

розуміти соціальні проблеми та інтереси різних цільових груп громади і розробляти та використовувати ефективні методи і дії задля задоволення інтересів, потреб та запитів суспільства в терміновому порядку. Адже теперішній час вимагає термінових та ефективних рішень.

Органам публічної влади важливо розуміти настрої людей. Усі учасники процесів публічного управління повинні чітко усвідомлювати, що потрібно заохочувати людей до праці, до нормального функціонування та господарювання, адже на часі зараз проблема стану економіки, яка в критичному стані, внаслідок воєнних дій, а також деяких хаотичних дій та панічних настроїв жителів громад. Крім того, важливим аспектом публічного управління воєнного часу є підтримка людей, які були змушені покинути свої домівки і втікати від війни, адже вони зараз в дуже непростому становищі. Багато з них втратили все. Тому згуртована та організована допомога громад є дуже важливою і дає можливість вимушено переміщеним особам повернутися до нормального життя.

У цей надзвичайно складний період внесок кожного є важливим для майбутнього України. Представники корпусу публічної служби мають подбати, щоб робота державних органів залишалася ефективною та була направлена на забезпечення спроможності нашої держави на підтримку її громадян, захисників та захисниць.

#### *Список використаних джерел:*

1. Функціонування місцевого самоврядування під час воєнного стану – законопроект прийнятий за основу. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/14828>
2. Щодо організації роботи державних органів в умовах воєнного стану. URL: <https://nads.gov.ua/news/shchodo-organizaciyi-roboti-derzhavnih-organiv-v-umovah-voyennogo-stanu>

**Василина ЧАЙКІВСЬКА**

аспірантка освітньо-наукової програми

«Менеджмент», ЗУНУ

Науковий керівник – д.е.н., професор, професор кафедри

менеджменту, публічного управління

та персоналу ЗУНУ Григорій МОНАСТИРСЬКИЙ

### **ОБРАЗ КЕРІВНИКА ЯК ЕЛЕМЕНТ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МІСЦЕВОГО ОРГАНУ ВЛАДИ**

Проблема формування позитивного іміджу органів влади є актуальною, оскільки в суспільстві існує необхідність створення структурами місцевої влади та місцевого самоврядування тривалих відносин з громадськістю для підвищення рівня довіри. Нами розглядається вплив образу керівника на формування повноцінного іміджу органу місцевої влади. Адже насамперед образ інститутів влади визначається професійною кваліфікацією її співробітників і, звичайно, керуючого персоналу.

Поняття імідж з давніх-давен переслідує будь-яку сферу діяльності. У наш час створення позитивного способу є невід'ємним елементом життя, а імідж керівника – важливою особистісною та професійною характеристикою. Саме імідж здатний сформувати перше враження про людину як про керівника. Імідж місцевих органів влади має велике значення для політичної структури держави і для громадськості, в тому числі. В умовах сучасного інформаційного розвитку суспільства основною функцією іміджу, що приносить користь публічній структурі, можна вважати комунікативний напрямок. Він визначає ступінь довіри цільової аудиторії та дозволяє оцінювати ефективність професійної діяльності. Якщо ж розглядати імідж з боку впливу на думку аудиторії, то можна сказати, що він регулює її поведінку по відношенню до органів влади, визначає рівень підтримки і, в деяких випадках, формує стратегії реформування та оновлення структури організації.

Саме поняття імідж можна визначити, як цілеспрямовано сформований образ будь-якої особи, явища або предмета, що виділяє певні ціннісні характеристики та покликаний надати емоційно-психологічний вплив на когось із метою популяризації, реклами тощо. Імідж – це спеціально модельоване цілеспрямоване «відбиття відображення», тобто відображення образу, вже

створеного професіоналами на основі деякої реальності. Це віртуальний образ, що включає чотири компоненти, які можна розглядати ще як рівні структури іміджу. Імідж органу місцевої влади – це цілісний образ органу місцевої влади, що міцно зміцнився в масовій свідомості громадськості, який отримує своє відображення внаслідок взаємодії з даними органами.

Якщо говорити про структуру іміджу організації, то можна виділити кілька елементів: імідж засновника або основних керівників організації, створений виходячи з уявлень про його здібності, характер, ціннісні засади та зовнішні характеристики, які видно для всіх оточуючих; імідж співробітників, що відображає фізичні, психічні та соціальні характеристики людини; соціальний імідж організації, який будуватиметься на основі уявлень різних соціальних груп про організацію, про її роль у політичному, економічному, соціальному та культурному житті суспільства; імідж товарів (послуг), що надаються органом організацією своєї аудиторії, до якого входить уявлення про їх основні якості; ділова культура організації, соціально-психологічний клімат, спосіб ставлення працівників до організації, ступінь відчуття комфортності та надійності своєї організації; корпоративна культура організації, що є узагальненням корпоративними цінностями, корпоративною етикою, корпоративною філософією тощо; візуальний імідж організації, який може включати символіку, оформлення приміщень, транспорту; це уявлення про організацію, основою яких є зорові відчуття людини, що фіксують інформацію про інтер'єр та екстер'єр офісів, зовнішній вигляд співробітників, фірмову символіку; бізнес-імідж як показник ділової активності організації. Слід зазначити, що з перерахованих елементів структури іміджу органу місцевої влади більшою мірою підходить імідж керівника та імідж співробітників.

Імідж керівника вважатимуться основним елементом іміджу органу структури місцевої влади. Саме від нього залежить розгляд та прийняття стратегічних рішень, а також сприйняття органу влади в очах громадськості. Тому в ЗМІ найчастіше як представник структури виступає керівник. Так, наприклад, існуючий в масовій думці позиції про корупцію в органах влади можуть протидіяти виступи в ЗМІ керівників структури з промовами, що спростовують те чи інше порушення. Виходячи зі своєї діяльності, керівнику часто доводиться вступати у відносини з різними людьми, співробітниками, представниками інших місцевих органів влади, приймати рішення з основних

питань та спрямовувати роботу органу влади у потрібний напрямок. Усі його дії та висловлювання піддаються оцінці оточуючими. Тому важливо, щоб імідж керівника відповідав усім вимогам та очікуванням громадськості, та був опрацьований з усіх боків. Всі стратегічні програми та схеми з формування позитивного іміджу носять провокаційну та маніпуляційну складову. Усі вони спрямовані створення чи зміна образу світу у власних очах оточуючих, на транслювання і впровадження громадськості власної погляду.

При створенні образу керівника можна брати до уваги різні чинники. Ми пропонуємо три комплекси елементів для створення необхідного іміджу: природні властивості; якості, прищеплені освітою та вихованням; якості, набуті з життєвим та професійним досвідом. Варто зауважити, що деякі особистісні компоненти іміджу дуже важливі, оскільки надають образу більш «народні» відтінки. До природних якостей ми можемо віднести комунікабельність. Від того, наскільки сильно керівник буде готовий вступати в комунікацію з громадськістю, залежить враження про здібності цієї людини виконувати свою професійну діяльність. Адже керівник насамперед є лідером, а лідер має вміння спілкуватися зі своєю аудиторією. Якості, прищеплені освітою та вихованням, ми можемо визначити у цінностях та наборах технологій спілкування. А якості, набуті з життєвим та професійним досвідом, людина може отримувати протягом усього свого життя та кар'єри. У суспільстві імідж органу структури місцевої влади створюється під впливом інформації, отриманої з різних видів засобів масової комунікації. Тож у більшості випадків імідж керівника органу місцевої влади формується за рахунок його виступів у ЗМІ. Манера мови, жестикуляція, міміка, все це може вплинути на думку аудиторії про цю людину. Реакцію на виступи у ЗМІ керівників місцевих органів влади можна проаналізувати через коментарі та відгуки, що залишаються громадськістю..

Для того, щоб імідж керівника був позитивним, відповідав усім очікуванням громадськості і не піддавався впливу стереотипів, необхідно поширювати інформацію про керівника з офіційних джерел, працювати з його промовою та подачею себе, працювати з манерою виступів. Слід пам'ятати, що імідж не зробить з керівника іншої людини, вона буде побудована на всіх існуючих характеристиках особистості. Якщо у керівника поганий характер, проблеми з мовленням – це все утримуватиме імідж від позитивної сторони. Тому керівнику постійно потрібна важка та старанна робота над собою.

**Список використаних джерел:**

1. Шкільняк М., Мельник А., Монастирський Г., Васіна А., Дудкіна О. Удосконалення механізмів публічного управління та адміністрування в контексті реалізації потенціалу децентралізації. *Вісник економіки*. 2021. № 2. С. 193-199.
2. Монастирський Г., Волосюк М. Інституційні дисбаланси моделі управління розвитком території. *Вісник економіки*. 2021. Вип. 4. С. 23–37.
3. Borysova, T., Monastyrskiy, G., Khrupovych, S., & Chaikivska, V. (2022). Marketing communication policy of local authorities as a tool for forming the image of municipal service providers. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2(43), 306–315.

**Ольга ЧИГУР**

здобувачка освітньо-наукової програми «Економіка», ЗУНУ  
Науковий керівник – д.е.н., професор кафедри менеджменту,  
публічного управління та персоналу ЗУНУ Тетяна ЖЕЛЮК

**ЗАРУБІЖНІ МОДЕЛІ РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ: МОЖЛИВОСТІ  
ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ КРАЩИХ ПРАКТИК**

Для національної економіки в розбудові конкурентної моделі ринку медичних послуг важливо імплементувати кращі практики управління сферою охорони здоров'я.

Серед зарубіжних моделей на особливу увагу заслуговують моделі соціально-орієнтованого розвитку та моделі нових індустріальних країн. Желюк Т.Л. при характеристиці зарубіжних моделей виокремлює 10 найкращих національних моделей управління сферою охорони здоров'я:

1. Франція, яка має розгалужену систему страхових фондів та гарантований рівень якісної медичної допомоги.
2. Італія з децентралізованою моделлю управління. Уряд країни лише визначає цілі, на які будуть витрачатися бюджетні кошти, стежить за загальними показниками здоров'я громадян, а також веде переговори з медиками щодо укладення трудових контрактів.
3. Андорра, де сфера охорони здоров'я перебуває під повним контролем держави і задовольняє всі потреби громадян.
4. Мальта, яка приділяє велику увагу якісним показникам медичного обслуговування.
5. Сінгапур, найкращою системою охорони здоров'я в Азії. Цілями

публічної політики в цій сфері є: профілактика здорового способу життя; індивідуальна відповідальність для збереження власного здоров'я й уникнення надмірної залежності від державного піклування; надання якісних та доступних медичних послуг для населення; підвищення якості медичних послуг і ефективності охорони здоров'я; надання субсидій для надання медичних послуг.

6. Великобританія, яка має Національну службу охорони здоров'я, держава повністю оплачує медичну допомогу за виключенням співфінансування ліків, послуг стоматолога і окуліста.

7. Сан-Марино, в якій поєднується безкоштовне отримання базових медичних послуг і приватне медичне страхування, яке гарантує вищий рівень якості лікування.

8. Австрія, країна в якій всі жителі а також туристи мають право на безоплатне надання базових медичних послуг на високому рівні.

9. Японія, в якій створено систему загального обов'язкового державного та приватного медичного страхування.

10. Швейцарія, яка поєднує загальне обов'язкове медичне страхування та ринковий підхід до надання медичних послуг і має найбільшу кількість довгожителів [1].

Характерною особливістю шведської системи охорони здоров'я є те, що на відміну від інших систем медичного забезпечення, що мають централізований характер і організовані як великі національні системи (наприклад, як англійська система медичного забезпечення), система медичного забезпечення в Швеції носить децентралізований характер і покладена на 20 окружних рад – ландстінгів (швед. landsting), а також на органи більш дрібних територіальних утворень – 290 муніципалітетів (швед. kommuner). Ця система медичного забезпечення регулюється законом «Про охорону здоров'я та медичне обслуговування». Всі ці органи відповідають за те, щоб кожен мешканець відповідної області мав вільний доступ до медичного обслуговування [2]. Для України особливо важливим є випровадження розгалуженої системи медичного страхування, яка досить добре представлена у Швеції: страхування на випадок хвороби; стоматологічне страхування; посібник батькам через хворобу дитини.

На особливу увагу заслуговує модель охорони здоров'я ОАЕ, яка стрімко розвивається. За останні роки медичне обслуговування в Об'єднаних Арабських Еміратах виходить на новий рівень і сервіс обслуговування. Для підтримки медичної галузі держава впроваджує спеціальні програми, покликані