

- навчання персоналу,
- благодійна допомога,
- реалізація екологічних програм і проектів,
- провадження політики дотримання прав акціонерів та інвесторів,
- подання інформації про діяльність організації.

Визначення конкретних напрямів та інструментів реалізації соціальної відповідальності повинна здійснюватися керівництвом підприємства з метою забезпечення балансу між інтересами підприємства та потребами стейкхолдерів, досягнення найкращих результатів від впровадження соціально відповідальної поведінки підприємства.

Діяльність багатьох бізнесових структур у сфері соціальної відповідальності демонструє, що вона сприяє їх розвитку, і навпаки, уникнення соціально відповідального підходу до ведення бізнесу звужує можливості для досягнення успіху організаціями. Таким чином, базовою компонентою сучасної філософії загального управління бізнесовими структурами має стати соціально відповідальна поведінка, котра базуватиметься на вмілій імплементації соціальних ініціатив у їх повсякденну діяльність. Це визначає необхідність подальшого пошуку раціональних підходів до реалізації соціальної відповідальності в системі управління організацією.

Бич Марія
Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник – д.н. держ. упр., професор, професор кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу,
ЗУНУТолкованов В.В.)

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНУ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Одним з важливих чинників суспільної підтримки реформи місцевого самоврядування в Україні є підвищення рівня довіри населення до органів місцевої влади усіх рівнів. Вирішення цієї полікомпонентної проблеми створить умови для посилення керованості процесів соціально-економічного розвитку територіальних громад, забезпечить ефективне впровадження реформаторських заходів, об'єднання ресурсів усіх суб'єктів економіки для виконання актуальних програм загальнодержавного та місцевого значення.

Серед передумов зміцнення довіри населення до органів місцевого самоврядування є створення позитивного іміджу останніх, що має стати одним із провідних напрямів

розвитку державної служби. Значимість забезпечення позитивного ставлення громадськості до органів місцевого самоврядування пояснюється з кількох позицій: по-перше, місцева влада більшою мірою відповідальна за життєзабезпечення населених пунктів, надання життєвоважливих суспільних послуг, вирішення нагальних проблем громадян, тобто ті сфери життя людини, які визначають оцінку громадськості ефективності дій влади; по-друге, посадові особи органу місцевого самоврядування уособлюють для пересічного мешканця територіальної громади владу загалом, без її поділу на центральну чи місцеву. Тому вироблення підходів та механізму формування позитивного іміджу важливе не тільки для владних інституцій на локальному рівні, але й для забезпечення позитивного оцінювання діяльності органів влади центрального рівня.

Характерною особливістю процесу формування позитивного іміджу органів влади на місцевому рівні є його фрагментарність, несистемність, вибіркоче застосування інструментів відповідного механізму. Зазвичай, органи місцевої влади активізують роботу щодо створення позитивного іміджу у виборчий період чи під час значних політичних змін в країні, тоді як у міжвиборчий період ця діяльність мінімізується та обмежується інформуванням населення про дії влади у найбільш резонансних сферах діяльності. Між тим, на думку О. Чечель, імідж органу влади необхідно формувати на засадах довгострокової, науково обґрунтованої стратегії, адекватної вимогам часу [3, с. 84]. Серед ключових засад вироблення цієї стратегії, на думку К. Глущенко, необхідно відзначити реальне оцінювання ресурсів та можливостей територіальної громади, її конкурентних переваг; визначення перспективних, прогресивних, реальних цілей [1, с. 71].

Опираючись на класичне тлумачення терміну «механізм», механізм формування іміджу органу місцевого самоврядування доцільно характеризувати як сукупність складових елементів (методів, важелів та інструментів), за допомогою яких суб'єкт управління (орган місцевого самоврядування) здійснює цілеспрямований вплив на об'єкт управління (громадська думка) для зміни її параметрів у бажаному напрямку (формування позитивного враження про діяльність органу влади). Як стверджує К. Глущенко, механізм формування іміджу органу влади має організаційний характер, оскільки його утворюють різні за своєю природою конкретні організаційні елементи [1, с. 71]. На її думку, функціонування цього механізму має бути спрямоване на діалогову комунікацію з громадою, а також формування правової та політичної культури взаємодії органу влади з громадськістю. Натомість, С. Серьогін вбачає у складі механізму побудови іміджу органу влади послідовність дій: по-перше, визначення основних потреб аудиторії, в разі потреби окремих її сегментів, і на цій основі – побудова «каркаса» іміджу органу влади; по-друге, доповнення «каркасу» іміджу необхідними характеристиками з урахуванням потреб

масової суспільної свідомості в бажаному образі й можливостей суб'єкта їх демонструвати «природно»; по-третє, перекладення основних характеристик іміджу на різні канали комунікації у зрозумілих, доступних для масової аудиторії формах [2, с. 6].

Узагальнюючи наукові підходи до тлумачення сутності механізму формування іміджу органу влади, вважаємо недоречним означувати його як певну сукупність дій, завдань чи напрямів діяльності, спрямованих на «просування» в громадськості позитивного уявлення про результати діяльності владної інституції. Відповідно до довідкової літератури, механізм є сукупністю елементів, які можуть застосуватися для реалізації певних дій, досягнення поставлених завдань, а не самими завданнями чи діями. Зважаючи на таку наукову позицію, вважаємо доречним у складі механізму формування іміджу органу місцевого самоврядування виокремлювати такі підсистеми, як:

– організаційно-правова підсистема, що об'єднує відповідну нормативно-правову базу, організаційні структури, що реалізують завдання щодо формування позитивного іміджу органу влади. На нашу думку, належна правова урегульованість різних аспектів суспільного життя, ефективна організація вироблення та реалізації управлінських рішень, що стосуються важливих питань економічного й соціального розвитку територіальної громади, забезпечення життєво важливих потреб її мешканців є вагомими чинниками формування в населення позитивного уявлення про ефективність та відкритість діяльності органу влади. У цьому ракурсі дієвими інструментами підвищення іміджу органу влади є широке впровадження «сервісного» підходу при наданні адміністративних послуг, зокрема через створення ЦНАП, цифровізацію процедур тощо;

– кадрова підсистема, що передбачає формування і розвиток висококваліфікованого кадрового забезпечення структурних підрозділів органу місцевого самоврядування, здатних ефективно реалізувати завдання, які ставить перед ними керівництво та громадськість. Адже некомпетентність, поширення проявів формалізму і бюрократії при виконанні працівниками структурних підрозділів органу місцевого самоврядування функціональних обов'язків, на наше переконання, не тільки негативно позначається на ефективності управлінських рішень, а отже, можливостях досягнення стратегічних і тактичних завдань соціально-економічного розвитку територіальної громади, але й має «руйнівний» вплив на імідж відповідного органу влади;

– комунікаційна підсистема, що передбачає задіяння широкого спектру інструментів для налагодження ефективної комунікації між органом місцевої влади й громадськістю, впровадження дієвих інструментів участі населення у виробленні й реалізації управлінських рішень з різних аспектів суспільного життя.

Отже, транспарентність дій влади, тісна координація її дій з інститутами громадянського суспільства винятково позитивно впливає на формування позитивного іміджу органу влади, забезпечує подолання негативних явищ у сфері публічного управління, сприяє гармонізації відносин між органом місцевого самоврядування та громадою.

Використані джерела:

1. Глущенко К. Сучасні механізми формування іміджу центральних органів виконавчої влади: теоретико-методологічний аспект. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 14. С. 70-74.
2. Формування позитивного іміджу органів влади через підвищення якості надання адміністративних та соціальних послуг: наук. розробка / Авт. кол.: С. М. Серьогін та ін.; за заг. ред. С. М. Серьогіна. К.: НАДУ, 2009. 32 с.
3. Чечель О. Імідж органу влади: проблеми формування. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2008. № 2. С. 78-86.

Боднарчук Руслан, Ковальчук Назар, Заліщук Роман
Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: к. е. н., професор, професор кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу Качан Є.П.)

ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНИМИ ЗНАННЯМИ

В обстановці гострої конкурентної боротьби, щоб приймати адекватні рішення, важливо чітко знати, якою сумою знань володіє організація. Зараз це необхідна умова виживання. Майже всі компанії мають величезний вихідний багаж даних і практичного досвіду. Поки що ця інформація розпорошена в базах даних, сховищах документів, електронних листах, звітах про продажі і, зрозуміло, в головах співробітників. Проблема в тому, щоб організувати доступ до цих даних, надавши їм зручної для використання форми.

Концепція управління знаннями належить до числа тих розпливчастих понять, що можуть одночасно здаватися як усеосяжними, так і не означаючими нічого конкретного. За останні роки цю концепцію ототожнювали то з управлінням документами, то з інформаційними системами для бізнесу, то із засобами колективної роботи, то з корпоративними порталами і багатьма іншими модними новинками. Але система управління знаннями – це не просто окремо взятий продукт. Мова радше йде про всеохоплюючу стратегію підприємства, ціль якої – виявити і звернути на користь фірмі всю наявну в неї інформацію, досвід і кваліфікацію співробітників, для того щоб