

Засновник і видавець:

Дніпропетровський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління
при Президентіві України

Головний редактор
СЕРЬОГІН С. М.,
д-р наук держ. упр., проф.

Редакційна колегія:
ХОЖИЛО І. І.,
д-р наук держ. упр.,
доц. (заст. голов. ред.)
РУДІК О. М.,
канд. політ. наук, доц. (відп. секретар)
ШАРОВ Ю. П.,
д-р наук держ. упр., проф.

ЛИПОВСЬКА Н. А.,
д-р наук держ. упр., проф.
ГОНЧАРУК Н. Т.,
д-р наук держ. упр., проф.
ВІКТОРОВ В. Г.,
д-р філос. наук, проф.

БОРОДІН Є. І.,
д-р іст. наук, проф.
РЕШЕТНІЧЕНКО А. В.,
д-р філос. наук, проф.
ГЛОТОВ Б. Б.,
д-р філос. наук, проф.

МАМАТОВА Т. В.,
д-р наук держ. упр., доц.
БОБРОВСЬКА О. Ю.,
д-р наук держ. упр., проф.

ПРОКОПЕНКО Л. Л.,
д-р наук держ. упр., проф.
БАКУМЕНКО В. Д.,
д-р наук держ. упр., проф.

ДРЕШПАК В. М.,
д-р наук держ. упр., доц.
КОЛЕСНИКОВ Б. П.,
д-р наук держ. упр., доц.
ОВЧИННИКОВА О. П.,
д-р екон. наук, проф. (Російська Федерація)

ГУГНІН О. М.,
д-р філос. наук, проф. (Республіка Польща)
АНТОНОВА О. В.,
канд. наук держ. упр., доц.
САВОСТЕНКО Т. О.,
канд. екон. наук, доц.

Друкується за рішенням
ученої ради Дніпропетровського
регіонального інституту державного
управління Національної академії
державного управління
при Президентіві України
протокол № 09/161 від 30.09.2013 р.

Періодичність – чотири рази на рік

*Збірник наукових праць «Державне управління
та місцеве самоврядування» згідно з рішенням
Президії ВАК України включений до переліку
наукових фахових видань у галузі науки «Державне
управління» (постанова № 1-05/4 від 14.10.09)*

© Дніпропетровський регіональний інститут
державного управління НАДУ при Президентіві
України, укладання, художнє оформлення,
оригінал-макет, 2013

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

УДК 35:06.051:316.77

Валерій ДРЕШПАК
Національна академія державного управління
при Президентіві України

Дніпропетровський регіональний інститут державного управління

КОМУНІКАТИВНІ ПРОЕКТИ У СФЕРІ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ: ЗМІСТОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ

Формулюється визначення поняття «комунікативний проект». Розкривається організаційний характер комунікативних проектів у сфері публічного адміністрування. Розглядаються можливі організаційні моделі реалізації комунікативних проектів у сфері публічного адміністрування.

Ключові слова: публічне адміністрування, комунікативний проект, управління проектами, комунікативна діяльність, організаційне забезпечення.

Валерій Дрешпак. Коммуникативные проекты в сфере публичного администрирования: содержательные характеристики и организационное обеспечение реализации

Формулируется определение понятия «коммуникативный проект». Раскрывается организационный характер коммуникативных проектов в сфере публичного администрирования. Рассматриваются возможные организационные модели реализации коммуникативных проектов в сфере публичного администрирования.

Ключевые слова: публичное администрирование, коммуникативный проект, управление проектами, коммуникативная деятельность, организационное обеспечение.

Valerii Dreshpak. Communication projects in the field of public administration: content characteristics and organizational support for implementation

The definition of the concept of «communicative project» is formulated. The nature of organizational communication projects in the field of public administration is

© Дрешпак В. М., 2013

discovered. The possible organizational models for the implementation of communication projects in the field of public administration are considered.

Key words: public administration, communicative project, project management, communication activities, organizational support.

Сучасна управлінська практика свідчить про широке впровадження у сфері публічного адміністрування кращих напрацювань, апробованих у бізнес-секторі. Серед них і досвід з управління проектами, що вже активно впроваджується з метою виконання різного роду управлінських завдань, які стоять перед державним управлінням і місцевим самоврядуванням. Комунікативна сутність адміністративної діяльності спонукає нас припустити можливість розгляду такого окремого виду проектів, як комунікативні та позиціонувати їх на потреби публічного адміністрування.

При цьому проблема, на вирішення якої спрямоване це дослідження, полягає в суперечності між постійним зростанням потреб і можливостей щодо застосування проектного підходу до комунікативної діяльності та управління комунікативними проектами у сфері публічного адміністрування, з одного боку, та низьким ступенем концептуальної розробки ряду важливих аспектів з розуміння сутності, а також щодо практики розробки, реалізації та оцінювання таких проектів з урахуванням особливостей управлінської діяльності в публічній сфері – з іншого.

Останнім часом значну увагу питанням застосування проектного підходу в комунікативній діяльності в публічному управлінні серед українських науковців приділяє Н. Драгомирецька [2–4]. Вона розробила методологію проектування комунікативної діяльності в державному управлінні, а також методи побудови комунікативного проекту для вирішення конкретних завдань у місцевому самоврядуванні, дослідила практику реалізації комунікативних проектів на регіональному рівні. Тому наша робота більшою мірою спиралася на напрацювання саме цієї авторки та послідовників її наукової школи. Проте з метою подальшого вивчення можливих шляхів розширення практики використання комунікативних проектів у сфері публічного адміністрування, на наш погляд, поряд із дослідженням суто прикладних аспектів, необхідна деталізація підходів: щодо розуміння суті комунікативних проектів у сфері публічного адміністрування, а також організаційного забезпечення реалізації цих проектів. Тому окреслена нами проблематика є нині актуальною та потребує подальшої розробки як один з окремих напрямів досліджень у теорії та практиці державного управління, що й визначило мету дослідження, основні результати якого викладені в цій статті.

Метою статті є розкриття змістовних характеристик комунікативних проектів у сфері публічного адміністрування та організаційних підходів до їх реалізації.

Насамперед потребує визначення власне сутність комунікативних проектів, а також їх місце в усталеній системі класифікації проектів за видами. Адже термін «комунікативний проект» (в окремих джерелах –

«комунікаційний проект») останнім часом вживається досить часто як загальнорозумілий, тому чітке його визначення не наводиться. Водночас за своєю суттю описувані за допомогою цього терміна проекти дещо відрізняються.

У цілому за змістом проект є тимчасовою діяльністю, що передбачає координоване виконання неповторного комплексу науково-дослідних, проектно-конструкторських, соціально-економічних, організаційно-господарських та інших взаємопов'язаних заходів. Призначенням проекту є створення унікальних продуктів, послуг або результатів. Відмітними ознаками проектів є: разовість, унікальність, тимчасовість, обмеженість ресурсів, одержання певного результату – продукту проекту [9, с. 51]. При цьому треба розуміти, що комунікативна складова є невід'ємною в будь-якому проекті. Управління комунікаціями проекту є одним із дев'яти основних процесів, що відповідає певній предметній області управління проектами як діяльності та галузі знань [9, с. 54]. Таким чином, кожен проект певною мірою є «комунікативним».

З урахуванням цього для комунікативного проекту мають бути виявлені саме ті ознаки, що дозволяють визначити його власне «комунікативні» особливості та відокремити від інших видів проектів. Аналіз описів комунікативних проектів, наведених авторами ряду наукових розвідок, не дозволяє, на наш погляд, такі особливості виявити.

Так, на думку Н. Драгомирецької, проект у комунікативній діяльності в державному управлінні повинен являти собою інтелектуальну модель, реалізація якої на практиці сприяє створенню певної інтелектуальної, емоційної, поведінкової конструкції в одержувача повідомлення [2, с. 24]. В одній зі своїх праць Н. Драгомирецька наводить такі приклади комунікативних проектів: «Молоді про все» (реалізовувався в Херсонській області і був спрямований на привернення уваги молоді та батьків до питань гармонійного, усебічного й активного розвитку, соціальної адаптивності, відповідальності й обізнаності щодо свого фізичного та духовного розвитку, свого життя та життя своєї країни) та «Фестиваль народних майстрів» (реалізовувався в Одеській області і спрямовувався на розвиток культури регіону, збереження національних традицій, розвиток народної творчості, налагодження ефективної взаємодії органів виконавчої влади з інститутами громадянського суспільства, розвиток волонтерського руху, благодійництва та меценатства, а також створення нових робочих місць) [3, с. 107–108].

Розглядаючи комунікаційні проекти в контексті формування корпоративної культури вищого навчального закладу, російська дослідниця Є. Каверіна розуміє такий проект, як стратегічно продуману систему дій, спрямованих на досягнення каскаду корпоративних цілей, а саме: стратегічних цілей (трансляція корпоративного міфу та закріплення традицій, агітація корпоративних цінностей, ініціювання взаємодії з партнерами тощо); мотиваційних цілей (вияв уваги до

внутрішніх аудиторій закладу освіти, підвищення лояльності внутрішніх аудиторій та розвиток поваги до навчального закладу, створення позитивної творчої атмосфери тощо); цілей роботи з командою (формування/згуртування команди, виявлення латентних професійних і особистісних резервів студентів і співробітників) [7, с. 32]. Прикладами таких проектів авторка називає: «Університету вже/ще 205», «Гуру року» (конкурс на кращого викладача), «Герцен-клас» (створення студентської команди для рекламування закладу) та ін.

Таким чином, вказані ознаки є загальними ознаками всіх соціальних (соціокультурних) проектів, мають широке проблемне поле і, на наш погляд, недостатньо виразно підкреслюють особливості комунікативних проектів. Якщо припустити, що основними змістовними складовими в проекті можна визначити: а) мету (задум); б) ресурси (соціальні, фінансові, матеріально-технічні, інформаційні, часові); в) специфічний управлінський інструментарій (методи, техніки, технології управління проектами); г) результати (продукти), то отримуємо основний набір характеристик для віднесення проекту до категорії комунікативних.

По-перше, метою такого проекту є вирішення завдань у сфері комунікацій, що можуть стосуватися змін будь-якого компонента універсальної комунікативної моделі: повідомлення, адресанта, адресата, комунікативного каналу, способів і засобів передачі повідомлення, джерела комунікативних перешкод тощо. Тобто метою комунікативного проекту має бути вплив на певну комунікативну систему чи окремі її елементи (у тому числі й одержувача повідомлення – адресата) для збереження певних їх якостей або набуття нових.

По-друге, ресурси проекту мають бути спрямовані в основному на формування, підтримання та цільове використання комунікативних зв'язків і здійснення комунікативної взаємодії або головним ресурсом цього проекту має розглядатися комунікативний вплив. Тобто, у першому випадку, основними реципієнтами ресурсів цього проекту є певна система, процеси і суб'єкти комунікації, у другому – проект досягає своєї мети переважно за рахунок використання комунікацій як ресурсу. На наш погляд, на практиці ці два аспекти нерозривно пов'язані: спочатку ресурси вкладаються у функціонування певної комунікативної системи, якою продукуються комунікативні впливи, що далі використовуються системою вищого порядку як уже її ресурс (здебільшого його називають інформаційним ресурсом).

По-третє, для реалізації такого проекту має використовуватися переважно комунікативний інструментарій. Тобто в цьому разі пріоритетний вплив, наприклад, мають методи та техніки інформування, переконування, маніпулювання, навіювання, широко застосовуються сучасні інформаційні та комунікаційні технології тощо.

По-четверте, як продукт такого проекту доцільно розглядати комунікативні за своєю природою явища та процеси: нові повідомлення,

інтерпретації, бази даних, комунікативні зв'язки та відносини, канали та засоби комунікацій тощо. Тобто результатом такого проекту будуть цілеспрямовані зміни певних комунікативних систем чи окремих їх елементів або ж збереження їх параметрів у заданому стані.

Таким чином, комунікативний проект являє собою проект, призначенням якого є створення унікальних продуктів, послуг або результатів у сфері комунікацій, завдяки чому відбуваються цілеспрямовані зміни чи зберігаються встановлені параметри певних комунікативних систем або окремих їх елементів, здійснюється комунікативний вплив, на що спрямовується основний обсяг передбачених ресурсів і для чого використовується переважно комунікативний інструментарій. Отже, ми визначатимемо як комунікативний не лише той проект, що за метою чи способом реалізації стосується комунікативної сфери, але й той, який спрямований на формування цієї сфери і цим самим опосередковано впливає на комунікативну діяльність, комунікативні системи, технології тощо.

Водночас слід мати на увазі, що комунікативні проекти можуть бути складовими окремих програм і їх реалізація передбачає досягнення більш масштабної, сформульованої для всієї програми цілі. Але при цьому дані проекти однаково мають свою «спеціалізовану» мету, що стосується комунікативних аспектів цієї програми. Також комунікативні проекти можуть включатися до певних портфелів проектів. У такий спосіб досягатиметься більш ефективне управління цілим комплексом проектів і програм, об'єднаних певними стратегічними цілями.

Запропоноване вище розуміння суті комунікативних проектів дозволяє відповідним чином вписати їх у певну систему класифікації. Найчастіше за основними сферами діяльності, у яких реалізується проект, виокремлюють: технічні, організаційні, економічні, соціальні, змішані проекти. За характером предметної області проектів розрізняють: інвестиційні, інноваційні, науково-дослідні, навчально-освітні, змішані проекти.

Генералізовану класифікацію проектів подає Німецький інститут стандартизації (DIN), за якою розрізняють три види проектів: науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки; організаційні проекти; інвестиційні проекти [10].

Таким чином, у жодній із типологій комунікативні проекти як такі не виокремлювалися. Водночас у прикладних дослідженнях часто комунікативні проекти розглядаються в контексті соціальних [3; 4; 7]. Проте, на нашу думку, комунікативні проекти за сферою діяльності можна найімовірніше віднести до організаційних. Адже комунікація, як і управління, спрямовані на регулювання спільної діяльності окремих осіб, груп, суспільства. У такому сенсі і комунікація, і управління являють собою мету діяльності, зорієнтовану на упорядкування, організацію інших видів діяльності. Це також відповідатиме класифікації DIN, де передбачено клас саме організаційних проектів.

За характером предметної області комунікативні проекти, на наш погляд, однозначно не можна віднести до певної групи. Зокрема, їх можна розглядати як інноваційні (коли це стосується нових комунікативних засобів, технологій тощо), або як науково-дослідні (з урахуванням змісту та мети комунікативних повідомлень і впливів), або навчально-освітні тощо. Наприклад, інноваційний проект зі створення інтернет-сторінки районної газети може первісно розглядатися суто як проект, спрямований на розвиток нових форм комунікацій між владою, бізнесом і громадськістю цього району. Проте проведення за допомогою такого комунікативного інструменту опитувань громадської думки, розміщення на цій сторінці певних просвітницьких матеріалів матиме вже результати науково-дослідного або навчально-освітнього характеру.

Власне таку «предметну універсальність» комунікативних проектів підтверджують і висновки Н. Драгомирецької, І. Васильєвої, Є. Брущенко, які основними робочими процесами цих проектів називають: забезпечення діалогу між владою, бізнесом і громадянським суспільством; виконання спільних проектів інформаційного, аналітично-дослідного, благодійного та соціального спрямування; формування єдиної системи оцінювання та бачення стратегічних напрямів розвитку міста, регіону, держави; впровадження у сферу громадських відносин принципів патріотизму, суспільної моралі та духовності, пропаганди здорового способу життя та загальнолюдських цінностей; забезпечення в регіоні стабільності і громадської злагоди; посилення ролі місцевого самоврядування [4, с. 127]. Тобто, охоплюючи різні предметні сфери, комунікативні проекти здатні виконувати потужну організаційну функцію в суспільстві.

Відтак, розглядаючи комунікативні проекти в контексті категорії організаційних, можемо підкреслити виняткове значення цих проектів у сфері публічного адміністрування. Публічне адміністрування розуміють як технічний бік публічного врядування, що являє собою вид організаційно-розпорядчої діяльності, спрямованої на підготовку та впровадження рішень, управління персоналом, надання послуг населенню [8, с. 489 – 490]. Таким чином, кожен із зазначених елементів публічного адміністрування ґрунтується на комунікації з пріоритетом тих чи інших аспектів. Зокрема, підготовка та впровадження рішень, управління персоналом у своїй основі мають процеси створення та поширення певних повідомлень, адресованих цільовій аудиторії. Таким чином, комунікативні проекти у сфері публічного адміністрування за спрямуванням можуть поділятися на ті, що зорієнтовані на зовнішнє, а також на внутрішнє середовище організацій. Надання послуг (особливо останнім часом) вимагає широкого застосування новітніх інформаційно-комунікаційних технологій і теж може розглядатися як сфера впровадження ряду комунікативних проектів. Наприклад, створення та функціонування інформаційно-ресурсного центру Дніпропетровської області «Відкрита влада» по суті є сукупністю комунікативних проектів,

що своєю стратегічною метою мають саме вдосконалення системи надання послуг жителям області [1].

Комунікативні проекти реалізуються в різних формах. Як приклад комунікативних явищ такого «проектного» типу у сфері публічного адміністрування, що зустрічаються дуже часто, можна назвати комунікативні стратегії органів влади різного рівня, медіа-кампанії, що проводяться з використанням систем засобів масової комунікації тощо.

Так, комунікативні стратегії в цій сфері являють собою тривалі за термінами реалізації та масштабні за обсягом програми, що мають на меті вирішення завдань зі встановлення, підтримання та використання комунікативних каналів для здійснення комунікативної взаємодії з цільовими аудиторіями поза системою публічного адміністрування та безпосередньо в цій системі, а також використання комунікативних засобів для реалізації управлінського впливу. Основним завданням комунікативних стратегій у сфері публічного адміністрування є забезпечення інформаційної підтримки управлінської діяльності органу публічної влади з використанням відповідного комунікативного інструментарію.

Діяльність служб зі зв'язків з громадськістю та засобами масової інформації (ЗМІ) органів публічного адміністрування також може бути розглянута в аспекті організації та здійснення різних за масштабами і тривалістю медіа-кампаній (медіа-проектів). Таким чином, можливо чітко визначити мету, якої треба досягти, раціонально використовувати ресурси, точно окреслювати результат, який у визначений термін можна оцінити за певними критеріями. У цьому контексті медіа-кампанію ми розглядаємо як комунікативний проект, що має пройти етапи: оцінювання ситуації та визначення проблеми; визначення мети та аудиторії; відбір каналів масової комунікації та техніки впливу; планування ресурсів; власне реалізації проекту за допомогою комунікації; оцінювання отриманого результату [6, с. 95 – 100].

Загалом, на думку Н. Драгомирецької, в організації і реалізації комунікативної діяльності проект є таким інструментом, що дає можливість організувати комунікативну діяльність суб'єктів державного управління на новому рівні. Розробка та реалізація цих проектів у комунікативній діяльності, як зауважує науковець, має такі складові: 1) визначення вимог до проекту; 2) підготовка вербальної складової реалізації проекту щодо розробки пакетів інформаційних матеріалів для роз'яснення дій ініціаторів комунікативної діяльності; 3) визначення вимог до текстів; 4) вимоги до ініціаторів комунікативної діяльності; 5) добір команди для реалізації проекту; 6) організація спільної діяльності з ретрансляторами. При цьому проектний вид комунікативної діяльності є одним із найскладніших як в управлінському плані, так і плані практичного впровадження завдань. Він вимагає креативності, працьовитості, гнучкості, уміння взаємодіяти з різними організаціями, уміння приймати нестандартні рішення, уміння знаходити

найменш затратні шляхи вирішення проблеми тощо [2, с. 24 – 26].

Але для широкої інтеграції проектних елементів до структур системи публічного адміністрування, для організаційно-правової регламентації відносин суб'єктів розробки, впровадження та оцінювання комунікативних проектів, фінансового та матеріально-технічного забезпечення цих проектів перш за все потребує принципового вирішення питання організаційної структури управління комунікативними проектами. Зокрема, як довела Н. Драгомирецька, упровадження проектного підходу в комунікативній діяльності в державному управлінні має супроводжуватися структурними змінами в організації. Авторка пропонує для цього відійти від лінійної структури організації і перейти на дворівневу. Остання передбачає такі рівні: 1) формальне адміністрування (включає всі види діяльності, притаманні управлінській діяльності); 2) проектний (включає тимчасові й сталі проектні групи, які можуть бути як штатними працівниками, так і позаштатними). Такі проектні групи повинні мати певні напрями роботи, які пов'язані з комунікативною діяльністю суб'єктів державного управління. З одного боку, вони є складовою структури і знають її особливості та специфіку, а з іншого – їх головне завдання своєчасно та у відведений термін якісно виконати завдання, яке має забезпечити конкретні результати [2, с. 25 – 26].

Свого часу для реалізації нових напрямів державної політики у сфері ЗМІ на рівні регіону ми запропонували таку проектоорієнтовану організаційну модель, як регіональне агентство з медіа-політики. Ця структура розглядалася нами не як традиційний орган управління, а як організація, що підпорядковувалася обласній раді, перебувала у спільній власності територіальних громад, фінансувалася за грантовим принципом з обласного та місцевих бюджетів, упроваджувала прийняту політику з використанням механізмів управління проектами. За формою організації діяльності це мало би бути агентство, яке б фактично діяло за дорученням територіальних громад регіону. За типом адміністрування цю модель можна віднести до змішано-приватних. Така структура може досить швидко інтегруватися до регіональної мережі ЗМІ.

Структурно регіональне агентство з медіа-політики мало би стати вузлом такої мережі, яка б поєднувала державні, комунальні, приватні підприємства й організації сфери ЗМІ, освітньо-наукові, громадські та інші організації, структури, що репрезентують гравців медіа-сфери на рівні як даного регіону, так і вищого та нижчого рівнів. Основними напрямками роботи агентства пропонувалося визначити експертно-аналітичну та проектно-управлінську діяльність. Основні його завдання:

– виконання доручень територіальних громад регіону стосовно вироблення та впровадження регіональної політики у сфері ЗМІ, що забезпечуватиме розвиток територіальних громад зокрема і регіону в цілому та сприятиме впровадженню концептуальних засад державної політики України у сфері ЗМІ;

– розробка та реалізація регіональних і місцевих проектів у контексті впровадження цієї політики;

– взаємна координація діяльності з центральними та регіональними органами державної влади з питань упровадження державної політики України у сфері ЗМІ в регіоні.

Основними сферами діяльності агентства з визначених вище питань мали би стати:

– інформаційне забезпечення громадян, організацій та органів влади (комунікативна політика);

– діяльність засобів масової інформації;

– видавнича справа;

– наукові дослідження в інформаційній галузі;

а також частково споріднені сфери:

– рекламна справа;

– бібліотечна та архівна справи;

– інформаційна безпека [5, с. 158 – 159].

Доречність такого підходу була підтверджена діяльністю комунального підприємства «Інформаційно-аналітичне агентство «Region»» та Інформаційно-аналітичного агентства «Придніпров'я».

Таким чином, за наявності розуміння необхідності застосування проектного підходу до комунікативної діяльності та політичної волі до такого кроку у рамках системи публічного адміністрування можна створити необхідну структуру для управління зазначеними проектами. Щоправда, на етапі втілення цього підходу в життя найчастіше виникають проблеми світоглядного та освітнього характеру. У цьому плані можна погодитися з Н. Драгомирецькою, яка звертає увагу на наявність проблем у сфері розроблення і впровадження комунікативних проектів на регіональному рівні щодо таких питань: використання самої технології проектування, підготовки фахівців до командної роботи, спрямованості на одержання конкретного вагомого результату, усвідомлення відмінностей від традиційних форм роботи [3, с. 105]. Подолання цих основних проблем, на нашу думку, відкриє шлях до більш інтенсивного впровадження комунікативних проектів у сфері публічного адміністрування в Україні.

Отже, ми запропонували більш широкий порівняно з існуючими підхід до розуміння суті комунікативного проекту. Згідно з ним комунікативний проект являє собою проект, призначенням якого є створення унікальних продуктів, послуг або результатів у сфері комунікацій, завдяки чому відбуваються цілеспрямовані зміни чи зберігаються встановлені параметри певних комунікативних систем або окремих їх елементів, здійснюється комунікативний вплив, на що спрямовується основний обсяг передбачених ресурсів і для чого використовується переважно комунікативний інструментарій. Таким чином, враховано характерні особливості мети, ресурсного забезпечення, управлінського інструментарію, результатів таких проектів. Для

реалізації комунікативних проектів у сфері публічного адміністрування в Україні можуть застосовуватися різні організаційні моделі, що не суперечить чинній системі державного управління та місцевого самоврядування, а лише забезпечує можливість реалізації сучасних управлінських підходів для вирішення суспільно значущих проблем.

Подальші дослідження з цієї тематики доцільно зосередити на вивченні підходів до ресурсного забезпечення управління комунікативними проектами у сфері публічного адміністрування України.

Список використаних джерел

1. **Відкрита** влада : Інформаційно-ресурсний центр Дніпропетровської області. – Режим доступу : www.openpower.dp.gov.ua/ODA/OpenPower.html#chap=sitezen&sub=byCategory.

2. **Драгомирецька Н. М.** Комунікативна діяльність в державному управлінні: теоретико-методологічний аспект : автореф. дис. ... д-ра наук з держ. упр. : 25.00.01 / Драгомирецька Наталія Михайлівна ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – К., 2007. – 36 с.

3. **Драгомирецька Н. М.** Комунікативні проекти на регіональному рівні та практика їх реалізації в процесі демократичного врядування / Н. М. Драгомирецька // Теорія та практика державного управління : зб. наук. пр. – Х. : Магістр, 2008. – Вип. 4 (23). – С. 104 – 110.

4. **Драгомирецька Н.** Методи побудови комунікативного проекту створення сильної громади через ЗМІ / Наталія Драгомирецька, Інна Васильєва, Євгенія Брущенко // Вісн. НАДУ. – 2008. – № 4. – С. 125 – 132.

5. **Дрешпак В. М.** Концептуальні чинники формування державної політики України у сфері засобів масової інформації : дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.01 / Дрешпак Валерій Михайлович. – Д., 2005. – 237 с.

6. **Дрешпак В. М.** Прес-служба установи, організації, підприємства : навч. посіб. / В. М. Дрешпак. – Д. : Журфонд, 2006. – 124 с.

7. **Каверина Е. А.** Коммуникационные проекты и специальные события как технологии развития корпоративной культуры вуза (на примере организации коммуникационных проектов РГПУ им. А. И. Герцена) / Е. А. Каверина // Инновации в образовании : вестн. Нижегородского ун-та им. Н. И. Лобачевского. – 2009. – № 5. – С. 31 – 37.

8. **Колодій А. Ф.** Публічне врядування і публічне адміністрування / Колодій А. Ф. // Енциклопедія державного управління : у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України ; наук.-ред. колегія : Ю. В. Ковбасюк (голова) [та ін.]. – Т. 8 : Публічне врядування / наук.-ред. колегія: В. С. Загорський (співголова), С. О. Телешун (співголова) [та ін.]. – Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2011. – С. 488 – 491.

9. **Управління** змінами в публічному адмініструванні / Шаров Ю. П., Чикаренко І. А., Маматова Т. В. [та ін.] ; за наук. ред. Ю. П. Шарова. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2011. – 144 с.

10. **Projektmanagement** – Netzplantechnik; Beschreibungen und Begriffe : DIN 69900:2009-01(D). – Berlin : Deutsches Institut für Normung e. V., 2009. – Режим доступу : www.nqsz.din.de.

Надійшла до редакції 06.06.13

УДК 35

Борис КОЛЕСНИКОВ, Оксана САЄНКО
Донецький державний університет управління

СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ «ЦІЛЕПОКЛАДАННЯ», «ПЛАНУВАННЯ» І «ПРОГНОЗУВАННЯ» В ДЕРЖАВНОМУ УПРАВЛІННІ

Аналізується співвідношення понять цілепокладання, планування і прогнозування в державному управлінні. Наводяться основні варіанти окреслення їх змісту. Обґрунтовується необхідність введення в теорію державного управління поняття «антиципація».

Ключові слова: державне управління, планування, прогнозування, цілепокладання, антиципація.

Борис Колесников, Оксана Саенко. Соотношение понятий «целеполагание», «планирование» и «прогнозирование» в государственном управлении

Анализируется соотношение понятий целеполагания, планирования и прогнозирования в государственном управлении. Представляются основные варианты определения их содержания. Обосновывается необходимость введения в теорию государственного управления понятия «антиципация».

Ключевые слова: государственное управление, планирование, прогнозирование, целеполагание, антиципация.

Borys Kolesnikov, Oksana Saenko. Value concepts «goal-setting», «planning» and «forecasting» in public administration

The correlation between goal-setting, planning and forecasting in public administration are analyzed. The basic outline versions of their content are given. The necessity of introduction to the theory of public administration a concept of «anticipation» is substantiated.

Key words: public administration, planning, forecasting, goal setting, anticipation.

Важливість функції цілепокладання в державному управлінні добре усвідомлюється сьогодні і науковцями, і практиками. Більше того, державна служба як соціальний інститут покликана забезпечити практичну реалізацію цілей держави. Сама ж місія державного управління полягає в пізнанні громадських потреб та інтересів, їх рефлексії і структуризації з наступним визначенням цілей держави, що відповідають інтересам народу й розробки планів їх практичного виконання. Однак досягнення зазначеної місії є справою непростюю і ті складності і навіть кризові явища, які мають місце в системі публічної служби сучасної України, є багато в чому кризою цілепокладання та цілездійснення. Ефективність формування державних цілей і планів значною мірою залежить від того, на якій прогностичній базі щодо тенденцій розвитку суспільства та окремих його сфер ґрунтується цілепокладання та прийняття програмно-цілевих рішень, наслідки яких, у свою чергу, повинні також прогнозуватися. У цьому контексті слід зазначити, що прогнозування повинно бути і перед

© Колесніков Б. П., Саєнко О. В., 2013