

Є. М. Павленко, аспірант кафедри публічного управління та адміністрування
Університет митної справи та фінансів

ВИКОРИСТАННЯ ОФІЦІЙНОГО ВЕБ-САЙТУ ЯК КОМУНІКАТИВНОГО КАНАЛУ ОРГАНУ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ (НА ПРИКЛАДІ ВЕБ-САЙТУ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ)

Досліджується функціонування веб-сайту Державної фіскальної служби України (ДФСУ) як одного із суб'єктів державної комунікативної політики. У статті обґрунтовано важливість використання органами державної влади можливостей сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для комунікації з різними цільовими аудиторіями. Автором аналізується практика інформаційного наповнення офіційного веб-сайту ДФСУ. Метою статті є розроблення підходу щодо забезпечення належного функціонування веб-сайту, пропонуються конкретні рекомендації щодо вдосконалення використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій під час реалізації комунікативної політики органів ДФСУ.

Показано, що ДФСУ є одним із важливих інститутів демократичної держави. Розглянуто нормативно-правову базу, яка регулює діяльність Департаменту комунікацій як підрозділу, що забезпечує комунікацію ДФСУ з громадськістю. Виявлено чинники, що перешкоджають Департаменту комунікації повною мірою виконувати покладені на нього завдання. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення комунікативної діяльності Державної митної служби України, що утворюється внаслідок реорганізації ДФСУ.

Ключові слова: державна комунікативна політика, веб-сайт, Державна фіскальна служба України, суб'єкти державної політики, публічна комунікація.

Y. M. Pavlenko. Using the official site as a communication public authorities channel (on the example of the public fiscal service of Ukraine)

The functioning of the website of the State Fiscal Service of Ukraine (DFSU) as one of the subjects of the state communicative policy is explored. The article substantiates the importance of the use of modern information and communication technologies by public authorities to ensure information interaction with target audiences. The author analyzes the informational content of the official site of the DFSU. It is shown that DFSU is one of the important institutes of a democratic state. The regulatory framework regulating the activities of the Department of Communications, as a unit that provides communication to the State Social Security Administration with the public, is considered. The content, mechanisms of operation and use of the website of the State fiscal service as one of the subjects of the state communicative policy are analyzed. The analysis of news reports of the website of the SSU for 2018 based on a self-developed author's methodology was analyzed. The section of news on: subjects of information supply, subject-activity of the components of DFSU (customs and tax services) and objectivity - on which target group the information is calculated. The factors, through which the department of communication can not fully fulfill the tasks assigned to it, are revealed. Recommendations for improving the communicative activities of the State Customs Service of Ukraine, which are formed as a result of the reorganization of the DFSU, are developed. It is proposed: to put into practice the monitoring of the use of published on the website publications by target audiences for a specified period and separation of the most popular materials.

The study revealed that the vast majority of materials do not have a specific target audience, and this does not ensure the effective interaction of the public authority with the public, communication is fragmentary, and the approach to news creation is selective and non-systematic. The developed methodology with the corresponding corrections can be used later for the analysis of the content of messages on websites and other public authorities.

Key words: state communicative policy, website, State fiscal service of Ukraine, subjects of state policy, public communication.

© Є. М. Павленко, 2019

Постановка проблеми. Інформаційно-комунікаційні технології сьогодні займають провідне місце в забезпеченні взаємодії різних суб'єктів взаємодії в межах ключових сфер життєдіяльності суспільства. Важливим механізмом у забезпечення відкритості й прозорості діяльності органів влад є використання Інтернету в публічному управлінні. Без вирішення проблем ефективного, широкомасштабного і повсюдного використання інформаційно-комунікаційних технологій, без розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури нині неможливе успішне вирішення пріоритетних завдань органів публічної влади. В Україні, яка впроваджує демократичну модель суспільно-владної взаємодії, прозорість є ключовим фактором. Громадськість повинна знати, чим займаються різні органи публічної влади, в який спосіб і чому приймаються конкретні управлінські рішення. Влада має забезпечувати відповідні структури для здійснення (координації) двосторонньої комунікації з суспільством. Цю функцію в органах державної влади виконують департаменти комунікації чи інші інформаційні служби [1]. Саме вони забезпечують зв'язки з громадськістю, їх можна розглядати як суб'єкт суспільних відносин, який продукує, тиражує і поширює інформацію, необхідну для досягнення цілей органу влади.

Проте реалії сьогодення показують, що динамічне зростання технічної оснащеності органів публічної влади, створення окремих підрозділів, на які покладені комунікативні завдання, не демонструє позитивної динаміки щодо належної поінформованості громадськості, встановлення високого ступеня довіри громадян до органів публічної влади тощо. Як результат – власне інформатизація органів публічної влади поки що не забезпечує підвищення якості публічних комунікацій.

Комунікативна політика органів публічної влади, в тому числі ДФСУ, нині серед іншого здійснюється за допомогою веб-сайту. Недостатня кількість об'єктивної і своєчасної інформації з усіх питань, відсутність єдиної стратегії у здійсненні комунікативних завдань, недостатньо професійна підготовка та подача необхідних текстів, фото і відеоматеріалів не дозволяють досягти поставлених цілей та ефективності комунікативної політики цього органу публічної влади. Тому актуальним є формування системного підходу до висвітлення діяльності органів публічної влади в Україні на основі сучасної методології та чітких критеріїв оцінки ефективності функціонування комунікативних підрозділів органів публічної влади як елементів єдиної управлінської системи, що дозволить створити позитивний імідж, сформувати високий рівень довіри громадськості до органу влади.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасними вітчизняними дослідниками, такими як В. Бебик, С. Бронікова, О. Бухтатий, Н. Грицяк, С. Демченко, Н. Дніпренко, Н. Драгомирецька, В. Дрешпак, Н. Ільченко, О. Крутій, О. Литвиненко, Б. Потятиник, Г. Почепцов, Ю. Работа, О. Радченко, О. Соснін, С. Хаджирадева, С. Чукут, М. Шклярчук, С. Штурхецький та ін., досліджено різні аспекти комунікативної діяльності суб'єктів публічної сфери, комунікативної політики органів публічної влади.

Це дослідження також спирається на результати сучасних наукових розвідок у галузі комунікативістики. Так, ґрунтовне теоретичне дослідження масової комунікації здійснив В. Різун, Є. Драчов розглядає комунікацію як інтегруючий фактор, В. Мазур досліджує комунікації крізь призму взаємодії державних органів влади та громадськості на регіональному рівні, О. Бухтатий, О. Радченко, Г. Головченко дослідили сучасний стан комунікаційних процесів в сучасній Україні. У працях цих та інших учених комплексно розглянуто теоретико-методологічні аспекти комунікативної діяльності в публічному управлінні; основні засади функціонування інформації в суспільстві; особливості розвитку українського медіа-простору; проблеми забезпечення прозорості та відкритості влади в умовах інформатизації суспільства.

Разом із тим безліч аспектів комунікативної діяльності органів публічної влади, насамперед практикоорієнтованих, залишаються недостатньо висвітленими, потребують подальшого

вивчення і поглиблення у зв'язку з викликами сьогодення, зокрема в умовах трансформації інформаційного простору та реформування системи публічного управління.

Актуальність даного дослідження полягає у виявленні чинників, які унеможливають нормальне функціонування офіційного веб-сайту як комунікативного каналу органу публічної влади на прикладі веб-сайту Державної фіскальної служби України як суб'єкта державної комунікативної політики, та визначенні шляхів подолання чи попередження проблем у цій сфері діяльності.

Метою статті є розроблення підходу щодо забезпечення належного функціонування веб-сайту як комунікативного каналу органу публічної влади на прикладі ДФСУ та конкретних рекомендацій з удосконалення використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у діяльності органів ДФСУ під час реалізації її комунікативної політики.

Виклад основного матеріалу. Здійснення державної комунікативної політики як певної цілеспрямованої діяльності у сфері інформаційних обмінів повідомленнями, що стосуються значущих аспектів життя держави та суспільства, в системі державної влади й управління та поза нею великою мірою залежить від якостей її суб'єктів. Механізм забезпечення відкритості й прозорості діяльності органів влади з використанням можливостей мережі Інтернет було визначено ще Постановою Кабінету Міністрів України «Про заходи щодо забезпечення відкритості в діяльності органів державної влади», де передбачалася обов'язковість ведення органами державної влади та органами місцевого самоврядування веб-сторінок та оперативного розміщення на них офіційної інформації про діяльність відповідних органів, виконання програм, планів, нормативно-правових актів, форм і зразків документів, архівної та іншої інформації, а також необхідність завчасного розміщення на таких веб-сторінках проектів нормативно-правових актів із повідомленням про це засобів масової інформації [2].

Державна фіскальна служба України була створена відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України № 160 від 21 травня 2014 року «Про утворення Державної фіскальної служби» [3, с. 15]. Цією Постановою Державна фіскальна служба була утворена як центральний орган виконавчої влади, діяльність якого спрямовується та координується Кабінетом Міністрів України, шляхом реорганізації Міністерства доходів і зборів, яке було створене раніше. На ДФСУ покладено важливі завдання із забезпечення належного функціонування державного механізму в податковій та митній сферах. Як зазначила С. Попова, побудова громадянського та демократичного суспільства в нашій країні нерозривно пов'язана з підвищенням ефективності діяльності органів державної влади, зокрема державної податкової та митної служби, оскільки від роботи податківців та митників багато в чому залежать умови ведення бізнесу в державі та фінансово-бюджетне забезпечення функціонування всього державного апарату [4, с. 327]. З огляду на наведену думку також додамо, що такі важливі завдання зумовлюють і іншу важливу роль ДФСУ – бути вагомим суб'єктом державної комунікативної політики, оскільки служба зачіпає інтереси багатьох суспільних груп: бізнесу, пересічних громадян, інших органів державної влади, що виконують суміжні функції.

Таким чином, ДФСУ має бути готова до виконання й цього завдання. О. Бухтатий зазначає, що формування і реалізація державної політики у сфері публічних комунікацій потребує вдосконалення механізмів реалізації безпосередньої демократії, а також механізмів взаємодії між громадянським суспільством та органами державної влади, органами місцевого самоврядування в процесі прийняття рішень [5, с. 254]. Отже, за наявності таких викликів у ДФСУ одразу після створення слід було налагодити постійну роботу в зазначеній сфері, зокрема сформувавши та забезпечити належне функціонування відповідного структурного підрозділу.

Питання функціонування структурних підрозділів органів публічної влади, що відповідають за взаємодію із ЗМІ та громадськістю, регулюються в Україні низкою нормативно-

правових актів. Базовим серед них є Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», який визначає інформаційні служби органів державної влади як структурні підрозділи, що виконують інформаційно-аналітичні функції та забезпечують зв'язки із засобами масової інформації (ЗМІ) та громадськістю. У Законі також міститься перелік можливих типів інформаційних служб та їх працівників (інформаційні управління, інформаційно-аналітичні підрозділи, прес-служби, прес-центри, управління і центри громадських зв'язків, прес-бюро, прес-секретарі та прес-аташе) [1].

Під час роботи таких структурних підрозділів із засобами масової інформації, громадськістю виникають певні комунікативні відносини, які своєю чергою визначають структуру відповідного комунікативного простору, а саме конкретні суб'єкт-об'єктні відносини зумовлюють підходи до створення, поширення та використання інформаційних повідомлень, змістом яких є функціонування органів публічної влади, в яких створені ці структурні підрозділи. До суб'єктів комунікативного простору публічного управління В. Дрешпак відносить: органи державного управління та місцевого самоврядування, ділові кола, неполітичні об'єднання громадян (громадські, професійні, творчі організації, релігійні та інші об'єднання громадян), організації політичних партій, групи творців, поширювачів, споживачів інформації (їх організації). Комунікативний простір включає, крім зазначених суб'єктів, окремі повідомлення та їх сукупності, процеси та відносини, що пов'язані з комунікативними обмінами в даній сфері. У тому числі до комунікативного простору певної сфери мають входити суб'єкти і дані з-поза меж цієї сфери діяльності. Адже в комунікативному просторі відбуваються як внутрішні, так і зовнішні комунікації [6]. У контексті теми цієї статті, наприклад, можна сказати, що забезпечення функціонування веб-сайту органу публічної влади може здійснюватися як безпосередньо ним самим, так і сторонньою організацією на умовах аутсорсингу. Або ж: користувачами сайту є не лише громадяни України, але й громадяни інших держав, які перебувають чи планують побувати в Україні, ведуть тут свій бізнес тощо.

Об'єктом нашого дослідження виступає веб-сайт (<http://sfs.gov.ua/>) Державної фіскальної служби України, через який забезпечується доступ громадськості до офіційної інформації в режимі он-лайн на підставі Наказу Наказу ДФС України від 12.11.2014 № 265 «Про функціональні повноваження структурних підрозділів Державної фіскальної служби України» [7]. Згідно із цим документом затверджено основні завдання та функції Департаменту комунікації:

1. Формування інформаційної політики ДФС та її територіальних органів.
2. Забезпечення співпраці та комунікацій із громадськістю та бізнес-спільнотою.
3. Забезпечення інформування громадськості про реалізацію податкової, митної політики та політики у сфері адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування через мережу Інтернет.
4. Організація роз'яснювальної роботи в засобах масової інформації щодо практики застосування законодавства з питань, що належать до компетенції ДФС.
5. Інформування суспільства про показники роботи, напрями та підсумки діяльності ДФСУ.
6. Моніторинг та аналіз інформаційного простору.

Вважаємо за необхідне зробити застереження щодо першого з наведених пунктів. Більш коректно було б вести мову про те, що зазначений структурний підрозділ має здійснювати комунікативну політику, а не інформаційну. Адже інформаційна політика – більш широке поняття, що виходить за межі описаних у згаданому Положенні функцій департаменту ДФСУ.

На веб-порталі ДФСУ розміщена інформація про діяльність даного центрального органу виконавчої влади, його структуру та структуру регіональних підрозділів, надається

можливість ознайомитись із актуальною законодавчою базою, шаблонами документів, а також новини, розділ електронних звернень громадян. На веб-сайті також розміщено набір таких електронних сервісів, як:

- «Електронний кабінет платника податків»;
- «Дані Реєстру платників ПДВ»;
- «Дізнайся більше про свого бізнес-партнера»;
- «Загальнодоступний інформаційно-довідковий ресурс»;
- «Акредитований центр сертифікації ключів»;
- «Антикорупційний сервіс «Пульс»;
- «Електронна звітність»;
- «Анулювання реєстрації платників ПДВ»;
- «Реєстр платників єдиного податку»;
- «Декларування on-line»;
- «Дані про взяття на облік платників податків».

Інформація на сайті здебільшого надається для конкретних цільових груп користувачів: юридичних, фізичних осіб, самозайнятих, великих платників податків. Також на порталі є вичерпна формація про правила перетину кордону громадянами, переміщення товарів тощо. Вона сконцентрована у відповідних блоках. Таким чином, веб-сайт орієнтований на здійснення широкого спектру комунікацій, включно з інформуванням, консультуванням і наданням послуг.

Моніторинг інформаційного наповнення офіційних веб-сайтів органів виконавчої влади здійснюється на виконання Постанови Кабінету Міністрів України від 29.08.2002 № 1302 «Про заходи щодо подальшого забезпечення відкритості у діяльності органів виконавчої влади» [2] та згідно з Порядком проведення Держкомтелерадіо моніторингу інформаційного наповнення офіційних веб-сайтів органів виконавчої влади, затвердженим наказом Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 08.06.2015 № 118 [8].

Метою цього моніторингу є оцінювання рівня інформаційного наповнення офіційних веб-сайтів органів виконавчої влади відповідно до вимог нормативно-правових актів, які регламентують розміщення певних видів інформації на веб-сайтах. Об'єктами моніторингу є: офіційні веб-сайти міністерств, інших центральних органів виконавчої влади, обласних та Київської міської державних адміністрацій. Пошук, класифікація та аналіз інформації на веб-сайтах здійснюється відповідно до переліку параметрів, кожний із яких відображає окремий вид інформації, обов'язковість розміщення якої на веб-сайтах встановлюється законодавством. Рівень інформаційного наповнення кожного веб-сайту оцінюється за такими показниками:

- наявність інформації (Пн), що визначає рівень наявності інформації на веб-сайті;
- якість інформаційного наповнення (Пя), що враховує рівень повноти, актуальності, навігаційної доступності розміщеної на веб-сайті інформації, а також наявність функції пошуку та доступність інформації для сприйняття особами з порушеннями зору та слуху;
- інформаційна прозорість (Пі), що характеризує рівень інформаційної прозорості суб'єкта владних повноважень та розраховується як середнє значення двох попередніх показників;
- динаміка інформаційної прозорості (Пд), що демонструє, чи змінився рівень інформаційної прозорості суб'єкта владних повноважень у звітному періоді в порівнянні з попереднім періодом, та визначається як різниця між значеннями відповідних показників інформаційної прозорості.

Моніторинг інформаційної прозорості офіційних веб-сайтів міністерств, інших центральних органів виконавчої влади міністерств та інших центральних органів виконавчої влади Держкомтелерадіо проводить двічі на рік. Результати моніторингу ДФСУ публікуються на офіційному веб-сайті Держтелерадіо в розділі моніторингів [9].

Ми узагальнили дані моніторингу веб-сайту ДФСУ Держкомтелерадіо за 2017–2018 роки. Головним критерієм моніторингу Держкомтелерадіо є наявність чи відсутність певної інформації, що відповідає тій чи іншій категорії згідно з переліком, передбаченим Постановою Кабінету Міністрів «Про Порядок оприлюднення в мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади» [10]. На нашу думку, такий формальний підхід не дає можливості об'єктивно оцінити контент Інтернет-ресурсів органів публічної влади. Головною метою моніторингу мало б бути вдосконалення інформаційного наповнення веб-сайтів, наближення до максимального забезпечення потреб користувачів, а не лише формальне виконання постанови уряду. Значення показника наявності інформації на веб-сайті ДФСУ протягом 2017–2018 років становить 100%, а якості інформації в середньому – 0,96%, із другого півріччя 2017 року показник інформаційної прозорості залишається незмінним: 99,81%. Показник динаміки інформаційної прозорості за друге півріччя 2017 року і протягом 2018 року залишається незмінним: 0,00%. Із цього аналізу можна зробити висновок, що веб-сайт ДФСУ має високі показники. Проте, на наш погляд, це, передусім, формальні показники, що не дозволяють скласти справжнє уявлення про змістовне наповнення веб-сайту. До того ж, показник якості є доволі суб'єктивним для оцінювання. А наявність протягом тривалого періоду ідентичних оцінок свідчить про значну недосконалість методики такого моніторингу. Щоб подолати прогалину, ми за допомогою самостійно розробленої методики здійснили власне дослідження новинної стрічки веб-сайту ДФСУ за 2018 рік. Аналіз повідомлень проводився за такою схемою (табл. 1).

Аналіз інформаційних повідомлень розділено поквартально з метою дослідження динаміки в тематиці матеріалів, їх суб'єктної та об'єктної спрямованості. Усі дані представлено на трьох діаграмах (рис. 1–3).

Проаналізувавши новинний блок веб-сайту ДФСУ, можна зробити такі загальні висновки. Лідером у тематичному наповненні є оперативна хроніка з показником 455 матеріалів на рік. Окрім повідомлень, які надають інформацію про діяльність податкових та митних підрозділів із виявлення правопорушень (контрабанда, боротьба з корупцією, порушення митного законодавства), до цього розділу ми відносили також повідомлення, які несуть інформацію з позначкою «До уваги!», а також щодо ситуації з перетином кордонів, змінами в роботі підрозділів ДФС, оперативні новини, що стосуються підрозділів митної та податкової служб. Виявлена типовість у подачі такої інформації та одноманітність заголовків, які мають привертати увагу користувачів сайту: «Митники виявили майже 16 тисяч пачок цигарок під котунами», «До уваги платників єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування», «Увага! 16-19 липня рух через Ягодин буде утруднений», «Відбулася чергова ротация співробітників податкової міліції, які проходили службу у складі Операції об'єднаних сил».

Таблиця 1

Аналіз інформаційних повідомлень

1. Тематика повідомлень	2. Суб'єктність повідомлень	3. Об'єктність повідомлень
1.1 Офіційні події	2.1. Стосується ДФС у цілому	3.1. Без явної цільової групи
1.2 Офіційні документи: статистична та аналітична інформація, роз'яснення нормативно-правової бази	2.2 Стосується податкової служби	3.2. Для суб'єктів підприємницької діяльності (юридичних осіб)
1.3 Оперативна хроніка: поточна діяльність податкової та митної служб	2.3 Стосується митної служби	3.3 Для пересічних громадян (фізичних осіб)

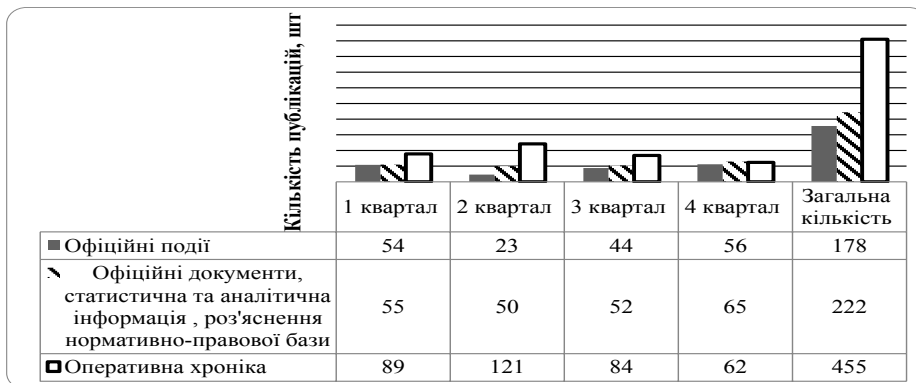


Рисунок 1. Тематика публікацій на веб-сайті ДФСУ у 2018 р.

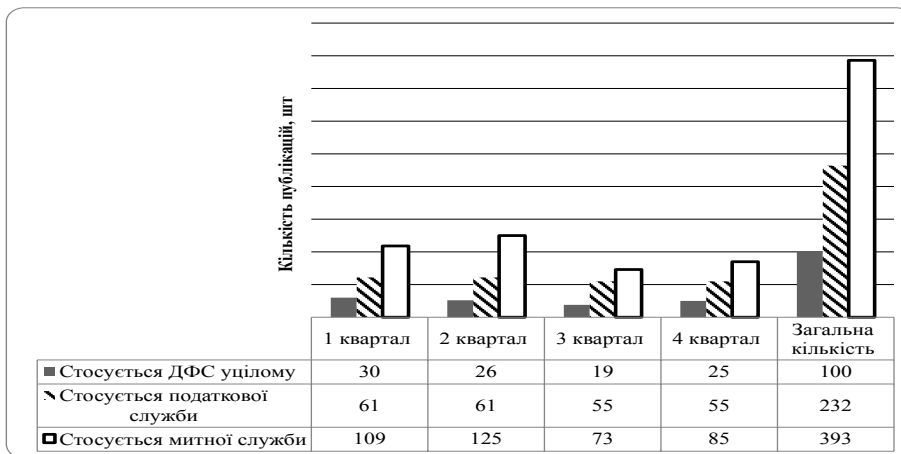


Рисунок 2. Суб'єктність публікацій на веб-сайті ДФСУ у 2018 р.

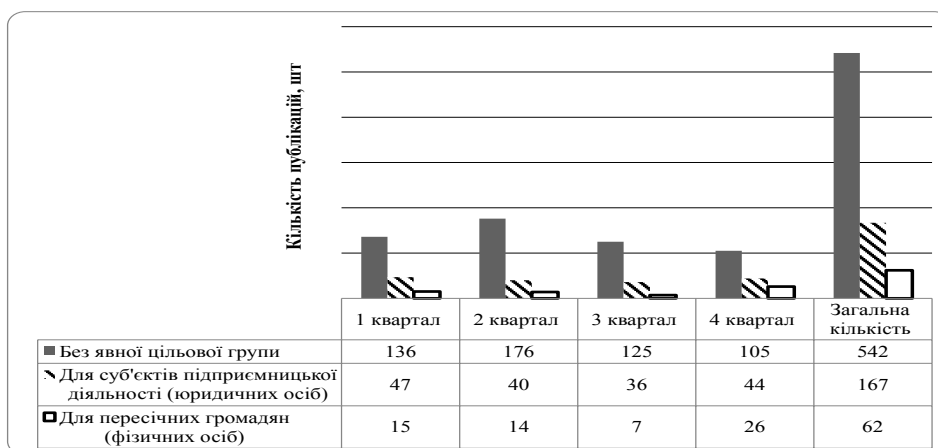


Рисунок 3. Об'єктність публікацій на веб-сайті ДФСУ у 2018 р.

У кількості 222 матеріали до уваги користувачів веб-сайту надавалися: офіційні документи, статистична та аналітична інформація, роз'яснення нормативно-правової бази. Типові заголовки таких повідомлень: «Із 2018 року громадяни мають право на податкову знижку за сплачені освітні послуги дошкільних, шкільних та позашкільних закладів освіти», «Щодо правомірності включення платників до плану-графіку проведення планових перевірок», «Про спрощення процедури участі бізнесу в торгах», «Понад 246,4 тис. автомобілів із іноземною реєстрацією знаходяться на території України незаконно».

За 2018 рік у новинному блоці веб-сайту ДФСУ було оприлюднено 178 матеріалів, які ми віднесли до блоку «Офіційні події». У цих повідомленнях оприлюднені заяви керівництва ДФСУ, інформація (звіти) про офіційні заходи, наради, участь представників ДФСУ в засіданнях тощо. Наприклад, «Олександр Власов: Україна на вірному шляху до податкової цифровізації», «Привітання в.о. Голови ДФС Олександра Власова з Днем захисника України та Днем Українського козацтва», «Із початку року до бюджету надійшло 163,9 млрд. грн. ЄСВ», «У ДФС розповіли представникам Посольства США в Україні про нові підходи з протидії контрабанді». Повідомлення такого типу складно охарактеризувати як такі, що несуть суспільно значущу інформацію, а відповідно, мали відгук у цільових аудиторій і сприяли формуванню позитивного іміджу ДФСУ.

Узагальнюючи, зазначимо, що комунікативний підрозділ ДФСУ у 2018 році використовував офіційний веб-сайт як комунікативний канал не повною мірою. Основним фактором цього, на нашу думку, є старий підхід до висвітлення діяльності органу влади, коли акцент робиться на просуванні фактів власної діяльності (через оперативні та офіційні новини), а безпосередня діалогова комунікація (консультації, роз'яснення нормативно-правових актів тощо) мінімізована. Таким чином, проведений аналіз дозволяє сформулювати низку рекомендацій, які б дозволили поліпшити комунікативну роботу з використанням офіційного веб-сайту в Державній митній службі України, як окремого центрального органу виконавчої влади, що створюється в результаті реорганізації ДФСУ [11].

Координацію діяльності з наповнення веб-сайту Державної митної служби України доречно покласти на створений комунікативний підрозділ, при цьому у всіх структурних підрозділах служби мають бути призначені відповідальні особи за ведення відповідних вкладок (розділів) сайту. Так можна буде досягти належного дотримання стандартів оперативності, достовірності, єдності комунікативної політики органу влади. Відповідно, нагальною є необхідність визначення стандартів, які стосуватимуться наповнення веб-сайту (своєчасність, достовірність, повнота інформації тощо).

Під час підготовки розділу новин не слід допускати явного зловживання (перекоосу) в бік оприлюднення офіційної хроніки, яка працює не в інтересах користувачів веб-сайту, а спрямована виключно на висвітлення діяльності органу публічної влади і не має певної цільової аудиторії. На наш погляд, потрібно вести моніторинг розміщених на веб-сайті публікацій за визначений період та виявляти найбільш популярні матеріали. Це дозволить максимально об'єктивно оцінити результативність комунікації через веб-сайт.

У ході нашого дослідження виявлено, що переважна більшість матеріалів не має певної цільової аудиторії, і це не забезпечує ефективну взаємодію органу державної влади з громадськістю, комунікація є фрагментарною, а підхід до створення новин – несистемним. Тому структурні підрозділи, відповідальні за здійснення публічної комунікації, мають готувати стратегічні плани розвитку офіційних веб-сайтів своїх відомств, які міститимуть алгоритми комунікативних дій та шляхи багаторазового збільшення Інтернет-аудиторії. Для цього необхідно використовувати всі доступні канали зворотного зв'язку. У сукупності зазначене свідчить про необхідність розроблення кожним органом публічної влади власної комунікативної політики, яка б була органічною складовою частиною державної комунікативної політики України.

Ефективність комунікацій також залежить від рівня підготовки фахівців комунікативних підрозділів. Саме тому на етапі добору персоналу до цих підрозділів Державної митної служби України необхідно враховувати рівень освіти, практичний досвід спеціалістів, їх готовність працювати в умовах нового комунікативного простору. Зрештою, метою комунікативної політики Державної митної служби України має бути діяльність, що ґрунтуватиметься на врахуванні зворотного зв'язку з громадянами, сервісного характеру публічної комунікації.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Як засвідчило проведене автором за власною методикою дослідження, рівень подачі інформації на веб-сайті ДФСУ у 2018 р. не відповідав сучасним інформаційним стандартам, хоча за результатами офіційного моніторингу Держтелерадіо даний сайт є достатньо якісним за наповненням. Для належного забезпечення комунікативної діяльності з використанням офіційного веб-сайту орган публічної влади має діяти в рамках власної цілеспрямованої комунікативної політики, яка б враховувала сучасні тенденції та стандарти Інтернет-комунікації та демократичні підходи до роботи з громадськістю. Розроблена методика аналізу змісту інформаційних повідомлень на офіційному веб-сайті органу публічної влади у блоці новин апробована на прикладі веб-порталу ДФСУ і з відповідними корективами може застосовуватися в подальшому також для аналізу змісту повідомлень на веб-сайтах і інших органів публічної влади. Подальші дослідження за спорідненою тематикою доцільно спрямувати на виявлення ключових факторів ефективності комунікативної політики органів публічної влади України в умовах домінування цифрових каналів публічної комунікації.

Список використаних джерел:

1. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації : Закон України від 23.09.1997 № 539/97. *Відомості Верховної Ради України*. № 49. С. 299.
2. Про заходи щодо подальшого забезпечення відкритості у діяльності органів виконавчої влади: Постанова Кабінету Міністрів України від 29.08.2002 № 1302. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1302-2002-%D0%BF>.
3. Про утворення Державної фіскальної служби : Постанова Кабінету Міністрів України від 21.05.2014 № 160. *Офіційний вісник України*. № 46.
4. Попова С. Взаємодія контролюючих органів державної податкової та митної служби з правоохоронними органами. *Вісник Запорізьк. юрид. ін-ту Дніпропетровськ. держ. ун-ту внутр. справ*. 2011. № 4. С. 326–334.
5. Бухтатий О. Публічні комунікації демократичної держави : монографія. Дніпро. Журфонд. 2018. С. 297.
6. Дрешпак В. Публічне адміністрування: теорія та практика : ел. наук. фахове видання. 2012. Вип. № 2(8). URL : [http://dridu.dp.ua/zbirnik/2012-02\(8\)/12dvmsvo.pdf](http://dridu.dp.ua/zbirnik/2012-02(8)/12dvmsvo.pdf).
7. Про функціональні повноваження структурних підрозділів Державної фіскальної служби України : Наказ ДФС України від 12.11.2014 № 265. URL : <http://sfs.gov.ua/priymalna-gromadyan/dostup-do-publichnoi-inform/naybilsh-zapituvani-dokumenty/72956.html>.
8. Про затвердження Порядку проведення Держкомтелерадіо моніторингу інформаційного наповнення офіційних веб-сайтів органів виконавчої влади : Наказ Державного комітету телебачення і радіомовлення України від 08.06.2015 № 118. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0759-15>.
9. Моніторинг веб-сайтів органів виконавчої влади: Державний комітет телебачення і радіомовлення України: офіційний сайт. URL : http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=112507.

10. Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади : Постанова Кабінету Міністрів України від 04.01.02 № 3. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3-2002-%D0%BF>.

11. Про утворення Державної податкової служби України та Державної митної служби України : Постанова Кабінету Міністрів України від 18.12.2018. № 1200. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-utvorennya-derzhavnoyi-podatkovoyi-sluzhbi-ukrayini-ta-derzhavnoyi-mitnoyi-sluzhbi-ukrayini>.

References:

1. Pro poriadok vysvitlennia diialnosti orhaniv derzhavnoi vlady ta orhaniv mistsevoho samovriaduvannia v Ukraini zasobamy masovoi informatsii : Zakon Ukrainy vid 23.09.1997 № 539/97. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. № 49. S. 299.

2. Pro zakhody shchodo podalshoho zabezpechennia vidkrytosti u diialnosti orhaniv vykonavchoi vlady: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 29.08.2002 № 1302. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1302-2002-%D0%BF>.

3. Pro utvorennia Derzhavnoi fiskalnoi sluzhby : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 21.05.2014 № 160. Ofitsiyni visnyk Ukrainy. № 46.

4. Popova S. Vzaiemodiia kontroliuiuchykh orhaniv derzhavnoi podatkovoi ta mytnoi sluzhby z pravookhoronnymy orhanamy. Visnyk Zaporizk. yuryd. in-tu Dnipropetrovsk. derzh. un-tu vnutr. sprav. 2011. № 4. S. 326–334.

5. Bukhtaty O. Publichni komunikatsii demokratychnoi derzhavy : monohrafiia. Dnipro. Zhurfond. 2018. S. 297.

6. Dreshpak V. Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka : el. nauk. fakhove vydannia. 2012. Vyp. №2(8). URL: [http://dridu.dp.ua/zbirnik/2012-02\(8\)/12dvmsvo.pdf](http://dridu.dp.ua/zbirnik/2012-02(8)/12dvmsvo.pdf).

7. Pro funktsionalni povnovazhennia strukturnykh pidrozdiliv Derzhavnoi fiskalnoi sluzhby Ukrainy: Nakaz DFS Ukrainy vid 12.11.2014 № 265 . URL: <http://sfs.gov.ua/priymalna-gromadyan/dostup-do-publichnoi-inform/naybilsh-zapituvani-dokumenti/72956.html>.

8. Pro zatverdzhennia Poriadku provedennia Derzhkomtelradio monitorynhu informatsiinoho napovnennia ofitsiinykh veb-saitiv orhaniv vykonavchoi vlady : Nakaz Derzhavnoho komitetu telebachennia i radiomovlennia Ukrainy vid 08.06.2015 № 118 . URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0759-15>.

9. Monitorynh veb-saitiv orhaniv vykonavchoi vlady: Derzhavnyi komitet telebachennia i radiomovlennia Ukrainy: ofitsiyni sait. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=112507.

10. Pro Poriadok opryliudnennia u merezhi Internet informatsii pro diialnist orhaniv vykonavchoi vlady : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 04.01.02 № 3. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3-2002-%D0%BF>.

11. Pro utvorennia Derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy ta Derzhavnoi mytnoi sluzhby Ukrainy : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 18.12.2018. № 1200. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-utvorennya-derzhavnoyi-podatkovoyi-sluzhbi-ukrayini-ta-derzhavnoyi-mitnoyi-sluzhbi-ukrayini>.