

Електронний журнал «Державне управління: удосконалення та розвиток» включено до переліку наукових фахових видань України з державного управління (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 1643 від 28.12.2019).

Спеціальність – 281.

Державне управління: удосконалення та розвиток. 2025. № 7.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2156.2025.7.14>

УДК 35.07:316.77

Є. О. Архипова,

*к. філос. н., доцент, доцент кафедри теорії та практики управління,
Національний технічний університет України*

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1640-1488>

Є. П. Берещук,

студентка, Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-5114-3126>

ЗБІЛЬШЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КАНАЛІВ ВЗАЄМОДІЇ ГРОМАДЯН ТА ДЕРЖАВИ НА ПРИКЛАДІ ВИКОНАВЧОГО КОМІТЕТУ СЛАВУТСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ

Ye. Arkhypova,

*PhD in Philosophy, Associate Professor of the Department of Theory and Practice
of Management, National Technical University of Ukraine*

“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

Ye. Bereshchuk,

Student, National Technical University of Ukraine

“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

ENHANCING THE EFFECTIVENESS OF CITIZEN-STATE INTERACTION CHANNELS: A CASE STUDY OF THE EXECUTIVE COMMITTEE OF THE SLAVUTA CITY COUNCIL

У статті досліджено комунікаційну діяльність органів влади на прикладі виконавчого комітету Славуцької міської ради з метою підвищення ефективності взаємодії з громадою. Проаналізовано існуючі канали поширення інформації, інструменти збору зворотного зв'язку та ступінь відповідності чинним нормативно-правовим вимогам. Виявлено затримки в оперативному реагуванні, обмежену присутність цифрових сервісів і недотримання процедур відкритості. Розглянуто механізми роботи із зворотним зв'язком через соціальні мережі та мобільні застосунки, розгорнуто оцінку підходів до формування контенту та якості повідомлень. Запропоновано впровадження інтегрованих онлайн-платформ, системного моніторингу звернень і оптимізації внутрішніх процесів. Взаємодію зі ЗМІ рекомендовано посилити регулярними пресбрифінгами й партнерством із регіональними медіа. Акцентовано увагу на важливості розробки стратегії маркетингових комунікацій в публічному секторі. Показано, що застосування запропонованих заходів сприятиме підвищенню рівня поінформованості населення та зміцненню довіри до органів влади.

This study investigates the communication practices of the Executive Committee of the Slavuta City Council, aiming to enhance the quality and effectiveness of citizen–government interactions. First, we conducted a comprehensive audit of existing information dissemination channels, including official websites, printed bulletins, social media accounts, and public notice boards. This audit revealed inconsistency in message timing, uneven content distribution across platforms, and gaps in accessibility for vulnerable or digitally excluded groups. We examined the toolkit for collecting citizen feedback and assessed their usage rates, response turnaround times, and overall user satisfaction. Next, we evaluated the degree to which current practices align with national regulatory frameworks and best practices in public-sector transparency. Comparative review against the Law on Access to Public Information and recent government guidelines on e-governance highlighted shortcomings in the timely

publication of official documents, incomplete archiving of council decisions, and lack of standardized metadata tagging for open-data portals. Furthermore, our assessment of content quality uncovered instances of outdated formatting, inconsistent tone, and absence of multilingual options. Based on these findings, we propose a strategy to modernize communication workflows. Key recommendations include the development of an integrated online platform that consolidates multiple service interfaces—such as a unified citizen portal, mobile application, and centralized social media dashboard—to minimize fragmentation and streamline user navigation. We also advocate for the implementation of real-time query tracking and performance dashboards to monitor citizen requests, measure response effectiveness, and identify bottlenecks in internal processes. To reinforce media relations, we suggest instituting monthly press briefings, formalizing partnerships with regional news outlets, and providing regular media kits with updated statistical data and forthcoming municipal projects. Finally, we outline a phased implementation plan, emphasizing capacity building through targeted staff training, allocation of dedicated digital-communications personnel, and periodic audits to ensure compliance with evolving legal requirements. Attention is focused on the importance of developing a marketing communications strategy in the public sector. If adopted, these measures are expected to increase citizen engagement metrics by 30 percent within the first year, and strengthen public trust, and support transparent governance.

Ключові слова: *комунікація, громадяни, органи влади, інформаційні ресурси, онлайн-платформи, механізми зворотного зв'язку, медіавзаємодія, управління якістю, прозорість.*

Keywords: *communication, citizen, authorities, information resources, online platforms, feedback mechanisms, media relations, quality management, transparency.*

Постановка проблеми. Проблема забезпечення ефективного зворотного зв'язку між громадянами та державними інституціями набуває особливої гостроти в умовах швидких соціально-політичних трансформацій і цифровізації суспільства, оскільки традиційні канали взаємодії вже не здатні оперативно задовольняти запити населення. Сучасні виклики спрямовані на підвищення рівня довіри до органів публічної влади, адже відсутність відкритості в комунікаційних процесах породжує недовіру, зниження громадянської активності та блокування важливих соціальних ініціатив. Водночас технологічний поступ у сфері інформаційних і комунікаційних технологій дає змогу створювати нові механізми обміну даними, які потенційно здатні забезпечити значне підвищення оперативності реагування на запити і потреби мешканців територіальних громад.

Відтак необхідність науково обґрунтованого аналізу взаємодії громадян з органами місцевої влади обумовлена не лише зростаючими очікуваннями суспільства щодо оперативного отримання інформації, а й трансформацією суспільної парадигми, коли принцип «відкритої влади» стає ключовим критерієм ефективності управлінських процесів. Сучасні дослідження демонструють, що впровадження інноваційних комунікаційних підходів в органах місцевого самоврядування сприяє не лише підвищенню обізнаності населення про суспільно значущі проекти, а й формуванню у громадян відчуття причетності до процесу прийняття рішень. Особливо гостро це проявляється в малих і середніх громадах, де рівень участі населення в публічному житті часто зумовлюється доступністю інформаційних ресурсів і швидкістю реагування органів влади на звернення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед науковців, які присвятили свої дослідження темі взаємодії громадянського суспільства з державними інституціями, можна виокремити такі прізвища: В. Друк, Ю. Збираник, О. Романенко, Т. Павленко, К. Майстренко, Г. Юськов, Ю. Литвинова, О. Черняхівська, В. Бурик, Ю. Дзюрах, В. Шинкаренко, Е. Ковріга, Н. Агафонова, Т. Примак, В. Дрепак. Аналіз наукових доробків

вітчизняних та зарубіжних авторів демонструє широкий спектр підходів до класифікації каналів взаємодії «влада-громадянство» та питань забезпечення прозорості діяльності органів публічного управління, однак залишається невирішеним питання інтеграції цифрових платформ у загальну стратегію комунікацій, недостатньо розроблені критерії оцінювання ефективності прийнятих рішень і відсутні уніфіковані методики адаптації міжнародних практик до реалій українських територіальних громад. Саме ці напрями потребують додаткового дослідження, що і обумовлює актуальність даної теми.

Метою статті є дослідження шляхів підвищення ефективності каналів взаємодії громадян та органів влади на прикладі виконавчого комітету Славутської міської ради.

Виклад основного матеріалу. Виконавчий комітет Славутської міської ради [3] – це орган, який створюється міською радою для реалізації її рішень та здійснення повноважень місцевого самоврядування. Він підконтрольний і підзвітний міській раді міста Славута, а в питаннях здійснення повноважень органів виконавчої влади – також відповідним органам виконавчої влади. Комунікація в установі базується на розподілі повноважень між Управлінням інформаційного забезпечення та внутрішньої політики, яке формує інформаційну політику – координує внутрішній і зовнішній обмін даними, супроводжує веб-ресурс, розробляє структуру інформаційних ресурсів, моніторить інформатизацію та розміщує нормативні акти (табл. 1). Прес-секретар готує пресрелізи, аналітичні довідки, організовує брифінги, підтримує зв'язок із журналістами та контролює висвітлення міських подій. Головний спеціаліст реєструє, систематизує та опрацьовує запити громадян відповідно до Закону «Про доступ до публічної інформації», координує надання відповідей у термін. Відділ організаційно-кадрової роботи забезпечує достовірність бази даних розпорядчих документів, реєструє й розсилає офіційні розпорядження. Вертикальна підпорядкованість поєднується з горизонтальною взаємодією – робочі групи

між підрозділами узгоджують повідомлення, запобігаючи дублюванню. Принцип «єдиного вікна» дозволяє маршрутизувати запити без повторного звернення, а преміювання посадовців стимулює підтримувати відкритість.

Таблиця 1. Структура комунікаційної відповідальності у виконавчому комітеті Славутської міської ради

Підрозділ / посада	Зона відповідальності	Ключові функції
Управління інформаційного забезпечення та внутрішньої політики	Інформаційна політика й цифрова інфраструктура	Адміністрування офіційного вебсайту, впровадження електронних сервісів, моніторинг інформаційних потоків
Прес-секретар	Зв'язки зі ЗМІ та репутаційний аудит	Підготовка пресрелізів, організація брифінгів, управління кризовими комунікаціями
Відділ організаційно-кадрової роботи	Регламент та кадрова координація	Погодження квартальних планів комунікацій, контроль дотримання строків і стандартів повідомлень
Публічна приймальня	Прямий контакт із громадянами	Прийом звернень, консультування, переадресація запитів у профільні відділи
Керівництво виконкому	Стратегічний нагляд	Затвердження регламентів, ухвалення рішень щодо інформаційних кампаній

Комунікаційний арсенал виконавчого комітету охоплює як цифрові, так і традиційні формати, що забезпечують максимально широке охоплення аудиторії. Основним цифровим хабом слугує офіційний вебсайт [6], де розміщується визначена НПА публічна інформація, бюджетні показники, плани засідань і інтерактивні сервіси для електронних петицій. Додатковими комунікаційними каналами є сторінки у соціальних мережах, орієнтовані на різні вікові групи: Facebook [1] для широкого загалу, Telegram-канал [10] для оперативних сповіщень і YouTube [2] для відеозвітів про засідання. З традиційних каналів найдієвішими залишаються інформаційні стенди у

приміщенні міської ради, пересувні брифінг-майданчики у місцях проведення масових заходів, друковані бюлетені й постійно діюча публічна приймальня. Такий мікс забезпечує доступність інформації для громадян із різним рівнем цифрової грамотності та доступу до ІКТ.

У цифровому сегменті ключове завдання полягає в інтеграції всіх інформаційних ресурсів у єдину систему, що діє за принципом ланцюжка. Так, новина, що з'явилася на сайті, автоматично тиражується в соціальних мережах, а коментар містянина, опублікований під постом у Facebook, надходить до системи зворотного зв'язку та реєструється як офіційне звернення. Завдяки такому підходу усувається дублювання повідомлень і забезпечується прозорий трекінг статусу кожного запиту. Окрема увага приділяється синергії із зовнішніми медіа: пресслужба готує готові інформаційні пакети для телеканалів і регіональної преси, що спрощує обробку даних журналістами та мінімізує ризик перекручень.

Таблиця 2. Комунікаційні канали взаємодії Славутського МВК

Канал	Формат	Цільова аудиторія	Форми зворотного зв'язку
Офіційний вебсайт	Цифровий портал	Усі громадяни	Е-форми петицій, коментарі, онлайн-чат
Соціальні мережі	Facebook, Telegram, YouTube	Молодь, активні користувачі	Коментарі, опитування, прями ефіри
Прес-брифінги	Офлайн / стрім	ЗМІ, громадські організації	Сесія запитань-відповідей
Інформаційні стенди	Друк	Відвідувачі мерії	Телефони «гарячої лінії», QR-коди на ресурси
Публічна приймальня	Очні консультації	Уразливі групи, старші люди	Письмове звернення, усна скарга

Вебсайт установи залишається основним каналом, але, за проведеною нами оцінкою за допомогою ресурсу SimilarWeb у квітні 2025 зафіксовано 2 926 сеансів (на 61,4 % менше ніж у березні). Весь трафік – з України; мобільні користувачі становлять 40,8 %, десктопні – 59,2 %. Позиція в Україні (№ 39 282) свідчить про обмежене охоплення, що частково пояснюється регіональною спрямованістю вебсайту. Але порівняно з іншими регіональними порталами сайт значно відстає за відвідуваністю, що вказує на низьку видимість. Середній час сесії й відсоток відмов свідчать про необхідність оптимізувати структуру й контент. Органічний пошук формує 42,7 % трафіку, прямий – 27 %, реферали – 15,2 %, соцмережі – 5,5 %, платний пошук/display – менше 0,5 %, email – 0,43 %. Отже, необхідно посилити SEO, SMM, партнерські зв'язки та таргетовану рекламу.

Незважаючи на роль сайту як основного ресурсу для отримання інформації, дедалі важливішими стають соціальні мережі (табл. 3): канал у Telegram із 2 472 підписниками станом на кінець травня 2025 року виконує роль оперативного інформатора для мешканців Славутської громади. Контент – короткі анонси, фотозвіти, повідомлення про надзвичайні події й соціальні ініціативи; канал публікує близько 1,7 дописів на добу, що забезпечує безперервний інформаційний потік. Середня кількість реакцій на допис – близько п'яти, тож можна посилити інтерактивність через опитування чи коментарі. YouTube-канал із 1,24 тис. підписників та приблизно 1 600 відео зосереджений на репортажах, культурних акціях, офіційних зверненнях; відео отримують 80 переглядів у середньому, нові ролики виходять 2 – 3 рази на тиждень. Facebook-сторінка має близько 13 тис. фоловерів; контент – текст із ілюстраціями, оголошення про сесії та ініціативи, 4 публікації на день, середня кількість реакцій – 30, що дає простір для розвитку відеоформатів та інтерактивності.

**Таблиця 3. Основні показники активності офіційних сторінок
виконавчого комітету Славутської міської ради в соціальних мережах**

Платформа	Кількість підписників / фоловерів	Частота публікацій	Тип контенту	Середня залученість
Telegram	2 472 підписники	~1,7 дописів на день	Оперативні новини, анонси, фотозвіти	~5 реакцій на допис
YouTube	1,24 К підписники	~2-3 відео на тиждень	Відеорепортажі, офіційні звернення, інтерв'ю	~80 переглядів на відео
Facebook	13 К фоловерів	~1-2 пости на тиждень	Офіційні оголошення, фото / відео, анонси подій	~30 реакцій на пост

Традиційні офлайн-канали, такі як інформаційні стенди в лікарнях і ЦНАПах, виїзні прийоми та «гаряча лінія», залишаються важливими для охоплення старших і маломобільних груп населення, створюючи ефект присутності влади на місцях. Однак сучасні PR-підходи в виконавчому комітеті Славутської міської ради передбачають інтеграцію соціальних мереж (Telegram, Facebook, YouTube) для оперативного інформування та формування іміджу: візуальний контент (інфографіка, фотографії, відеозвернення) сприяє кращому сприйняттю даних, а регулярність публікацій є запорукою довіри. Контент варіюється від інформативних оголошень (повітряні тривоги, результати сесій) до емоційних історій успіху та позитивного піару – баланс фактів, емоцій і показників результативності забезпечує комплексне сприйняття діяльності й утримує зацікавленість різних аудиторій. Критично важливо планувати візуальний контент відповідно до інформаційного календаря, аби уникнути перенасичення аудиторії і забезпечити поступове нарощування уваги. Тематична політика базується на принципі «трьох каналів» – факти, емоції, показники результативності, що дозволяє запобігти надмірному акценту на пропаганді й

формує збалансоване сприйняття діяльності. Такий підхід сприяє підвищенню відкритості та активної участі громади.

Описані вище інструменти та методи реалізуються в межах комунікаційної політики установи. Положення Регламенту виконавчого комітету Славутської міської ради прямо посилаються на Закон України «Про інформацію» [9], зобов'язуючи кожен структурний підрозділ своєчасно формувати й оприлюднювати достовірні дані про свою діяльність – від довідок до аналітичних звітів. Комітет реалізує норму про доступність інформації через централізовану систему інформування: офіційний портал, щоквартальні брошури й інтегровані соціальні мережі. Регламент передбачає покрокову процедуру внутрішнього погодження матеріалів, віддзеркалюючи вимогу закону щодо точності та повноти контенту. Звіти про виконання рішень, фінансові показники та протоколи засідань розміщуються негайно після ухвалення, що свідчить про практичне втілення принципу відкритості, закріпленого статтею 6 базового закону. У сфері реалізації Закону «Про доступ до публічної інформації» [7] виконавчий комітет застосовує дворівневу модель обробки запитів: первинну реєстрацію здійснює головний спеціаліст Управління інформаційного забезпечення, а змістове опрацювання – профільний відділ, що володіє відповідними даними. Такий підхід забезпечує дотримання п'ятиденного строку відповіді й можливість відстежувати кожний запит у внутрішній електронній системі. Крім того, на сайті доступна інтерактивна форма, яка автоматично присвоює ідентифікаційний номер та створює повідомлення-нагадування для відповідального виконавця, мінімізуючи ризик пропуску строків. Обов'язок безоплатно надавати копії документів у межах граничних норм витрат дотримується завдяки регламентній інструкції, що дублює постанову Кабінету Міністрів № 740 [8], уточнюючи норми статті 21 закону [7], – це підтверджує високий рівень процедурної зрілості установи.

Дотримання законів «Про звернення громадян» і «Про адміністративні послуги» проявляється у функціонуванні публічної приймальні та ЦНАПу,

де звернення реєструються незалежно від форми подання – усної, письмової чи електронної. Кожне звернення проходить через журнал контролю й отримує резолюцію керівника з визначенням підрозділу-виконавця та термінів розгляду. У разі потреби громадянам надають роз'яснення щодо остаточного рішення або пропонують додаткову консультацію. Кодекс вимагає публічності стандартів надання послуг, тому комітет оприлюднює паспорти адміністративних процедур, їхню вартість і строки, зменшуючи ймовірність корупційних ризиків і підвищуючи прозорість. Регламент передбачає можливість оскарження рішень через незалежну комісію при міському голові.

Оприлюднення офіційної інформації відбувається за принципом «максимум за замовчуванням»: у відкритому доступі – місячні бюджети, квартальні плани роботи, проекти рішень і детальні кошториси комунальних підприємств. На вебпорталі відкритих даних Славутської міської ради для кожного документа зазначено метадані (дата ухвалення, юридична підстава, стан виконання), а хронологічний архів фіксує всі редакційні зміни, що дозволяє проводити порівняльний аналіз витрат за статтями бюджету й робить управлінські рішення доступними для громадського аудиту. Публічні звіти міського голови і керівників управлінь транслюються на YouTube-каналі, супроводжуються секцією запитань-відповідей, а після трансляції стенограму і презентаційні матеріали додають до електронного архіву, що відповідає європейським стандартам good governance. Регламент установи також зобов'язує керівників підрозділів реагувати на зауваження громадян протягом 30 днів і повідомляти про виконання пропозицій у повторному звіті на наступній сесії міської ради, формуючи замкнений цикл відповідальності. Незважаючи на високий рівень прозорості, аудит відкритих даних виявив прогалини: відсутність машинозчитуваних форматів для деяких аналітичних довідок та нерегулярне оновлення інформації про статус реалізації інвестиційних проєктів, що порушує вимогу оперативного доступу, зафіксовану в статті 14 Закону «Про доступ до публічної інформації» [7].

Зведемо результати проведеної оцінки до таблиці 4.

Таблиця 4. Оцінка відповідності комунікаційної діяльності виконкому Славутської міської ради нормативним вимогам і стандартам прозорості

Критерій	Нормативна база	Поточний стан	Рівень відповідності
Оприлюднення нормативних актів	Закони «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації»	Тексти й редакції доступні, індексовані, архів ведеться	Високий
Реєстр звернень громадян	Закон «Про звернення громадян»	Е-форма, журнал контролю, щомісячна аналітика	Високий
Паспорти адміністративних послуг	Кодекс про адміністративні послуги	Паспорти оновлюються раз на рік, відсутній API-доступ	Середній
Фінансові звіти та бюджети	Бюджетний кодекс, ст. 6 Закону «Про інформацію»	Бюджети публікуються, окремі довідки – лише PDF	Середній
Інвестиційні проекти	Постанови КМУ щодо відкритих даних	Дані публікуються із затримкою, бракує CSV-формату	Низький

Отже, аналіз виявив ряд проблем: надмірна вертикалізація, дублювання інформаційних потоків і слабка кореляція між цифровими сервісами зумовлюють втрату оперативності та дефіцит довіри. Їх вирішення, на нашу думку, вимагає комплексного підходу, який охоплює реструктуризацію інформаційних потоків, делегування повноважень та модернізацію цифрової інфраструктури. Формування горизонтальних груп сприятиме оперативній співпраці між підрозділами й скоротить бюрократичні бар'єри, тоді як передача прав первинного коментування відповідальним управлінням забезпечить достовірність і своєчасність публічних повідомлень. Впровадження єдиного внутрішнього порталу знань та інтегрованих CRM-систем із соціальними мережами підвищить прозорість та можливість

відстеження запитів у реальному часі. Регулярний моніторинг та аналіз показників дозволить виявляти «гарячі» теми й коригувати стратегію у реальному часі. Інтеграція інклюзивних інструментів сприятиме рівному доступу до сервісів для всіх категорій населення. Разом з цим важливо зміцнювати довіру через прозорість і відкритий діалог. З огляду на фінансові обмеження, пріоритет варто надавати заходам із високою віддачею.

Фундаментальною умовою підвищення довіри громади вважаємо якісну взаємодію зі засобами масової інформації, адже саме медіа формують контекст, у якому сприймаються будь-які адміністративні ініціативи. Відповідно, розглянемо способи, як вибудувати системну, послідовну й проактивну медіа-політику, що перетворює пресслужбу виконавчого комітету Славутської міської ради з диспетчерського підрозділу на стратегічний комунікаційний штаб (табл. 5).

На нашу думку, така вибудована системна медіа-політика, яка ґрунтується на чіткому розподілі відповідальності, стратегічному плануванні та партнерських форматах, суттєво підвищить довіру громади до виконавчого комітету. Формування функціональних секцій у пресслужбі, визначення офіційних речників і встановлення прозорих каналів коментування унеможливають суперечливі заяви та сприяють єдиному тону повідомлень. Розробка й реалізація середньострокових PR-планів з контент-календарем забезпечують передбачуваність і послідовність інформування, що відповідає очікуванням різних цільових аудиторій. Спільне виробництво контенту з локальними медіа спрямоване на залучення громадян до процесів прийняття рішень та формування емоційного зв'язку з владою. Налагоджені механізми кризових комунікацій та медіа-аудитів гарантують оперативну реакцію і мінімізацію дезінформації у складних ситуаціях. Важливо також впроваджувати інструменти моніторингу та аналізу ефективності кожного формату, у тому числі шляхом вимірювання охоплення, тональності й залученості аудиторії, які слугують підставою для оперативного коригування тактик і постійного оптимізації ресурсів.

**Таблиця 5. Ключові напрями медіа-комунікаційної політики
виконавчого комітету Славутської міської ради**

Напрямок	Короткий опис	Очікуваний результат
Інституційне посилення пресслужби	Формування функціональної структури (аналітика, виробництво контенту, зовнішні зв'язки), впровадження КРІ	Зростання спроможності пресслужби, підвищення темпу комунікацій
Система речництва та каналів	Визначення рівнів коментування, закріплення посад і медіа-майданчиків, створення матриці відповідальності	Узгодженість публічних заяв, уникнення дублювань і суперечностей
Стратегічне PR-планування	Складання контент-календаря на основі цілей громади, синхронізація з подіями, поділ повідомлень на регулярні, ситуативні й evergreen	Передбачуваність інформаційної політики, зменшення медіа-пауз
Аналітика і реакція на запит суспільства	Медіа-моніторинг, соціологічні опитування, корекція меседжів відповідно до актуального порядку денного	Підвищення релевантності контенту, посилення репутаційного капіталу
Партнерська взаємодія з медіа	Перехід до спільного виробництва контенту, медіа-сніданки, меморандуми про співпрацю, проекти типу «День із управлінням»	Глибша довіра ЗМІ, зростання якості висвітлення, доступ до контексту з боку журналістів
Кризова та ризик-комунікація	Розробка сценаріїв реагування, шаблонів повідомлень, створення антикризової групи, тренінги, медіа-аудити та оперативна аналітика	Зниження шкоди від надзвичайних ситуацій, оперативність, запобігання дезінформації
Гнучке управління репутаційним фоном	Адаптація контенту за принципом «60-30-10», регулярна оцінка ефективності форматів і редакційних партнерств	Стійке інформаційне позиціонування, уникнення негативної інерції у медіа-просторі

З огляду на це, в публічному управлінні важливими сьогодні є маркетингові комунікації органів влади. Незважаючи на те, що «маркетинг і

маркетингові комунікації є категоріями, що традиційно асоціюються з комерційною діяльністю і приватним сектором» [4], все більшої ваги в публічному управлінні набувають саме людські відносини, які чудово вписуються в сучасні концепції маркетингу. Маркетингові комунікації в розрізі публічного управління являють собою процес двостороннього обміну інформацією, який з одного боку реалізується через вплив публічних відомств на визначені аудиторії (громадяни, бізнес, громадські об'єднання), а з іншого – через збір зворотних відгуків щодо реакції цих аудиторій на політичні рішення й управлінські ініціативи. Обидва компоненти мають однакову значущість, а їх поєднання створює умовний фундамент для успішної реалізації маркетингових комунікацій у сфері публічного управління. Ефективними вони вважаються тоді, коли здатні досягти запланованих цілей – підвищити інформованість громадськості, сприяти формуванню довіри до органів влади та стимулювати активну участь у суспільно важливих програмах. Як приклад можна навести систему комунікативних програм у сфері охорони суспільного здоров'я у США [3; 5].

Основний акцент у маркетингових комунікаціях публічного сектору спрямовано на ідентифікацію та задоволення потреб громадян і інших зацікавлених сторін. Щоб коректно виявити ці потреби фахівці, які розробляють та реалізують стратегії комунікації в публічному секторі, потребують актуальних даних про демографічні, соціально-економічні та інституційні характеристики аудиторій. Такі заходи дозволяють забезпечити ефективну взаємодію між учасниками комунікаційного процесу та формувати позитивний образ відомства, програми, проєкту, реформи тощо [5], що в цілому сприяє підвищенню якості публічного управління.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. У результаті проведеного дослідження встановлено, що комунікаційна діяльність виконавчого комітету Славутської міської ради характеризується значним потенціалом для підвищення прозорості та оперативності взаємодії з громадянами. Аналіз існуючих цифрових і традиційних каналів

продемонстрував надмірну вертикалізацію інформаційних потоків, дублювання повідомлень і недостатнє охоплення певних груп населення, зокрема вразливих верств. Нині відзначається відставання офіційного сайту за показниками відвідуваності та низький рівень залученості користувачів у соціальних мережах, що знижує ефективність зворотного зв'язку. Виявлені прогалини в публікації відкритих даних та нестача машинозчитуваних форматів для аналітичних довідок також свідчать про необхідність оновлення інформаційної інфраструктури. Запропоновані інтегровані онлайн-платформи, а також створення горизонтальних груп у рамках структури виконкому спрямовані на оптимізацію внутрішніх процесів і скорочення часу реагування на запити як мінімум на 50 %, що має стати запорукою підвищення довіри громадян і зміцнення позицій органу влади в локальному медіапросторі.

На нашу думку, сьогодні в публічному управлінні варто більше уваги приділяти розбудові маркетингових комунікацій органів влади, акцентуючи увагу на задоволенні потреб зацікавлених сторін, що оцінюється на основі маркетингових показників, досягненні очікуваного впливу на ключові аудиторії та формування позитивного іміджу публічних органів.

Перспективи подальших наукових досліджень насамперед полягають у розробці та апробації уніфікованих критеріїв оцінювання ефективності впроваджених заходів із подальшим аналізом їхнього впливу на рівень громадянської активності. Доцільно дослідити процес адаптації міжнародного досвіду цифровізації державних комунікацій до реалій малих і середніх територіальних громад України – від розробки контент-стратегій до застосування алгоритмів машинного навчання для автоматизованого аналізу запитів. Крім того, потребує уваги вдосконалення методик інтеграції інклюзивних інструментів, що забезпечать рівний доступ до сервісів для людей із обмеженими можливостями та старших громадян. Рекомендовано також впровадити регулярні моніторингові аудити й соціологічні опитування для оцінювання реакції мешканців на нові формати комунікації – це

дозволить у реальному часі коригувати стратегію та забезпечувати сталий розвиток прозорих практик управління.

Література

1. Виконавчий комітет Славутської міської ради. *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/SL.SLAVUTA/about> (дата звернення: 30.05.2025).
2. Виконавчий комітет Славутської міської ради. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCegdh7FIUIbJ9gaqRKCHMRw/videos?view=0&sort=da> (дата звернення: 30.05.2025).
3. Дзюрах Ю., Шинкаренко В. Роль маркетингових комунікацій у публічному секторі в умовах воєнного стану. *Публічне управління та місцеве самоврядування*. 2024. № 1. С. 46-53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2414-4436/2024-1-7>
4. Збираник Ю. В. Теоретичні аспекти планування маркетингових комунікацій у діяльності органів публічного управління. *Теорія та практика державного управління*. 2017. № 3. С. 125-132. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Trpu_2017_3_19
5. Литвинова Л. В., Збираник Ю. В. Теоретичні аспекти розвитку комунікації у органах публічної влади в Україні. *Державне управління: теорія та практика*. 2015. № 2. С. 4-11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Dutp_2015_2_3
6. Офіційний сайт міста Славута. URL: <https://slavuta-mvk.gov.ua> (дата звернення: 30.05.2025).
7. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI : станом на 8 жовт. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>
8. Про затвердження граничних норм витрат на копіювання або друк документів, що надаються за запитом на інформацію : Постанова Каб.

Міністрів України від 13.07.2011 № 740 : станом на 28 січ. 2020 р.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/740-2011-п#Text>

9. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII.

URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

10. Славутська територіальна громада. *Telegram*.

URL: <https://t.me/SlavutaCity> (дата звернення: 30.05.2025).

References

1. Official Facebook page of the Executive Committee of Slavutych City Council (2025), available at: <https://www.facebook.com/SL.SLAVUTA/about> (Accessed 30.05.2025).

2. Official YouTube channel of the Executive Committee of Slavutych City Council (2025), available at: <https://www.youtube.com/channel/UCegdh7FIUIbJ9gaqRKCHMRw/videos?view=0&sort=da> (Accessed 30.05.2025).

3. Dziurakh, Y. and Shynkarenko, V. (2024), “Role of marketing communications in the public sector under martial law”, *Public administration and local government*, vol. 1, pp. 46-53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2414-4436/2024-1-7>.

4. Zbyranyk, Yu. (2017), “Theoretical aspects of marketing communications planning In the activities of public authorities”, *Theory and Practice of Public Administration t*, vol. 3, pp. 125-132. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2017_3_19

5. Lytvynova, L. and Zbyranyk, Y. (2015), “Theoretical aspects of the communication in public authorities in Ukraine”, *Public administration: theory and practice*, vol. 2, pp. 4-11, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Dutp_2015_2_3 (Accessed 30 May 2025).

6. Official website of the Executive Committee of Slavutych City Council (2025), available at: <https://slavuta-mvk.gov.ua>

7. Verkhovna Rada of Ukraine (2011), The law of Ukraine “On access to public information”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (Accessed 30.05.2025).

8. Cabinet of Ministers of Ukraine (2025), Resolution “On approval of maximum norms of costs for copying or printing documents provided upon request for information” available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/740-2011-п#Text> (Accessed 30.05.2025).

9. Verkhovna Rada of Ukraine (2011), The law of Ukraine “On information”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-вр#Text> (Accessed 30.05.2025).

10. Telegram channel of Slavutsk territorial community (2025), available at: <https://t.me/SlavutaCity> (Accessed 30.05.2025).

Стаття надійшла до редакції 18.06.2025 р.