

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 281 «Публічне управління та адміністрування»

Допускається до захисту
Завідувач кафедри публічного управління,
адміністрування та міжнародної економіки
назва кафедри
професор Сокольська Т.В.

підпис, вчене звання, прізвище, ініціали
« 20 » *листопада* 2023 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
УДОСКОНАЛЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК ЕЛЕМЕНТ
ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ
(за матеріалами КП «Київський метрополітен»)

Виконав(ла): Мирончук Євген Вячеславович *МВ*
прізвище, ім'я, по батькові *підпис*

Керівник: доцент Панасюк Вікторія Іллівна *ВІ*
вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові *підпис*

Рецензент: доцент Гаврик Олеся Юріївна *ОГ*
вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові *підпис*

Я, Мирончук Євген Вячеславович, засвідчую, що кваліфікаційну роботу виконано з дотриманням принципів академічної доброчесності.

РЕФЕРАТ

Миرونчук Євген Вячеславович «Удосконалення зв'язків з громадськістю як елемент формування позитивного іміджу організації» (за матеріалами КП «Київський метрополітен»)

У роботі досліджено, що реалізація політики зв'язків з громадськістю є об'єктом впливу на імідж організації. Метою роботи є розкриття особливостей зв'язків з громадськістю в організаціях транспортної інфраструктури, а також визначення механізмів реалізації зв'язків з громадськістю у соціальних мережах та перспектив розвитку каналів комунікації.

Виявлено проблему у реалізації зв'язків з громадськістю комунального підприємства «Київський метрополітен». Як засіб впливу, зв'язки з громадськістю становлять інструмент, успішна реалізація якого є важливим аспектом у формуванні іміджу організації. Крім того, вони є важливими не тільки для клієнтів, а й для працівників.

Практична значущість результатів дослідження полягає у припущенні, що ефективність зв'язків з громадськістю у сфері організацій транспортної інфраструктури в подальшому залежатиме від того чи збережеться сьогоdnішній вектор орієнтації на соціальні мережі і як його похідна розвиток інформаційного простору, особливо в сегменті спілкування з клієнтами.

Розроблено рекомендації щодо формування системи зв'язків з громадськістю комунального підприємства «Київський метрополітен», що є основою інноваційного розвитку організації та формуванні дієвих механізмів реалізації зв'язків з громадськістю у соціальних мережах, як інструменту впливу, успішна реалізація якого є важливим аспектом у формуванні іміджу організації.

Кваліфікаційна робота магістра містить 77 сторінок, 27 рисунків, 6 таблиць, список використаних джерел із 60 найменувань.

Ключові слова: зв'язки з громадськістю, органи транспортної, інфраструктури, імідж, соціальні мережі, метрополітен.

ANNOTATION

Yevhen Myronchuk "Improving public relations as an element of forming a positive image of the organization" (based on the materials of ME "Kyiv Metropoliten")

The paper investigates that the implementation of the public relations policy is an object of influence on the image of the organization. The purpose of the work is to reveal the specifics of public relations in transport infrastructure organizations, as well as to determine the mechanisms for implementing public relations in social networks and prospects for the development of communication channels.

A problem was identified in the implementation of relations with the public of the municipal enterprise "Kyiv Metropoliten". As a means of influence, public relations is a tool whose successful implementation is an important aspect in shaping an organization's image. In addition, they are important not only for customers, but also for employees.

The practical significance of the research results lies in the assumption that the effectiveness of public relations in the field of transport infrastructure organizations in the future will depend on whether the current vector of orientation to social networks and as its derivative the development of the information space, especially in the segment of communication with customers, will be preserved.

Recommendations have been developed for the formation of the public relations system of the municipal enterprise "Kyiv Metropoliten", which is the basis of innovative development of the organization and the formation of effective mechanisms for the implementation of relations with the public in social networks, as a tool of influence, the successful implementation of which is an important aspect in image formation organizations.

The master's thesis contains 77 pages, 27 figures, 6 tables, a list of used sources of 60 items.

Keywords: public relations, transport and infrastructure bodies, image, social networks, metro.

ЗМІСТ

РЕФЕРАТ.....	5
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ.....	8
1.1. Сутність зв'язків з громадськістю як засобу інформаційного забезпечення організації.....	8
1.2. Форми та методи організації зв'язків із громадськістю.....	14
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	21
2.1. Вітчизняний та закордонний досвід організації зв'язків з громадськістю.....	21
2.2. Аналіз діяльності служби зв'язків з громадськістю КП "Київський метрополітен".....	31
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК ЕЛЕМЕНТУ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КП «КИЇВСЬКИЙ МЕТРОПОЛІТЕН».....	43
3.1. Напрями підвищення ефективності використання соціальних мереж як елементу формування позитивного іміджу КП «Київський метрополітен».....	43
3.2. Розробка системи удосконалення процесу комунікації з громадськістю КП "Київський метрополітен".....	51
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТКИ.....	69

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Айдентика: навіщо бренду візуальне «обличчя» і як його створити. *SendPulse* URL: <https://sendpulse.ua/blog/creating-a-brand-identity> (дата звернення: 10.10.2023).
2. Барна Н.В. Іміджелогія: навч. посіб. для дистанційного навчання. Київ: Університет «Україна», 2007. 217 с.
3. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз) в економічній діяльності. КНЕУ, 2005. 275 с.
4. Бернет Дж., Моріарті С. Маркетингові комунікації: інтегрований підхід.
5. Вайбер сторінка АТУ
URL: <https://invite.viber.com/?g2=AQBgIvwsDq4L5U7SXvbbSQcgC4lJvY5zb3McD5sPCCqIFzIgrzf8k%2FeJoaKwJp7e&lang=uk>. (дата звернення 15.11.2023).
6. Дорош Л., Копей Ю. Особливості залучення соціальних мереж у діяльність органів державної влади (на прикладі США та України). *Політичні науки*. URL: <http://surl.li/ecyme> (дата звернення 12.10.2023).
7. Інстаграм сторінка АТУ. URL: <https://www.instagram.com/ukrainianrailways> (дата звернення 15.11.2023).
8. Інстаграм сторінка DBK. URL: <https://www.instagram.com/deutschebahn/> (дата звернення 15.11.2023).
9. Інстаграм сторінка КПКМ. URL: <https://www.instagram.com/kyivmetrogram/> (дата звернення 18.10.2023).
10. Інстаграм-сторінка TFL. URL: <https://www.instagram.com/transportforlondon> (дата звернення 15.11.2023).
11. Коротич О.Б. Комунікативна діяльність персоналу органів публічного управління. *Публічне управління XXI століття: синтез науки та практики: зб. тез XIX Міжнар. наук. конгрес. ХарPI НАДУ «Магістр», 2019. С. 23–25.*
12. Кроспостинг. *Словотвір*. URL: <https://slovotvir.org.ua/words/krospostynh>.
13. Масловська І. І. Зв'язки з громадськістю органів державного управління як інструмент формування позитивного іміджу влади. *МЦНІД*, 2022. С. 6–8.
14. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа URL: <https://cedem.org.ua/news/informatsiya-v-sotsmerezah/> (дата звернення 19.11.2023).
15. Пахнін М. Правові форми взаємодії між органами публічного управління та засобами масової комунікації. *Підприємництво, господарство і право*. № 6. 2019. С. 178–180.
16. Постанова НКРЕКП "Щодо захисту інформації, яка в умовах воєнного стану може бути віднесена до інформації з обмеженим доступом, у тому числі щодо об'єктів критичної інфраструктури"
URL: <https://www.nerc.gov.ua/acts/shchodo-zahistu-informaciyi-yaka-v-umovah-voyennogo-stanu-mozhe-buti-vidnesena-do-informaciyi-z-obmezhenim-dostupom-u-tomu-chisli-shchodo-obyektiv-kritichnoyi-infrastrukturi> (дата звернення 21.11.2023).
17. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз: навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 327 с.
18. О.В. Бабкіна, В.В. Басалюков, В.М. Бебик. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування. МАУП, 2003. 307 с.
19. Сайт для клієнтів АТУ URL: <https://uz-vezemo.uz.gov.ua/> (дата звернення

14.11.2023).

20. Сайт організації АТУ URL: <https://www.uz.gov.ua/> (дата звернення 14.11.2023)

21. Сайт DBK URL: <https://www.deutschebahn.com/de> (дата звернення 15.11.2023).

22. Сайт КПКМ URL: <http://www.metro.kyiv.ua/> (дата звернення 11.11.2023).

23. Сторінка TFL на Linktree URL: <https://linktr.ee/transportforlondon> (дата звернення 16.11.2023).

24. Твіттер сторінка АТУ URL: <https://twitter.com/Ukrzaliznytsia> (дата звернення 11.11.2023).

25. Твіттер сторінка DBK URL: https://twitter.com/DB_Presse (дата звернення 11.11.2023).

26. Твіттер сторінка КПКМ URL: <https://twitter.com/kyivmetroalerts> (дата звернення 11.11.2023).

27. Телеграм канал АТУ URL: <https://t.me/UkrzalInfo> (дата звернення 16.11.2023).

28. Телеграм канал КПКМ URL: <https://t.me/Metroб> (дата звернення 11.11.2023).

29. Тікток сторінка DBK URL: <https://www.tiktok.com/@deutschebahn> (дата звернення 16.11.2023).

30. Толкачов І. Виникнення та становлення прес-служб органів державної влади як основного інструменту здійснення державницького PR. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Політологія, соціологія, філософія*. Вип. 11. Ужгород: Говерла, 2009.

31. Ютуб сторінка DBK

URL: <https://www.youtube.com/user/DeutscheBahnKonzern> (дата звернення 11.11.2023).

32. Фейсбук-сторінка АТУ URL: <https://www.facebook.com/Ukrzaliznytsia> (дата звернення 16.11.2023).

33. Фейсбук сторінка DBK URL: <https://www.facebook.com/deutschebahn/> (дата звернення 11.11.2023).

34. Фейсбук сторінка КПКМ URL: <https://www.facebook.com/kyivmetro> (дата звернення 01.11.2023).

35. Філіна О. В. Визначення показників ефективності використання соціальних мереж підприємствами. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_4/31_70_4_2/6.pdf (дата звернення 19.10.2023).

36. Цільовий маркетинг. *Вікіпедія*. URL: <http://surl.li/eejz> (дата звернення 27.10.2023).

37. Чат-бот "Ukrzaliznytsia". URL: https://t.me/Ukrzaliznytsia_Tickets_Bot (дата звернення 02.11.2023).

38. Що таке PR і як це працює? *ParaSchool*. URL: <https://para.school/blog/marketing/pr-kak-eto-rabotaet#7> (дата звернення 16.10.2023).

39. Що таке чат-бот? *SendPulse*. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/chatbot> (дата звернення 01.11.2023).

40. Global Digital Reports 2023. URL: <https://kepios.com/reports> (date of access: 09.11.2023).
41. Public Relations (PR) Meaning, Types, and Practical Examples. *Investopedia*. URL: <https://www.investopedia.com/terms/p/public-relations-pr.asp> (date of access: 05.11.2023).
42. Public Relations. *Merriam-Webster*. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/public%20relations> (date of access: 08.11.2023).
43. What Is Public Relations? PR Functions, Types, & Examples. *Feedough*. URL: <https://www.feedough.com/what-is-public-relations-pr-functions-types-examples/> (date of access: 11.11.2023).
44. Березенко В.В. Перший етап активізації розвитку наукового знання про публік рилейшнз в Україні (1991-1996 рр.) *Поліграфія і видавнича справа*. 2014. № 3. С. 68-72.
45. Березенко В.В. PR в Україні наукове осмислення феномену: монографія. Київ: Академія Української преси; Центр Вільної Преси, 2013. С. 170-192.
46. Петрик В.М., Присяжнюк М.М., Компанцева Л.Ф. Сугестивні технології маніпулятивного впливу. Навчальний посібник 2-ге вид. Київ: ЗАТ ВІПОЛ, 2011. 248 с.
47. Романовський О.Г., Серета Н.В., Воробйова Є. В. Основи публік рилейшнз: навчально-методичний посібник. Харків: НТУ «ХПІ», 2015.
48. Ступницький О.І. Особливості використання інструментарію PR для стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності. *Актуальні проблеми економіки*, 2009. № 9(99). С. 77-85.
49. Демида І. Взаємовідносини держави та громадського суспільства в зарубіжних країнах: досвід для України. *Забезпечення конструктивного діалогу між владою та суспільством: матеріали наук.-практ. конф.* Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2016. С. 53–73.
50. Дяченко М.І., Коваленко Г.О. Взаємодія органів місцевого самоврядування та органів державної влади з громадськістю регіону. Державне управління: удосконалення та розвиток, 2018. № 3. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/37.pdf (дата звернення 04.11.2021).
51. Кравченкова Г. М. Публік рилейшнз як соціальний інститут. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2013. № 58. С.22.
52. Купріянов Д.В. Удосконалення зв'язків органів державного управління та місцевого самоврядування з громадськістю. *Розвиток форм і методів сучасного менеджменту в умовах глобалізації: Матеріали 9-ї Наук.- практ. Інтернет-конф.* Дніпро: Поліграфічний відділ ДДАЕУ, 2021. С. 62–63.
53. Купріянов Д.В. Взаємодія з громадськістю – основа ефективного публічного управління. *Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи: матеріали XII Міжнарод. Науково-практичної інтернет-конференції 28-29 жовтня 2021р.* Дніпро: Видавничо-поліграфічний центр «Гарант СВ», 2021. С. 95–118.
54. Непоп Л. Політика Європейського союзу щодо розвитку громадянського суспільства. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України*. Київ, 2014. Випуск 2(70). 254 с.
55. Павлюк К., Іголкін І. Особливості соціо-структурних взаємодій громадянського суспільства і держави в країнах західної Європи. *Збірник*

наукових праць Національного університету державної податкової служби України. Ірпінь, 2011. Вип. 1. С. 418–428.

56. Самойленко Т.Г. Механізми реалізації зв'язків із громадськістю в публічному управлінні. *Публічне управління та адміністрування в Україні*. 2019. Вип.4. С.67–71.

57. Саппа М. М. До питання про становлення і розвиток паблік рилейшнз в Україні. *Український соціум*. 2006. № 6 (17). 55 С.

58. Форми та методи залучення громадськості: навчальний посібник. *Інститут громадянського суспільства/ за ред. В.Артеменка*. Київ: ІКЦ «Леста», 2007. 248 С.

59. Халецький А. Зарубіжний досвід сприяння розвитку громадянського суспільства. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2012. Вип. 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2012_11_12 (дата звернення: 15.10.2023).

60. Шумляєва І. Розвиток взаємовідносин органів публічної влади та громадян в умовах формування правової держави. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2019, Вип. 2(41). С. 157–165.