

УРЯДОВІ КОМУНІКАЦІЇ У СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Серветник В. В., аспірант 2 курсу кафедри публічного адміністрування,

Семенець-Орлова І. А., доктор наук з державного управління, доцент,
завідувач кафедри публічного адміністрування,

Міжрегіональна Академія управління персоналом

Роль урядових комунікацій (GR) в демократичному суспільстві знаходиться в постійній залежності від залучення представників органів влади і згуртованості громадянського суспільства. Успішність GR-комунікацій визначає суспільний прогрес, економічне розвиток і рівень дієздатності країни в конкурентній системі міжнародних відносин. Взаємозалежність інститутів один від одного і всеохопний вплив, робить GR- комунікації одним з невід'ємних компонентів стратегічного планування в економіці.

Актуалізація GR для представників влади обумовлена не тільки позитивною динамікою в законодавчій та адміністративній активності уряду, а й тенденцією істотного посилення державного втручання у сфери інтересів різних громадських груп, бізнес-спільнот, галузевих структур і некомерційних асоціацій. Посилення впливу держави на бізнес відзначають не тільки українські практики: велика частина респондентів світового дослідження MGI (McKinsey Global Institute) вважають, що урядові структури вже є ключовими стейкхолдерами або здійснюватимуть максимальний економічний ефект на бізнес протягом найближчих трьох років.

Перспективи розвитку GR, в першу чергу, пов'язані зі скороченням дистанції між владою, комерційним сектором і громадянським суспільством. У даний час етап інституціоналізації українського ринку GR-послуг збігається з відомим історичним максимумом розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, в природу яких закладено скорочення просторово-часових розривів між суб'єктами комунікації. Даний фактор дає підстави вважати, що за допомогою інтернет-сервісів можуть бути забезпечені якісно нові відносини між владою, населенням і бізнесом. Оскільки діалог позначених суб'єктів є важливою складовою сталого розвитку, механізмом узгодження громадських, державних та корпоративних цілей, необхідність осмислення Інтернету як каналу комунікації бізнесу і влади становить актуальність дослідження.

За відносно короткий термін можливості інформаційно-комунікаційних технологій якісно змінили вигляд сучасного світу в його цілісності. Можна сказати, що їх роль останніми роками зросла для бізнес-суб'єктів, для громадян і для уряду в рівній мірі. Так, за даними дослідження компанії Odin MSB Cloud Insights, сукупний обсяг ринку хмарних послуг для малого і середнього бізнесу в Україні за останні два роки виріс в гривневому еквіваленті більш ніж в 4 рази і до 2016 р досяг 4 млрд грн. Флагман галузі підтверджують, що в 2015 році ринок маркетингових комунікацій продемонстрував очікуване загальне

скорочення на 10%. Єдиним сегментом, який продемонстрував позитивну динаміку (+ 15%), стала інтернет-реклама.

Про важливість Інтернету як для бізнесу, так і для держави свідчать цифри, що відображають значне зростання частки даної галузі в українському ВВП. У ситуації стагнації вітчизняної економіки, обумовленої складною геополітичною і макроекономічною обстановкою, Інтернет залишається однією з небагатьох зростаючих галузей економіки: електронна торгівля, платіжні системи, хостинг-індустрія і хмарні послуги зростають щонайменше на 15-20%. При цьому експерти, які взяли участь в дослідженні, відзначають, що «вплив кризи на інтернет-ринки на загальному тлі поки незначно, незважаючи на окремі ситуації скорочення бюджетів і зниження витрат. Очевидно, що так само як в ситуації стабілізації економіки, так і в період її кризи, істотні ресурси можуть бути вкладені в такі соціально-значущі напрямки, як телемедицина та дистанційна освіта, що вже грає взаємовигідну роль для бізнесу та суспільства.

На даний момент значній кількості як комерційних і некомерційних, так і державних структур властива реалізація комунікативних стратегій в інтернет-просторі, звернення до новітніх каналів комунікації, спроба формування і використання принципово нових способів ведення моделей діалогу, інформування та презентації. Підтвердженням цьому, з одного боку, можуть служити програми і стратегії і розроблені по замовленням влади ресурси (наприклад, портал державних послуг), а з іншого боку - увага бізнес-суб'єктів і некомерційних організацій до їх представленості в мережі.

Література:

1. Биков, І. А. GR-комунікації в дзеркалі засобів масової інформації Санкт-Петербурга [Текст] / І. А. Биков // Наукові дослідження та розробки. Сучасна комунікативістика. - 2014. - № 1 (8). - С. 11- 15.

ПІДХОДИ ТА МЕТОДОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ

Снурнікова К. В., студентка 3 курсу Навчально-наукового інституту енергетичної, інформаційної та транспортної інфраструктури

Косенко Н. В., доцент кафедри управління проектами в міському господарстві і будівництві, канд.техн.наук, доцент

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

Не існує ідеальної системи управління проектами, що підходить для кожного з видів проєктів. Також не існує системи, яка б підходила кожному керівнику і була зручна для всіх членів команди. Однак за час існування проєктного управління було створено чимало ефективних підходів, методів і стандартів, які можна взяти на озброєння.