

обслуговування населення, оскільки вони спрямовуються на забезпечення основної діяльності закладу охорони здоров'я – надання медичних послуг.

Публічні закупівлі відбуваються відповідно до Річного плану закупівель, у якому попередньо плануються які саме матеріальні ресурси плануються закупляти, їхня вартість та планова дата закупівлі, а також зазначається процедура закупівлі. Відповідно до Закону України «Про публічні закупівлі» можуть використовуватись наступні процедури: «спрощені закупівлі; звіт про укладений договір; відкриті торги; переговорна процедура закупівлі; конкурентний діалог; торги з обмеженою участю» [2].

В умовах воєнного стану у процедуру публічних закупівель лікарських засобів та виробів медичного призначення внесені постановою КМУ «Деякі питання здійснення оборонних та публічних закупівель товарів, робіт і послуг в умовах воєнного стану» від 28.02.2022 № 169 зміни, які визначають, що в умовах воєнного стану публічні закупівлі товарів, робіт і послуг здійснюються без застосування процедур закупівель та спрощених закупівель, що визначені Законом України «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015 № 922-VIII. Замовник – заклад охорони здоров'я при цьому самостійно своїм рішенням (наказом) визначає переліки та обсяги закупівель товарів в умовах воєнного стану, при цьому такі закупівлі не включають до річного плану закупівель.

За результатами проведених закупівель в умовах воєнного стану заклад охорони здоров'я не пізніше ніж через 20 днів з дня припинення воєнного стану в Україні оприлюднює в електронній системі закупівель: звіт про договір про закупівлю, укладений без використання електронної системи закупівель; договір про закупівлю; всі додатки до договору про закупівлю [1].

Підсумовуючи, відмітимо, що на управління матеріальними потоками в закладі охорони здоров'я значний вплив має планування матеріального та ресурсного забезпечення (особливо лікарських засобів та виробів медичного призначення), фінансування та їхнього використання, що забезпечить якість та організаційно-технічний рівень надання медичних послуг.

Список використаних джерел

1. Деякі питання здійснення оборонних та публічних закупівель товарів, робіт і послуг в умовах воєнного стану : Постанова КМУ 28.02.2022 № 169 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/169-2022-%D0%BF#Text>
2. Про публічні закупівлі: Закон України від 25.12.2015 р. № 922-VII, URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19>

3. Сисюк С.В. Прагматика нормативного та організаційно-облікового забезпечення публічних закупівель. *Інноваційна економіка*. 2018. № 7-8 (76). С. 123 – 133
4. Сисюк С. В. Зорій Н.М. Визначення вартості платних медичних послуг та їх облікове забезпечення. *Вісник Запорізького національного університету*. 2010. №2 (6). С. 181 – 186.
5. Ціщик Р.В., Шестерняк М.М. Аналіз використання можливостей парадигми логістики в управлінні закладом охорони здоров'я. *Інфраструктура ринку*. 2020. Випуск 44. С. 131-136

Олег ДОВГАНЮК

здобувач освітньо-професійної програми
«Публічне управління та адміністрування», ЗУНУ
Науковий керівник – к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту, публічного
управління та персоналу ЗУНУ Інна ЧИКАЛО

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ У ДІЯЛЬНОСТІ ТА РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОГО СЕКТОРУ

Метою функціонування сучасної організації у висококонкурентному динамічному середовищі є забезпечення успішного її функціонування. Для цього необхідним є створення позитивного іміджу, налагодження взаємовигідних зв'язків як із іншими суб'єктами економічних відносин, так і з громадськістю. Особливо актуальними проблеми зв'язків з громадськістю є для організацій публічного сектору, в першу чергу органів публічної влади, оскільки саме вони мають забезпечувати конституційне право громадян на інформацію. Саме тут відбувається налагодження контактів влади з цільовими аудиторіями населення, узгодження надання публічних послуг з потребами громадян, здійснення контролю якості цих послуг та оперативне реагування на зміни в інформаційному просторі. По суті, діяльність організацій публічного сектору передбачає прийняття та реалізацію рішень, що базуються на результативності використання сучасних інформаційних і комунікативних технологій.

Водночас зауважимо, що питання зв'язків з громадськістю є одним із базових в Угоді про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, в тексті якої визначено, що взаємодія держави з громадянським суспільством на основі партнерства необхідна для розвитку України як правової, демократичної і соціальної держави [1]. Також у цьому плані, досвід демократичних держав світу

засвідчує, що саме суспільна участь, що передбачає відкритість та прозорість публічного управління підвищує рівень довіри громадськості до публічних інституцій.

З огляду на вагомість цієї проблематики питання зв'язків з громадськістю виступають об'єктом уваги на різних рівнях. В науковій площині, автономізація проблематики зв'язків з громадськістю пов'язана, в першу чергу, з індустріалізацією, та процесами, які вона зумовила. Дефініція «громадська думка» з'явилась вперше в XII ст.9 в Англії, хоча вона як соціальне явище існувала в усі історичні епохи. Згодом, у різних країнах світу проводилися опитування громадської думки та створювались інститути досліджень громадської думки. Зміст цієї дефініції можна трактувати як «...стан масової свідомості, що містить у собі приховане або явне ставлення людей до подій та явищ соціальної дійсності, до діяльності інших соціальних інститутів, груп та окремих осіб» [2]. Зарубіжні вчені, зокрема, Е.Бернайс визначає громадську думку як поняття, що описує ледь вловиму, рухливу та нестійку сукупність індивідуальних суджень [3]. Водночас зауважимо, що громадськість – це всі ті, з ким соціальна організація вступає в контакт як всередині (службовці, співробітники, працівник, акціонери, члени громадських організацій і т.д.), так і за її межами (виборці, платники податків, місцеві жителі, соціальні замовники, партнери, споживачі і т.д.) [4].

Тобто, зв'язки з громадськістю за своє сутністю є взаємодією, що розгортаються в процесі функціонування організації та різноманітних соціальними груп, громадських організацій, контактних (цільових) аудиторій. Встановлення зв'язків з громадськістю як консенсусної комунікації зумовлює потребу для організації – домагатися сприятливого ставлення до себе з боку громадськості за допомогою розповсюдження роз'яснювального матеріалу у своїй діяльності в інтересах громадськості, тоді як для громадськості це передбачає домагатися реалізації права громадськості знати все, що відноситься до суспільної життєдіяльності в межах діяльності соціальної організації.

У фаховій літературі синонімом дефініції «зв'язки з громадськістю» є поняття «паблік рілейшнз» (public relations). При цьому зауважимо, що термін паблік рілейшнз використовується найчастіше для характеристики діяльності, а зв'язки з громадськістю – її кінцевий результат. Крім цього, паблік рілейшнз має на меті отримати результат та здійснити певний вплив на думки, а зв'язки з

громадськістю більше направлені на встановлення діалогу, для чого може використовувати різні засоби для досягнення поставленої мети.

Діяльність зі зв'язків з громадськістю охоплює комплекс дій, спрямованих на поліпшення контактів з громадськістю як всередині, так і за межами організації, на розширення сфери впливу організації та створення сприятливого клімату.

Основною метою зв'язків з громадськістю є досягнення максимальної взаємодії зі «своєю цільовою аудиторією». Роль зв'язків з громадськістю у функціонуванні та розвитку організацій можна звести до наступних позицій: по-перше, що зв'язки з громадськістю забезпечують знаннями обмін інформацією між різними соціальними суб'єктами; по-друге, прогнозування тенденцій розвитку відносин між організацією та громадськістю, змін орієнтацій громадськості, її установок та бажань; по-третє, забезпечення комунікацією громадськість і керівництва організації.

Таким чином, діяльність організацій публічного сектору передбачає постійну комунікацію та взаємодію з цільовими аудиторіями, що є безперервним обміном соціальною інформацією, який здійснюється завдяки наявності комунікативного ланцюга з метою забезпечення ефективного їх функціонування.

Список використаних джерел:

1. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. URL: <https://minjust.gov.ua/m/ugoda-pro-asotsiatsiyu-mij-ukrainoyu-ta-es-5002>
2. ПР в органах державної влади та місцевого самоврядування : Моногр. за заг. ред. В.М. Бебика, С.В. Куніцина. Київ. МАУП, 2003. 235 с.
3. Bernays Ed. Public Relations. Norman: University of Oklahoma Press. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/000271625228300136>.
4. Мелещенко О.К., Чічановський А.А., Шкляр В.І. Інформація, інформаційний. Словник термінів і понять для журналістів і політологів. Київ : Грамота, 2007, 214 с.