роботи органів місцевого самоврядування.

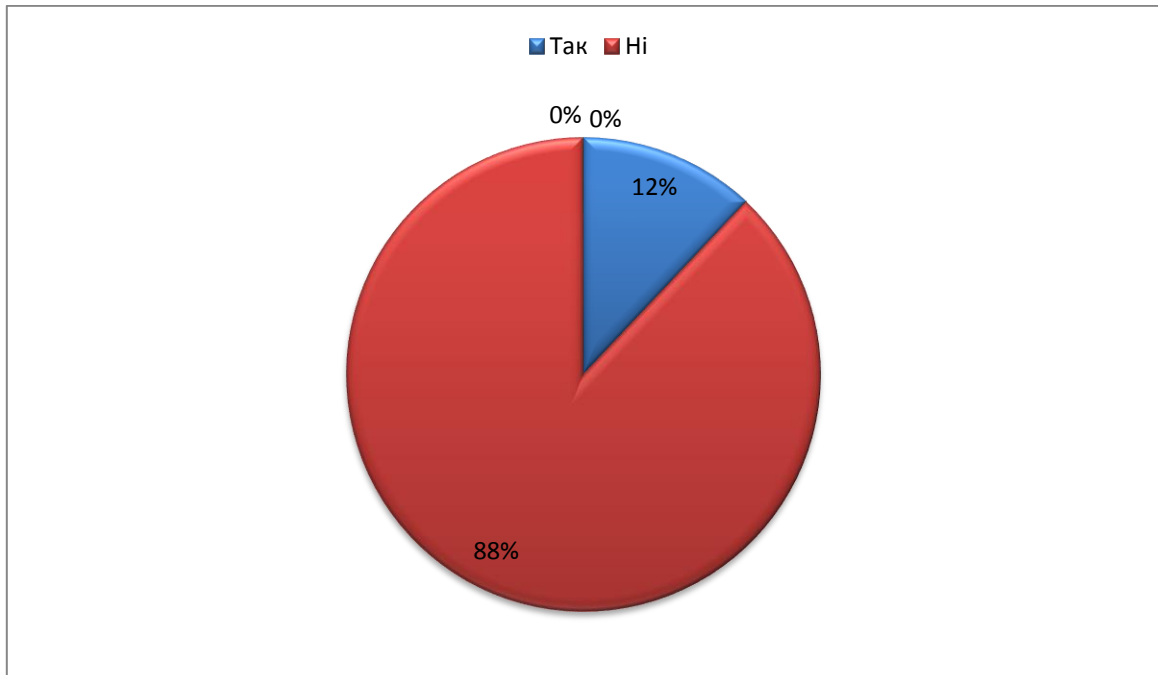


Рисунок 2.5 - Наявність негативного досвіду у роботі з органами влади.

Результати показують, що більшість опитаних (88%) не мали негативного досвіду в роботі з органами влади. Це можна свідчити про задоволеність та позитивне сприйняття взаємодії з владними структурами.

Однак 12% респондентів відповіли, що мали негативний досвід у роботі з органами влади. Це може бути пов'язано з різними причинами, такими як недостатня прозорість, неефективність чи некомпетентність органів місцевого самоврядування.

Види негативного досвіду у роботі з органами влади.

Відповідаючи на це питання, деякі учасники опитування надали ось такі цікаві відповіді:

- Великі черги, які займають багато часу.
- Незрозумілий алгоритм отримання довідок та документів.
- Місцева влада не реагує на звертання громадян (наведемо декілька прикладів від респондентів):

1. Зверталися з питанням ремонту вуличного колодязя, отримали обіцянку, але ніхто не відреагував. На даний час колодязь в жахливому стані та не відремонтований.

2. Звертався з проханням: поставити по місту нові сміттєві баки. Надав своє бачення за чий кошт це можна реалізувати, та й об'єктивно, якщо їх закупляти у великій кількості (а у нашому місті, мовчу про села, очевидно, що від 100-та штук треба), то вийде оптова ціна. Відповідь була така: мене відправили до комбінату благоустрою міста, де я мав займатися цим питанням. Хоча вони могли самі надати моє прохання з певним планом до тієї служби самостійно, та натомість, я маю зробити це сам. Хоча це в інтересах міста, тобто його влади.

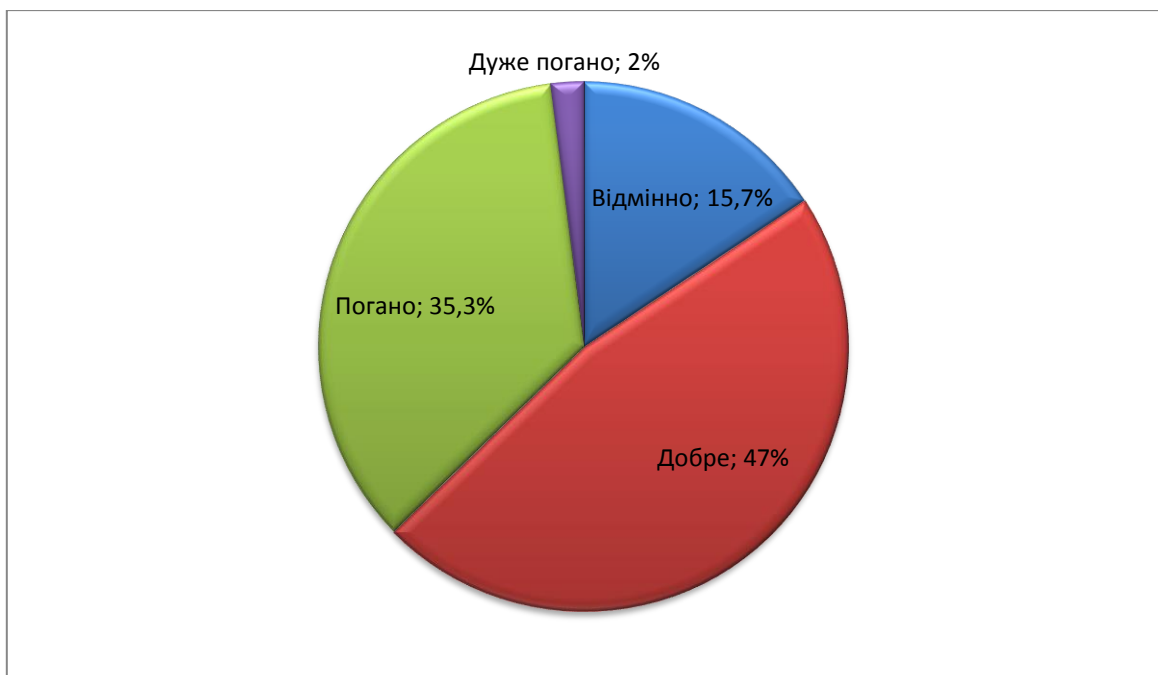


Рисунок 2.6 – Ефективність виконання функцій місцевої влади під час війни

Згідно з отриманими даними маємо такі результати:

15,7% опитаних визначають, що влада виконує свої функції під час війни «відмінно». Це говорить про те, що ця група людей задоволена роботою органів місцевого самоврядування у таких складних умовах.

47% респондентів вважають, що органи влади «добре» справляються зі своїми функціями. Це свідчить про те, що більшість опитаних мають позитивне уявлення про роботу влади в умовах війни, хоча вони вбачають певні області для покращення.

35,3% учасників опитування відповіли, що органи місцевого самоврядування «погано» справляються зі своїми функціями під час війни. Це свідчить про незадоволення роботою значної частини опитаних. Громадяни вважають, що вони не виконують свої обов'язки належним чином у таких обставинах.

Тільки 2% респондентів вважають, що влада виконує свої функції під час війни «дуже погано».

Пропозиції щодо підвищення якості роботи органів місцевого самоврядування.

Учасники опитування, відповідаючи на це запитання, надали досить багато різних пропозицій. Розглянемо всі надані відповіді.

- Більш відповідально ставитись до роботи.
- Оперативне реагування на кожне звернення громадян.
- Підвищення контролю роботи органів самоврядування.
- Ефективно виконувати свої посадові обов'язки.
- Максимальна інформаційність населення та більше онлайн-послуг (онлайн-заповнення документів, електронна реєстрація у чергах).
- Відкритість, простота та доступність інформації.
- Для підвищення якості роботи, необхідно підвищувати професійні якості службовців, забезпечити політичну неупередженість служби.
- Більша доступність для населення (ведення соцмереж, а також надання онлайн інформації та документів)
- Щоб їх більше і якісно контролювали і наказували. Одного наказали інші задумуються.
- Треба більше звертати увагу на проблеми населення, такі як безробіття, погана дорога по місту, погане інформування про заходи, які проводяться для окремих груп населення (ВПО, пенсіонери, молодь і т.ін.)
- Покращити своє ставлення до людей.

- Створення мапи та інших 39а стосунків для публічного контролю за ходом виконання дорожніх, будівельних робіт, розташування об'єктів на які витрачаються бюджетні кошти.

Внесені пропозиції мають на меті покращити функціонування органів місцевого самоврядування, зміцнити довіру мешканців та гарантувати ефективне виконання ними своїх повноважень. Реалізація цих заходів може позитивно вплинути на якість надання послуг, підвищення ефективності та сприяння загальному розвитку громади.

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ ЛЕБЕДИНСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ

3.1 Діяльність державного службовця як фактор формування іміджу місцевого органу влади

Шляхи модернізації позитивного іміджу державних службовців в органах місцевого самоврядування визначаються конкретними діями, спрямованими на розуміння цього ключового інституту громадянами та уявлення про нього, сформованих в їх свідомості. Державні службовці є уособленням держави, і саме через їхній професіоналізм та свідоме виконання своїх обов'язків громадяни оцінюють ефективність державної політики.

Вирішальним компонентом у формуванні особи державного службовця є визнання того, що він представляє імідж державної влади та управління, оскільки на нього покладено значну відповідальність за інформування громадськості щодо стратегічних цілей держави. Вони мають повноваження та діють від імені суб'єктів державного управління, тобто є безпосередніми виконавцями законодавчих постанов.

Для того, щоб сформувати сприятливе уявлення органів влади суспільством, необхідно застосовувати спеціальні методи. Упровадження цих методів є суворим і тривалим процесом, який потребує значних зусиль, особливо враховуючи запутаний характер сучасної політики та складність формування іміджу. Таким чином, процес створення позитивного іміджу влади включає свідому конструкцію методів збору, розповсюдження та збереження інформації, використовуючи необхідні інструменти, такі як іміджева реклама та зв'язки з громадськістю. Цей процес базується на стратегічному підході, який визнає імідж як засіб для досягнення конкретних цілей, включаючи сприяння конструктивних стосунків із громадськістю, посилення легітимності влади та оптимізацію його управлінських можливостей, узгоджуючи це з ідеалами та очікуваннями суспільства. (Павельєва, 2018).

Погоджуючись із думкою Пантелейчука І. В., (Пантелейчук, 2011) у сучасному глобалізованому світі, де вона відіграє вирішальну роль у розвитку сучасного суспільства, позитивний імідж влади може значно підвищити її авторитет та успіх на міжнародній арені.

Імідж державного службовця має відповідати таким основним властивостям: втілення образу органу місцевого самоврядування та країни в цілому; набір характеристик, частина з яких необхідна для ефективного виконання функцій у системі державної служби; суб'єктивна оцінка особи (самооцінка) та формування об'єктивних соціальних оцінок; дотримання принципів державної служби, закріплених у Законах України «Про державну службу» та «Про службу в органах місцевого самоврядування».

Питання створення сприятливого враження про українських державних службовців є актуальним через кризовий стан вітчизняної державної служби. Причиною цього є неналежний рівень професіоналізму, хабарництво, корупція, байдужість до держави, суспільства та громадян. Крім того, в українській спільноті зростає негативна оцінка діяльності державних службовців. Є багато факторів, які впливають на ефективність держслужбовців, як об'єктивних, так і суб'єктивних. Для формування позитивного іміджу представника держави з метою активізації та стабілізації його діяльності використовуються різноманітні механізми та методи.

Утворення позитивного іміджу органів влади можна розглядати як паралельний процес, що включає два аспекти: спонтанне становлення іміджу влади в суспільній свідомості та його цілеспрямоване формування з урахуванням потреб і очікувань громадян. Відсутність цілеспрямованих зусиль у формуванні позитивного сприйняття може призвести до неправильних уявлень про роботу державних органів, які не відповідають реальності та спричиняють відхилення від дійсності. Це все може негативно вплинути на ставленні громадян до влади, поглиблюючи наявні конфлікти та спричинити недовіру до органів державної влади і місцевого самоврядування.

Труднощі у формуванні іміджу органів влади можуть бути різні та виникати з різних причин. Нижче наведено деякі з них:

1. Недовіра з боку громадськості – це один із головних факторів, що заважає формуванню іміджу. Недовіра може бути викликана, наприклад, корупційними скандалами, відсутністю прозорості та підзвітності, а також неієздатність у вирішенні проблем громадян.

2. Комунікаційні проблеми – відсутність відкритості, недостатність інформації та неефективність комунікаційних каналів може призвести до неправильного сприйняття дій органів влади мешканцями.

3. Некомпетентність та недостатня кваліфікація працівників. Якщо державним службовцям бракує знань і навичок для успішного виконання своїх обов'язків, це може призвести до неправильних рішень та неефективності вирішення проблем.

4. Недостатня прозорість та відкритість. Прийняті рішення та дії органів влади, які є недостатньо прозорими та відкритими, можуть призвести до уявлення обурення з боку громадян.

5. Віддаленість від потреб мешканців. Якщо органи влади не сприймають потреби та проблеми громадян, це може викликати незацікавленість та неприйняття людей влади.

Новий імідж має бути чітко структурованим і керованим, розроблятися та впроваджуватися за схемою, що відповідає обставинам. Важливим елементом результативного іміджу державних установ і влади є рівень довіри громадськості до них, репутація лідерів громади, здатність брати відповідальність за прийняті рішення, а також внутрішні та зовнішні складові процесу позиціонування органу влади, вміння презентувати свою діяльність та особисті фактори. (Васильців, Лупак, Августин, 2019).

Отже, якщо свідомо не працювати над створенням позитивного іміджу, то образ, який сформувався в уяві громадянина, може не відповідати реальній ситуації та мати небажані відхилення від дійсності. Усе це може вплинути на

ставлення людей до влади, поглиблення існуючих конфліктів з органами державної влади та місцевого самоврядування.

3.2 Формування позитивного іміджу Лебединської міської ради

Згідно статті 5 Конституції України «Носієм суверенітету і єдиним джерелом влади в Україні є народ. Народ здійснює владу безпосередньо і через органи державної влади та органи місцевого самоврядування. Право визначати і змінювати конституційний лад в Україні належить виключно народові і не може бути узурповане державою, її органами або посадовими особами.» (Конституція України).

Необхідність партнерства населення у розвитку міста базується на різних підставах. Перш за все, місцева влада повинна використовувати знання та досвід громадян у питаннях, що стосуються їх. По – друге, участь мешканців сприяє почуттю значимості для свого населеного пункту чи діяльності міської ради. По – третє, така співучасть, залежно від їхньої активності, ґрунтується на покращенні умов життя людей.

Для формування сприятливого іміджу вкрай важливо зосередитись на певних сферах, які посилять позитивне враження та встановлять високий рівень якісної роботи органів місцевого самоврядування. Один із підходів до досягнення цієї мети передбачає залучення громадян до процесів прийняття рішень і гарантування того, що органи самоврядування функціонують прозоро та відкрито. Нижче наведено конкретні шляхи вдосконалення формування іміджу органів місцевого самоврядування (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Напрями вдосконалення роботи Лебединської міської ради та результати

Напрями вдосконалення	Результати
1. Вдосконалення відповідальності: - Встановлення чітких стандартів роботи та відповідальності за їх порушення.	- Підвищення мотивації та свідомості службовців щодо виконання своїх обов'язків.

<p>- Забезпечення системи мотивації та результативності роботи.</p>	
<p>2. Комунікація та доступність:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Забезпечення оперативного реагування на звернення громадян. - Забезпечення максимальної інформаційності населення, зокрема шляхом розширення онлайн-послуг, таких як онлайн-заповнення документів та електронна реєстрація у чергах. 	<p>-Посилення комунікації з громадянами через різноманітні канали зв'язку.</p>
<p>3. Підвищення контролю:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Зміцнення механізмів контролю за роботою органів місцевого самоврядування, включаючи внутрішні та зовнішні аудити. - Для забезпечення прозорості розробити систему моніторингу та звітності. 	<p>-Залучення активних громадян і громадських організацій до контролю роботи органів самоврядування.</p>
<p>4. Покращення інформаційного сервісу:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Розширення доступності онлайн-послуг. - Забезпечення доступу до відкритої інформації. 	<p>-Зручний доступ до інформації. Вона стає легкою та доступною для всіх зацікавлених осіб.</p> <p>-Покращений інформаційний сервіс органів місцевого самоврядування дозволяє надавати більше онлайн-послуг. Це в свою чергу полегшує процедури для громадян і зменшує час.</p>

Продовження таблиці 3.1

<p>5. Підвищення професійності та політичної неупередженості: - Організація систематичного навчання та підвищення кваліфікації службовців.</p>	<p>- Удосконалення управлінських та комунікаційних вмінь.</p>
<p>6. Покращення реагування на звернення мешканців: - Розробка ефективної системи або програми обробки та відповіді на звернення громадян.</p>	<p>- Завдяки впровадженню ефективної системи збору та обробки звернень, можливе скорочення часу очікування на відповідь. Громадяни отримують оперативні та своєчасні відповіді на свої звернення. - Покращення реагування на звернення мешканців сприяє збільшенню рівня довіри до органів місцевого самоврядування.</p>

Реалізація цих напрямів дозволить підвищити якість роботи місцевої влади та сформувати позитивний імідж. Більш відповідальний підхід до роботи, швидка комунікація з місцевими жителями, забезпечення доступу до інформації, контроль за виконанням обов'язків та врахування проблем громадян сприятимуть здобуття довіри та підтримки громади.

Отже, створення нового іміджу державного службовця має базуватися на принципі розвитку моральних якостей та його професійних характеристик, які є важливими у діловому світі. Професіоналізм представників органів влади має стати головним чинником формування позитивного іміджу української державної служби.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження вибраної теми, було розглянуто та проаналізовано різні підручники, наукові статті та журнали, а також діяльність Лебединської міської ради та її виконавчого комітету. Це дозволило сформулювати наступні висновки:

1. Досліджено, що «імідж» - це штучний образ, цілеспрямовано створюваний у суспільній чи індивідуальній свідомості та підсвідомості засобами масової комунікації і психологічного впливу. Виявлено, що імідж складається з різних методів, функцій, структури елементів іміджу. Ефективність та якість роботи влади сприяє її іміджу. Визначено, що оцінка влади базується на внутрішніх і зовнішніх характеристиках.

2. Імідж органів влади важливий, бо він може впливати на ставлення громадськості до органів влади, на рівень довіри до неї та її дій, а також на готовність населення підтримувати та співпрацювати з органами влади в різних сферах. Визначено основні кроки та складові для формування позитивного іміджу органів державної влади. Розглянуто функції позитивного іміджу. А також, процес побудови позитивного іміджу влади. Він передбачає свідоме формування засобів використання, поширення та зберігання інформації необхідними засобами (іміджева реклама, зв'язки з громадськістю), а сам імідж базується на вирішенні конкретних завдань, а саме налагодження конструктивних відносин з громадськістю, підвищення легітимності влади, забезпечення ефективного виконання управлінських функцій.

3. Комунікація органів державної влади з громадськістю є елементом демократичного суспільства. Ця комунікація є взаємним процесом, який включає в себе передачу інформації між органами державної влади та громадськістю, а також зворотний зв'язок. Органи державної влади можуть спілкуватися з громадськістю через різні канали комунікації, такі як засоби масової інформації, соціальні мережі, публічні виступи, консультації та інші. Визначено інструменти комунікації, комунікаційні функції. За рахунок

розвитку потенціалу інформаційних технологій, розглянуто основні напрями формування позитивного іміджу органів державного управління.

4. Розглянуто основні теоретичні та практичні засади виконавчого комітету Лебединської міської ради. А саме принципи, на яких базується діяльність місцевого самоврядування, Статут, склад системи місцевого самоврядування міста Лебедин та структуру виконавчого комітету Лебединської міської ради.

5. Проведено SWOT – аналіз, що дозволило оцінити сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози, які впливають на імідж і діяльність виконавчого комітету Лебединської міської ради. Виявлено фактори, які впливають на імідж органів місцевого самоврядування. Сильні сторони можуть посилити сприйняття та довіру до владних структур, тоді як слабкі сторони можуть створити негативне сприйняття їх діяльності. Врахування цих факторів допоможе органам влади покращити свої комунікаційні стратегії та зміцнити свій імідж серед мешканців та зацікавлених сторін.

6. Проаналізовано онлайн-опитування мешканців міста Лебедин, що проводилося для отримання думок, оцінок та пропозицій громадян щодо якості роботи органів місцевого самоврядування. Анкетування проводилося анонімно, з метою визначення потенційних можливостей оптимізації якісної роботи органів місцевого самоврядування, одержання відгуків мешканців про роботу органів влади та отримання пропозицій щодо підвищення якості роботи органів місцевого самоврядування. Питання анкети висвітлювали проблеми щодо якості роботи та надання послуг органами місцевого самоврядування.

7. З'ясовано напрями удосконалення Лебединської міської ради. Реалізація цих напрямів дозволить підвищити якість роботи місцевої влади та сформуванню позитивний імідж. Більш відповідальний підхід до роботи, швидка комунікація з місцевими жителями, забезпечення доступу до інформації, контроль за виконанням обов'язків та врахування проблем громадян сприятимуть здобуття довіри та підтримки громади.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архипова Є.О., Дмитренко Н.О. (2016) Ефективна комунікація між органами державної влади та громадськістю як умова розвитку демократичного суспільства. *Інвестиції: практика та досвід*. С. 92-96. https://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2016/02/st-16_Dmitrenko_Grom.radi.pdf
2. Білоус В. М., Щербіна О. С. (2022) Імідж державного службовця як підґрунтя формування іміджу державного органу влади. С. 12-14.
3. Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Августин Р.Р. (2019) Механізми та функціонально-структурні інструменти забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в умовах сучасних загроз економічної безпеки. С. 552.
4. Волотко Е.В. (2019). Вплив засобів масової інформації на формування іміджу державного службовця. С. 103-106. <http://www.pag-journal.iei.od.ua/archives/2019/14-2019/22.pdf>.
5. Гаврилюк С.І. (2017) Імідж органів державної влади: концептуальні підходи до розуміння. «Інноваційний розвиток науки нового тисячоліття»
6. Грабовський С.І. (2011) Імідж. *Енциклопедія Сучасної України*. <https://esu.com.ua/article-13264>.
7. Зазуляк Т.І (2022) Роль іміджевої політики в процесі формування позитивного іміджу органів публічної влади. <http://surl.li/gufvf>
8. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» (1997) №24. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>
9. Каретна О. О. (2022) Розвиток комунікативного процесу між державними органами влади та суспільством. С. 76-78 <http://kzgizh.knukim.edu.ua/images/nauka/konferentsii/2022-zbirnyk-imidzh-i-reputatsiia.pdf#page=76>
10. Каретна О. О., Милосердна І. М., Ігнат'єва І. І. (2020) Роль та особливості інформаційно-комунікаційних технологій у взаємодії органів державної влади з громадянським суспільством. *Політикус*. № 5. С. 62–68.

11. Коврига О. С. (2020) Взаємодія органів державної влади з громадськістю в системі державного управління України. С. 109-114. http://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/2_2020/20.pdf
12. Конституція України. Розділ 1, стаття 5. <https://constitution.in.ua/chapters/1/>
13. Ладонько Л. С., Михайловська Е.В., Кунденко А.В. (2016) Децентралізація державного управління як основа публічного менеджменту на місцевому рівні. С. 1-5.
14. Ладонько Л.С, Новікова Н.Л., Мірко Н.В. (2020). Основні аспекти комунікаційної взаємодії органів державної влади з громадськістю. <http://surl.li/gwdrm>
15. Мамонтова Е. В. (2013) Імідж органу публічної влади: структура та функції. С. 90 – 93 https://dut.edu.ua/uploads/1_887_65395275.pdf
16. Палій Г.О. (2012). Щодо активізації взаємодії організацій громадянського суспільства із органами державної влади. <http://www.niss.gov.ua/articles/881/>
17. Серьогін С.Г. (2014) Удосконалення місцевого самоврядування в Україні в умовах демократизації та консолідації суспільства. *Право України*. №4.
18. Солових Є. М. (2015) Складові іміджу органу місцевого самоврядування: загальна характеристика. С.160-169. <http://journals.hnpu.edu.ua/files/journals/13/articles/2821/submission/copyedit/2821-5645-1-CE.pdf>
19. Солонцов О.С. (2021). Публічна комунікація в органах влади. С.109–112. <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/13861/1/%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D0%B5%D1%82%20%D1%81%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf#page=109>

20. Статут територіальної громади міста Лебедина.
<https://lebedynrada.gov.ua/%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE/%C2%AD-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%82/>
21. Сурмін Ю. П., Бакуменко В. Д., Михненко А. М. (2010) *Енциклопедичний словник з державного управління*. Київ : НАДУ, . – С. 820.
22. Титикало Р.С. (2022) Функції органів місцевого самоврядування.
<https://pravo.cuspu.edu.ua/index.php/pravo/article/view/190/144>
23. Павельєва А. Р. (2018) Теоретичні та практичні аспекти формування іміджмейкінгу в органах публічної влади. *Соціально-гуманітарний вісник*. Вип. 24. С. 135.
24. Пантелейчук І . В . Формування позитивного іміджу органів державної влади : теорія, методологія, практика. 2011. С. 316
25. Щербак Н. В. (2016). Формування позитивного іміджу органів державної влади та органів місцевого самоврядування в умовах модернізації публічного управління в Україні. С. 94 – 99.
26. Jonathan Perry. (2021). Trust in public institutions: Trends and implications for economic security.
<https://www.un.org/development/desa/dspd/2021/07/trust-public-institutions/>

ДОДАТОК А

Опитування представників громади щодо якості роботи органів місцевого самоврядування м. Лебедин

1. Ваша стать:

- Чоловіча
- Жіноча

2. Ваш вік:

- 18-35
- 35-60
- 60 і більше

3. Наскільки активно Ви цікавитесь діяльністю органів місцевого самоврядування?

- Дуже активно
- Час від часу
- Зовсім не цікавлюсь

4. Скільки разів на рік Ви звертаєтесь до органів місцевого самоврядування?

- 3 рази і більше
- 1-2 рази
- Жодного разу

5. На скільки задоволені роботою органів влади? Для оцінки використовуйте шкалу від 1 до 5, де 1 – незадоволені, 5 – дуже задоволені.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

- 6. На вашу думку, якою мірою діяльність органів місцевого самоврядування відповідає таким принципам демократичності. Для оцінки використовуйте шкалу від 1 до 5.**

	1-зовсім не відповідає	2	3	4	5
Відкритість					
Прозорість					
Підзвітність					

- 7. Як Ви оцінюєте якість надання послуг органами місцевого самоврядування?**

- Дуже добре
- Добре
- Погано
- Дуже погано

- 8. Чи мали Ви негативний досвід у роботі з органами влади?**

- Так
- Ні

- 9. Якщо мали, то який?**

- 10. Наскільки добре влада справляється з виконанням своїх функцій під час війни?**

- Відмінно
- Добре
- Погано
- Дуже погано

- 11. Ваші пропозиції щодо підвищення якості роботи органів місцевого самоврядування.**