

фіксують інформацію про дизайн, символіку та інші носії графічної інформації (реклама).

2. Соціальний імідж: формування у цільових груп уявлень про соціальні цілі та роль медичної установи в економічному, соціальному та культурному житті суспільства.

3. Бізнес-імідж: формування уявлень про суб'єкт ділової активності (ділова репутація, обсяг та різноманітність надання послуг, відносна частка ринку, інноваційність, гнучкість цінової політики тощо) [1].

Кожен елемент структури іміджу, що впливає на уявлення людей повинен бути заповнений самим закладом охорони здоров'я: відсутній елемент, в силу певних стереотипів, масова свідомість заповнює самостійно, створюючи тим самим бар'єр, що важко подолати.

Виділяються такі напрями дослідження іміджу закладу охорони здоров'я:

1. Сформованість іміджу (образу) – корпоративна культура.

2. Оцінка окремих компонентів іміджу (мікро- та макросередовища), тобто дослідження внутрішнього іміджу, соціального іміджу, бізнес-іміджу, іміджу керівника, іміджу персоналу (корпоративний імідж) тощо;

3. Ідентифікація (корпоративна ідентичність, корпоративна культура, корпоративний дизайн тощо);

4. Створення засобів комунікації (корпоративний імідж, корпоративний дизайн) [2, 80].

Першочерговим завданням на шляху створення іміджу закладу охорони здоров'я є необхідність чіткого і чіткого визначення пріоритетності вигляду медичної установи (дружелюбність, толерантність, інноваційність, консервативність тощо). Концепція іміджу потребує суворої диференціації залежно від груп населення. На наступному етапі медична установа ідентифікується, розробляється система комунікаційних засобів: назв, слоганів, символів, логотипів, знаків, кольорів, що виражають індивідуальність закладу, її лідера.

Формування позитивного іміджу закладу охорони здоров'я у сучасних передбачає використання комплексу іміджевих засобів, які умовно можна поділити на чотири основні блоки:

1. Візуальні засоби (оформлення кабінетів, виставок, оголошень тощо).

2. Рекламні засоби (різні види рекламних комунікацій).

3. Піар-заходи (презентації, прес-конференції, робота із засобами масової інформації).

4. Корпоративний стиль (зовнішній образ та характер поведінки на ринку медичних послуг) [3, с. 112].

Використання перерахованих засобів забезпечує донесення до потенційних клієнтів медичних організацій інформації про якість, доступність та ціну послуг, що надаються, про наявність гарантій декларованого рівня обслуговування. Індикатором сформованості позитивного іміджу закладу охорони здоров'я, безперечно, є позитивна громадська думка. Виявлення його основних характеристик за допомогою соціологічних методів стає пріоритетним завданням медичної організації, що прагне врахувати споживчі переваги та скоригувати зміст своєї діяльності [4, с. 30].

Управління іміджем медичного закладу дозволить вирішувати завдання, пов'язані з регулюванням соціальних зв'язків між різними партнерами для досягнення стабільності та створення оптимальних умов при реалізації цілей та місії медичного закладу, залучення уваги до проблем охорони здоров'я та посилення інтеграції суспільства у процесі розвитку закладів охорони здоров'я.

Список використаних джерел:

1. Головні елементи іміджу підприємства. URL: <https://www.kazedu.kz/referat/110557/1>.
2. Friedman E. What's eroding the hospital's image? // Hospitals. 1985. Vol. 59, issue 18. Pp. 76-84.
3. Небилиця О.А. Особливості формування іміджу медичних закладів. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія економічні науки. 2014. Вип. 8. Ч.2. С. 110-113.
4. Ямщиков А.С., Маева Е.И. Теоретические и методологические основы маркетинга медицинских учреждений. *Менеджер здравоохранения*. 2011. № 10. С. 28-35.

Ростислав МАКСИМІВ, Дмитро СПЕКТОР

здобувачі освітньо-професійної програми

«Публічне управління та адміністрування», ЗУНУ

Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ Наталія КОТИС

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ПУБЛІЧНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ КРИЗИ

У будь-якому суспільстві, що самоорганізується, нелінійно розвивається, можливі і навіть неминучі кризи. Ситуацію в Україні, яка сталася останнім часом, можна охарактеризувати як системну глобальну кризу, яка певною мірою

була зумовлена пандемією Covid -19, а згодом спричинена початком воєнного конфлікту та введенням воєнного стану. Системна криза в економіці, енергетиці, реальному секторі та системі соціального захисту вимагає водночас рішучих дій на основі ретельного аналізу наявних проблем, забезпечення послідовності й синхронізації в реалізації реформ, а також оцінювання їх соціальних наслідків. А значить, необхідне управління, здатне не тільки вловлювати ознаки кризи, що настає, але й відповідним чином реагувати на небезпечні виклики нестандартної ситуації. Головне завдання такого управління – створення обстановки, в умовах якої будуть своєчасно виявлені, підтримані і з максимальною користю використані ресурси суспільства, що створюють економічні, соціально-енергетичні та духовно-моральні резерви. Зрозуміло, що таке управління потребує величезних коштів, високого професіоналізму, великої сили волі та особливого таланту.

Одними із найголовніших і найважливіших завдань, які постають і перед державою, і перед громадянською нашою країною сьогодні – подолання системної кризи, а це потребує розробки антикризових технологій, спрямованих на усунення причин кризових явищ у системі державного управління і в суспільстві загалом на основі оптимізації взаємодії між громадянським суспільством, владою та бізнесом, де кожна сторона має свою зону відповідальності.

Термін «криза» (походить від грецького слова «krisis») означає «вирок з якого-небудь питання або рішення в сумнівній ситуації». Також може визначатись «вихід, рішення конфлікту» [1, с. 109].

З позицій системного підходу, «криза» – це вищий ступінь загострення протиріч між складом елементів системи та її структурою, та ступінь, за якого структура перетворюється на гальмо розвитку системи загалом й одночасно виникає можливість стрибка в новий якісний стан шляхом перебудови структури [1].

З погляду діалектико-матеріалістичного розуміння механізму формування соціальних криз, «криза» це така фаза розвитку діалектичного протиріччя в суспільному житті, яка характеризується загостренням суперечностей протилежностей відносно їх самостійності [1].

Антикризове управління є таким типом управління, яке орієнтоване на своєчасне реформування економіки, оцінку, прогноз, діагностику процесів у діяльності підприємства, галузі, регіону, держави. Ускладнення управління як

одна з тенденцій його розвитку передбачає підвищення можливості прогнозувати виникнення кризи і готовності її подолати.

Антикризове управління – постійно організоване спеціальне управління, в основу якого покладена система методів та принципів розробки та реалізації специфічних управлінських рішень, що ухвалюються відокремленим суб'єктом в умовах суттєвих ресурсних та часових обмежень, підвищеного ризику, фінансових та інтелектуальних витрат для відновлення життєздатності та недопущення ліквідації [2]

Держава у співпраці з громадянським суспільством має створити середовище для вільного розвитку підприємництва, стимулювання волонтерства, зміцнення місцевого самоврядування, розвитку культурної й духовної багатоманітності, ведення відкритого і всеохоплюючого громадянського діалогу, спрямованого на національну консолідацію. Тому надзвичайно актуальним є дослідження технологій антикризового управління в публічній сфері та пошук ефективних інструментів антикризового управління.

Для грамотного управління кризою необхідні вичерпна інформація про стан справ у країні та регіонах, сильна політична воля та хороша команда антикризових менеджерів державного масштабу, необхідний відвертий діалог із суспільством. Адже суспільство не лише об'єкт управління, а й активний учасник антикризових дій. Воно не лише відображає дійсність (сприймає, аналізує, запам'ятовує та відповідним чином реагує), а й підказує, бере на себе відповідальність, створює антикризові конкурентні переваги. Відключивши (нейтралізувавши) антикризовий потенціал суспільства, влада заганяє себе в глухий кут, стає «негучкою» і вже лиш тому готує умови для своєї поразки. Тільки разом із народом можна розраховувати на адекватність реагування на численні, часто хаотичні виклики кризи, своєчасно вловлювати небезпечні зміни та вживати відповідних заходів щодо їх стримування [3, с. 86-87].

Таким чином, можемо узагальнити, що особливістю публічної сфери є здатність до колективної дії держави і громадянського суспільства, що заснована на артикуляції загальних інтересів приватних осіб шляхом постійної раціональної дискусії. Роль громадянського суспільства зводиться до того, щоб впливати на владу та на весь процес формування публічної політики, артикулюючи та відстоюючи всю багатоманітність приватних інтересів. І вплив, і суспільний контроль за владою здійснюється задля забезпечення прозорості

діяльності органів влади будь-якого рівня та отримання можливості всіма громадянами публічно і вільно висловлювати власну думку стосовно всіх аспектів їх діяльності. Отже, публічна сфера розглядається як простір, відкритий для дискусій з приводу значущих для суспільства тем та як простір, де формується публічна політика. Публічна політика представляється як програма дій, спрямована на вирішення певної проблеми чи комплексу проблем, досягнення поставленої мети та має такі характеристики: корегентність, ієрархію, наявний інструментарій реалізації. Важливим також є те, що взаємодія публічної сфери (держави, громадянського суспільства, ЗМІ, бізнес-структур, експертного середовища тощо) у процесі підготовки, ухвалення та реалізації владних рішень створює поле публічної політики – поле конкурентної боротьби за право формувати картину дійсності, визначати ступінь актуальності тих чи інших проблем [4].

У зв'язку з вищезазначеним, під час запровадження антикризового управління особливе значення має вироблення публічної (державної) антикризової політики з розробленням відповідного законодавства та інших підзаконних актів та розроблення антикризової стратегії

Особливістю антикризового управління в публічній сфері є спільна колективна дія усіх зацікавлених сторін під час розроблення оптимальних антикризових рішень, визначення пріоритетних цінностей та координації дій по виходу з кризи. Результатом колективної дії має стати публічна антикризова політика, розроблена з урахуванням загальних та специфічних принципів антикризового управління, прийнята антикризова стратегія і чітко скоординовані дії щодо виходу з кризи.

Список використаних джерел:

1. Сапа Н. В. Теоретико-методологічні засади механізму антикризового державного управління. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. Серія: Філософія. Запоріжжя: РВВ ЗДІА, 2019. Вип. 38. С. 106–116
2. Кравченко М. О. Сучасні передумови антикризового системного менеджменту. *Ефективна економіка* : електронне наукове фахове видання. Дніпропетровськ : ДДАЕУ, 2014. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3535>.
3. Handbook of Public Administration / Ed. by Rabin J., Hildreth W.B., Miller G. Boca Raton: CRC Press, 2007. 816 p.
4. Лученко В., Гладіщенко О. Антикризові стратегії в Україні: *Подолання кризи. Реактивний і проектний підхід* URL: Режим доступу : http://luchenko.com/index.php?option=com_content&task=view&id=11&Itemid=50.

Станіслав МАКСИМОВ

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

АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ СИТУАТИВНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ТА ВИМОГИ ДО ЙОГО РЕГЛАМЕНТУВАННЯ

Сучасні проблеми, з якими стикаються наша держава, регіони, громади та окремі організації, перед усім, в умовах воєнного стану, вимагають пошуку нових підходів до їх вирішення, відповідного реагування на прояв нових процесів та явищ, подолання труднощів, що їх супроводжують.

Тому, для вироблення найбільш придатних до нових конкретних ситуацій засобів та інструментів управлінської діяльності в організаціях публічної сфери, що покликані забезпечувати реалізацію основних безпекових, економічних та соціальних функцій держави, слід використовувати ситуативний підхід.

Наукові дослідження та практика сучасного публічного менеджменту свідчать, що ситуативне управління характеризується прийняттям керівниками рішень у ситуації, яка реально склалася або складається. В умовах змін зовнішнього та внутрішнього середовища, впливу на безпеку та сталий розвиток, кожен керівник, зокрема і організацій публічної сфери, повинен пов'язати конкретні прийоми ситуативного управління, з певними ситуаціями для того, щоб досягти цілей організації найбільш ефективно.

Відповідно, ключовим моментом ситуативного підходу є ситуація, тобто конкретний набір обставин, які значно впливають на організацію в певний конкретний момент часу. Тобто, виокремлюються наступні методологічні положення ситуативного менеджменту: по-перше, кожна конкретна ситуація є складною системою з притаманним їй складом компонентів і зв'язками з іншими системами, які необхідно аналізувати та враховувати суб'єкту управління; по-друге, для розв'язання кожної конкретної ситуації необхідно знати її основну ланку; по-третє, кожна управлінська ситуація, вимагає застосування адаптивних, гнучких структур і методів управління, щоб суб'єкт