

- забезпечення невідворотності міри дисциплінарного впливу на порушника[1,с.152].

Для забезпечення ефективного управління дисциплінарними відносинами у закладі охорони здоров'я доцільним є адаптивне використання організаційних, економічних, виховних та правових методів. При цьому повинно братись до уваги, що економічні методи дозволяють вплинути на задоволення потреб та інтересів працівників через використання дієвих систем матеріального стимулювання, заохочення та винагороди; виховні методи можуть стати дієвими при доборі й використанні впливових форм переконання працівників у потребі творчого підходу до роботи, відповідальності за результати власної праці, належного виконання своїх обов'язків у відповідності до встановлених вимог; можливості організаційних методів реалізуються через створення сприятливих умов праці та її належну організацію; правові методи передбачають застосування важелівпримусу, переконання, заохочення.

#### ***Використані джерела:***

1. Гуторова О.О. Менеджмент організації : навч. посібник. Х.: Харк. нац. аграр. ун-т. Х.: ХНАУ, 2017. 267 с.

Бердадін Андрій  
Західноукраїнський національний університет  
(науковий керівник: д.е.н., професор кафедри менеджменту,  
публічного управління та персоналу ЗУНУ Васіна А.Ю.)

### **КОНТУРИ ЗМІН ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗВ'ЯЗКАМИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Означена нами проблематика процесу управління зв'язками з громадськістю при формуванні іміджу Тернопільського обласного виробничо-торгового аптечного об'єднання, здебільшого стосуються інституційних засад його реалізації. Інституційний базис управління зв'язками з громадськістю у процесі формування іміджу Тернопільського обласного виробничо-торгового аптечного об'єднання охоплює комплекс законодавчих, нормативних засад та суб'єктний склад їх реалізації. Суб'єктний склад охоплює формальні та неформальні інститути, які формують інституційне середовище. Формальні інститути функціонують у вигляді публічних організацій, а неформальні інститути відображаються через усні домовленості. Така сукупність повинна бути імплементована у іміджеву стратегію.

Реалізація іміджевої стратегії потребує чіткого означення низки завдань і принципів. У цьому контексті показовим є досвід функціонування Європейської Комісії по створенню "Білої книги по комунікаційній політиці ЄС", у якій означено низку базових принципів іміджевої стратегії, зокрема щодо права кожної людини на інформацію і свободу слова; долучення кожної людини у публічний процес, який створює вільний доступ до інформації, застосовуючи низку засобів масової комунікації. При реалізації іміджевої стратегії враховується диференціація соціальних та культурних особливостей різних груп людей, та те, що вони можуть дотримуватися різних суспільних стереотипів.

Доцільними стадіями побудови іміджевої стратегії Тернопільського обласного виробничо-торгового аптечного об'єднання, мають стати:

1) проведення моніторингу та відслідковування переважаючих думок громадськості;

2) застосування цією публічною організацією низки заходів впливу на цільові аудиторії і коригування цих заходів у випадку антагоністичності інтересів з громадянами;

3) підтримування повноцінних двосторонніх відносин між Тернопільським обласним виробничо-торговим аптечним об'єднанням й громадськістю;

4) формування Тернопільським обласним виробничо-торговим аптечним об'єднанням комплексної комунікативно-інформаційної політики;

5) періодичне проведення соціологічних опитувань щодо стану задоволеності громадян функціональною діяльністю Тернопільського обласного виробничо-торгового аптечного об'єднання;

6) оптимізація співпраці між Тернопільським обласним виробничо-торговим аптечним об'єднанням та різними засобами масової комунікації;

7) формування фахового корпусу працівників, що суттєво впливатиме на формування позитивного іміджу Тернопільського обласного виробничо-торгового аптечного об'єднання. При цьому слід фахові компетенції працівників досліджуваної організації доповнити "іміджевою компетенцією працівника". Іміджева компетенція працівника повинна охоплювати комплекс знань про базові методи та технології створення іміджу публічної організації, вмінь імплементувати ці знання для реалізації завдань іміджмейкінгу публічного управління, а також прикладні навички, котрі забезпечують можливість їх застосовувати під час формування та видозміни іміджу публічної організації. Отож удосконалення комунікаційно-інформаційного супроводу менеджменту зв'язків з громадськістю забезпечуватиме покращення іміджу публічної організації.

Новітні тенденції створення позитивного іміджу публічної організації демонструють його інтерсуб'єктну специфіку і демонструється, по перше, сприйняттям її функціоналу громадськістю, по друге – сприйняттям важливості власної діяльності в системі публічного управління. Таким чином, ефективність іміджу публічної організації може вимірюватися оцінкою якості публічних послуг; привабливістю публічних організацій як працедавця, фаховістю та компетентністю.

Богомол Ростислав  
(науковий керівник: д.е.н., доц., професор кафедри  
менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ Васіна А.Ю.)

## **НАПРЯМКИ ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Новітньою технологією організаційного забезпечення діяльності закладу охорони здоров'я на засадах описаних вище методичних й алгоритмічних підходів щодо їх удосконалення може стати комунікаційна, як система інструментів, яка об'єднує учасників та форми їх комунікацій у закладі охорони здоров'я.

Застосовуючи новітні елементи комунікаційних технологій потрібно враховувати існуючий стан комунікаційного забезпечення в закладі охорони здоров'я. При цьому варто враховувати особливості внутріструктурних зв'язків та стан виконання низки правил:

- формування передумов для зворотнього зв'язку,
- формування передумов для контролю,
- формування передумов для застосування коригувальних дій.

Завданням застосування комунікаційних технологій є реалізація впливу на внутрісистемну взаємодію закладу охорони здоров'я задля виконання суспільної мети діяльності закладу охорони здоров'я.

Комунікаційне забезпечення має полягати у аналізуванні інформації, необхідної для надання якісних медичних послуг та прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

У цьому напрямку значимість діагностики потреб пацієнтів як основи застосування новітніх управлінських технологій в медичних закладах зумовлюється потребою: