

SCI-CONF.COM.UA

TOPICAL ISSUES OF MODERN SCIENCE, SOCIETY AND EDUCATION



**PROCEEDINGS OF IV INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
NOVEMBER 1-3, 2021**

**KHARKIV
2021**

TOPICAL ISSUES OF MODERN SCIENCE, SOCIETY AND EDUCATION

Proceedings of IV International Scientific and Practical Conference

Kharkiv, Ukraine

1-3 November 2021

Kharkiv, Ukraine

2021

UDC 001.1

The 4th International scientific and practical conference “Topical issues of modern science, society and education” (November 1-3, 2021) SPC “Sci-conf.com.ua”, Kharkiv, Ukraine. 2021. 1402 p.

ISBN 978-966-8219-85-6

The recommended citation for this publication is:

Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Topical issues of modern science, society and education. Proceedings of the 4th International scientific and practical conference. SPC “Sci-conf.com.ua”. Kharkiv, Ukraine. 2021. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/iv-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-topical-issues-of-modern-science-society-and-education-1-3-noyabrya-2021-goda-harkov-ukraina-arhiv/>.

Editor

Komarytskyy M.L.

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine, Russia and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

e-mail: kharkiv@sci-conf.com.ua

homepage: <https://sci-conf.com.ua>

©2021 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2021 Authors of the articles

195. **Формагей Я. В.** 1016
ГОЛОДОМОР 1932-1933 РР. В ПЕРЕЯСЛАВ-ХМЕЛЬНИЦЬКОМУ РАЙОНІ

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

196. **Берест П. М.** 1022
РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ ЯК КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ КОМПОНЕНТ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ
197. **Муравйов В. О., Гальченко А. І.** 1027
ЦЕРКВА МОРМОНІВ

ЛИТЕРАТУРА

198. **Шевченко В. О.** 1031
ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД НА ЗАНЯТТЯХ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ ПІД ЧАС ОПРАЦЮВАННЯ ТВОРІВ
199. **Щербак А. С., Дзіковська Л. М.** 1038
ІДЕАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ ДИСКУРС У РОМАНІ «451 ГРАДУС ЗА ФАРЕНГЕЙТОМ» РЕЯ БРЕДБЕРІ

ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ

200. **Бєлікова Ю. В., Фурсова Д. О.** 1043
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ
201. **Лясота А. Є.** 1049
РОЗБУДОВА ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ: ВПЛИВ ЕТНІЧНИХ ГРОМАД
202. **Сушко Д. І.** 1056
ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ У ПОЛІТИЦІ ФРАНЦІЇ

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

203. **Кузык О., Patsaranjuk К.** 1061
IS ENGLISH THE LINGUA FRANCA OF PROGRAMMING?
204. **Баркар О. І.** 1066
ВИКОРИСТАННЯ ДИСТАНЦІЙНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ ПРИ ВИВЧЕННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ І ЛІТЕРАТУРИ: ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ
205. **Онуфрієнко О. П.** 1072
МОВОЗНАВЧІ ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК МОВОЗНАВСТВА
206. **Профатило І. М., Москаленко О. І.** 1078
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СЕМАНТИЧНИХ ГРУП ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ З КОМПОНЕНТОМ З КОМПОНЕНТОМ «ЗАСІБ ПЕРЕСУВАННЯ»
207. **Рижняк О., Кучеренко С., Галянт А., Сьомак А.** 1084
ЛАТИНСКИЙ ЯЗЫК КАК ОСНОВНОЙ ВЕКТОР ИНТЕГРАЦИИ

ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Белікова Юлія Валеріївна,

к. соц. н., доц.

Фурсова Дар'я Олексіївна

студентка

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця,
м. Харків, Україна

Вступ. Стратегічний підхід до комунікації в управлінській діяльності є запорукою злагодженої роботи та розвитку. Комунікаційні процеси в органах місцевого самоврядування (далі – ОМС) в рамках взаємодії у системі «влада – громада» полягають у налагодженні порядку скоординованого і дієвого використання комунікаційних процесів муніципалітету для підвищення рівня довіри та сприяння ефективній діяльності органу місцевого самоврядування. Вивчена, детально прописана та цілеспрямована комунікаційна політика органу місцевого самоврядування має стати дієвим інструментом, який підвищить рівень надання послуг та забезпечить ефективне та раціональне використання ресурсів, сприятиме відкритості місцевої влади, що в свою чергу підвищить рівень довіри мешканців територіальної громади. Кожен орган місцевого самоврядування в Україні приходить до етапу ініціювання створення відповідного документу – дорожньої карти комунікаційної діяльності ОМС, який потрібен для регламенту процесу обміну інформації. Таким документом є Комунікаційна стратегія сільської/селищної/міської ради.

Мета роботи: надати визначення поняття комунікаційна стратегія органу місцевого самоврядування, охарактеризувати основні особливості розробки комунікаційної стратегії органів місцевого самоврядування.

Матеріали і методи. Питання комунікаційної взаємодії між органом місцевого самоврядування та територіальною громадою є досить актуальним,

проте й доволі пропрацьованим у контексті вивчення соціальних комунікацій в цілому, та у сфері публічного управління зокрема. У ряді наукових досліджень розглядаються питання розвитку та налагодження комунікаційних процесів – в координаті компетенцій органів місцевого самоврядування (система взаємодії «влада – громада»). Окремі аспекти розробки комунікаційної стратегії органів місцевого самоврядування розглядалися у роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема К. Лозовської [1], Д. Коника [2], В. Пісоцького [3], М. Побережної [4], О. Овсяннікової [5], К. Торсона [6] та інших. Проте реалії, в яких функціонують органи місцевого самоврядування вимагають від них якісно нового, комплексного підходу до організації своєї комунікаційної діяльності, передусім – розробки комунікаційної стратегії.

Результати і обговорення. У сучасній науковій думці запропоновано різноманітні підходи до трактування поняття «комунікаційна стратегія».

О. Овсяннікова [5], М. Побережна [4], К. Торсон [6], у своїх роботах розглядають поняття комунікаційної стратегії через призму системного підходу: як комплексну систему взаємодій організації із зовнішнім середовищем з метою досягнення певних цілей.

О. Іссер трактує комунікаційну стратегію як розроблені відповідно до цілі взаємодії правила, оргресурси і послідовність комунікативних дій, яких дотримується учасник комунікації [7].

Через призму правового підходу, комунікаційну стратегію ОМС можемо визначити як документ, розроблений та прийнятий відповідним органом місцевого самоврядування, який регламентує основні цілі комунікації у системі «влада – громада» та шляхи їх досягнення.

Узагальнивши вищенаведені дефініції, пропонуємо визначити *комунікаційну стратегію органу місцевого самоврядування* як документ, розроблений та затверджений відповідним ОМС, що являє собою комплексний план, який визначає стратегічні цілі комунікаційної діяльності відповідного органу, а також заходи, строки та індикатори ефективності їх реалізації з метою досягнення поставлених стратегічних цілей.

Розробка та впровадження комунікаційної стратегії має базуватися на ряді основних принципів, зокрема:

- узгодженості – комунікаційна стратегія має базуватися на головному стратегічному документі органу місцевого самоврядування – Стратегії розвитку територіальної громади, адже це сприятиме досягненню цілей та завдань програм та проектів, що реалізуються на території громади;

- відкритості – комунікація має бути відкритою та зрозумілою, зі сформульованими ідеями, які дозволять налагодити активний діалог між стейкхолдерами та бенефіціарами;

- гнучкості – під час впровадження Комунікаційної стратегії існує можливість внесення змін до Плану дій у відповідності з результатами виконаних заходів за певний період;

- структурованість – усі заходи впроваджуються за розробленою схемою, при чому новий захід залежить безпосередньо від результатів попереднього;

- розмежованість – у розробці та впровадженні Комунікаційної стратегії та Плану її реалізації на певний період мають бути задіяні профільні відділи виконавчих органів місцевої ради, це допоможе урахувати специфіку та потреби різних цільових аудиторій;

- вимірюваність – моніторинг та оцінка результатів впроваджених заходів має здійснюватися після закінчення проведення комунікаційних кампаній ОМС, кожні півроку, а також в кінці всього періоду реалізації комунікаційної стратегії;

- обґрунтованість – всі дії в рамках комунікаційної стратегії необхідно покладати на статистичні данні, результати соціальних досліджень, наприклад вибір каналів комунікації ОМС з цільовою аудиторією.

Загальною місією імплементації комунікаційної стратегії органами місцевого самоврядування є встановлення відносин повної довіри між відповідним органом та мешканцями територіальної громади в інтересах загального успіху та розвитку громади.

Першим етапом розробки комунікаційної стратегії є дослідження проблематики комунікаційних викликів органу місцевого самоврядування – глибинний аналіз наявних комунікацій муніципалітету.

По-перше, необхідно проаналізувати канали комунікації, що передбачає вивчення наявних електронних засобів комунікації: електронна пошта, офіційний сайт місцевої ради, сторінки у соціальних мережах, тощо. Також необхідно провести аналіз поліграфічної та друкованої продукції, інформаційних носіїв та міжособистісної взаємодії.

По-друге, комплексне вивчення проблематики комунікаційних викликів органу місцевого самоврядування – проведення SWOT-аналізу комунікацій місцевої ради та її виконавчих органів. Опрацювання отриманих результатів з визначним вектором роботи лягає в основу Плану реалізації комунікаційної стратегії.

По-третє, визначення зовнішніх стейкхолдерів органу місцевого самоврядування (рис. 1).

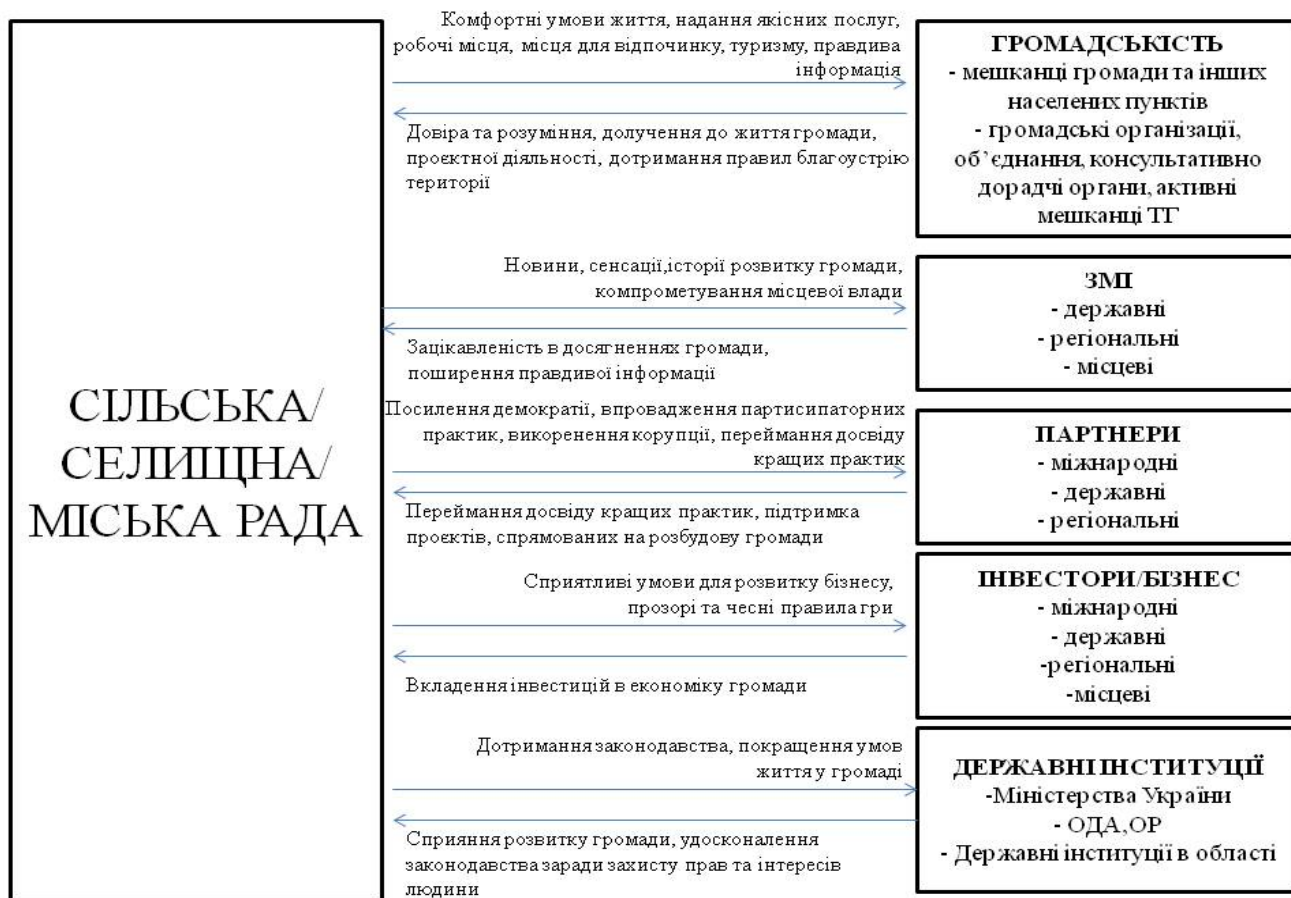


Рис. 1. Загальна модель очікувань зовнішніх стейкхолдерів

Другим етапом є визначення місії, тобто високого призначення – відповідальної ролі, яку надає собі орган місцевого самоврядування в суспільстві для задоволення потреб цільової аудиторії. Це розуміння формує структуру цілей, узгоджених зі стратегією розвитку територіальної громади, адже комунікація розглядається не окремо від загальної стратегії, а як невід’ємна частина та запорука її реалізації. В документі виокремлюються стратегічні, операційні, комунікаційні цілі та завдання.

Третій етап розробки комунікаційної стратегії – план реалізації на чітко визначений період зі строками реалізації та відповідальними відділами місцевої ради.

Четвертим етапом є імплементація комунікаційної стратегії органу місцевого самоврядування, з дотриманням визначених цілей та заходів. На цьому етапі важливо правильно організувати контроль за виконанням з метою корегування відхилень під час реалізації.

П’ятим етапом – є оцінювання рівня ефективності впровадження кожного пункту стратегії за зазначеними у стратегії критеріями.

Висновки. Таким чином, комунікаційну стратегію органу місцевого самоврядування пропонуємо визначити як документ, розроблений та затверджений відповідним ОМС, що являє собою комплексний план, який визначає стратегічні цілі комунікаційної діяльності відповідного органу, а також заходи, строки та індикатори ефективності їх реалізації з метою досягнення поставлених стратегічних цілей.

Комунікаційна стратегія розроблена на основі комплексного підходу до дослідженні комунікаційних викликів органу місцевого самоврядування та впроваджена за стандартами прозорості та розмежованості, стане дорожньою картою місцевої ради у налагодженні комунікаційних процесів системи «влада-громада» та підвищення рівня довіри мешканців територіальної громади.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Лозовська К. С. Комунікаційні стратегії як інструмент налагодження ефективної взаємодії органів місцевого самоврядування і

суспільства. Публічне управління та митне адміністрування. 2019. № 3 (22). С. 203 – 211.

2. Коник Д. Стратегічні комунікації: посібник для державних службовців. Київ : ТОВ “ОБНОВА КОМПАНІЇ”, 2016. 256 с.

3. Пісоцький В. Використання соціальних мереж як напрям модернізації інформаційно-комунікативного забезпечення суб’єктів місцевого самоврядування в Україні. *Новітні інформаційно-комунікаційні технології в модернізації публічного управління: зарубіжний і вітчизняний досвід: матеріали наук.-практ. семінару, 19 квітня 2013 р., м. Дніпропетровськ. Дніпропетровськ 2013, с. 104.*

4. Побережна М. П. Комунікаційні стратегії забезпечення стратегічного розвитку підприємств хлібопекарської галузі: автореф. дис. канд. економ. наук. Київ, 2014. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/19033/1/Poberezhna%20aref%202003.pdf>.

5. Овсянікова О. Комунікаційна стратегія судової влади: поняття, цілі, основні напрями реалізації. Вісник Запорізького національного університету. 2015. № 1. С. 23—29.

6. Kjerstin Thorson. Strategic Communication. Oxford Bibliographies. 2018. URL: <https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo9780199756841/obo97801997568410007.xml#obo97801997568410007bibItem0002>

7. Соціологічна енциклопедія / укладач В. Городяненко. Київ: Академвидав, 2008. 364 с.