

# **ТРАНСФОРМАЦІЯ СТАТУСУ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ ТА ПОСАДОВИХ ОСІБ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ**

Гордієнко Л.Ю., Польська Ю.Є

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ СТАТУСУ ПОСАДОВИХ ОСІБ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ШЛЯХОМ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ПОСАДОВИХ ОСІБ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ**

На сучасному етапі модернізації публічного управління в Україні стає актуальною проблема підвищення довіри суспільства до органів влади на всіх рівнях. Ключова умова підвищення рівня такої довіри на регіональному рівні – це формування позитивного іміджу посадових осіб місцевого самоврядування. Зростання негативних відгуків суспільства в цілому або певної територіальної громади щодо діяльності органів місцевого самоврядування прямо пропорційно відбивається на іміджі посадової особи місцевого самоврядування, для якої він має важливе статусне значення.

Проблеми теорії іміджу через багатозначність трактування цього поняття стали об'єктами наукових досліджень фахівців із різних сфер. У політичному контексті імідж розглядали В. Зазикін, А. Панасюк, Н. Попов, А. Деркач, Є. Перелигіна, Г. Поцепцов та інші. Як явище психологічне імідж вивчали М. Логунова, А. Панасюк, В. Шепель. Імідж у сфері науки державного управління став предметом дослідження С. Колоска, І. Колосовської, В. Лебець, Т. Пахомової, О. Оболенського, Ю. Ковбасюка, О. Якубовського та ін.

Науковими розробками різних аспектів теорії іміджу займаються вчені вже близько півстоліття, але власне проблема формування іміджу осіб, уповноважених на виконання функцій місцевого самоврядування, розроблена ще недостатньо.

Метою даної роботи є аналіз правового забезпечення процесу формування позитивного іміджу посадової особи місцевого самоврядування як найголовнішого чинника трансформації статусу осіб, уповноважених на виконання функцій місцевого самоврядування.

Тлумачний словник [1] описує слово «трансформація» як перетворення, зміна вигляду, форми, істотних властивостей будь-чого. Трансформація означає докорінні зміни сутності та змісту явищ під впливом різноманітних чинників. Якщо розглянути статус через призму соціуму, то можна сказати, що це положення, яке займає індивід чи соціальна група в суспільстві.

Трансформація статусу посадових осіб місцевого самоврядування шляхом формування позитивного їх іміджу, перш за все, залежить від правового забезпечення цього процесу.

Посадова особа місцевого самоврядування – це громадянин України, який працює в органах місцевого самоврядування, має відповідні посадові повноваження щодо здійснення організаційно-розпорядчих та консультативно-дорадчих функцій і отримує заробітну плату за рахунок місцевого бюджету. Таке тлумачення наведено

в Законі України «Про службу в органах місцевого самоврядування» [2].

Вищезгаданий Закон [2] регулює правові, організаційні, матеріальні та соціальні умови реалізації громадянами України права на службу в органах місцевого самоврядування, визначає загальні засади діяльності посадових осіб місцевого самоврядування, їх правовий статус, порядок та правові гарантії перебування на службі в органах місцевого самоврядування. У цьому Законі [2] зазначені основні положення щодо регулювання етики професійної діяльності у сфері служби в органах місцевого самоврядування відповідно до її специфіки, тому їх можна визначити як частину тих основ на законодавчому рівні, що сприятимуть практичній реалізації формування іміджу посадової особи місцевого самоврядування.

Найважливіші поняття етики, честі і гідності посадової особи місцевого самоврядування як громадянина України зазначаються в Конституції України [3]. Репутаційна та етична складова діяльності посадових осіб місцевого самоврядування врахована і в Законі України «Про запобігання корупції» [4]. Стандарти етичної поведінки осіб, зобов'язаних на виконання функцій місцевого самоврядування, встановлюють Загальними правилами етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування [5].

Імідж можна вважати своєрідним індикатором рівня довіри та критерієм оцінки суспільством ефективності діяльності органів місцевого самоврядування. За допомогою іміджу можна фіксувати відповідність дій органів місцевого самоврядування очікуванням та вимогам суспільства.

Проведений аналіз правового забезпечення дає підстави сказати, що в Україні в умовах, коли підвищення рівня довіри громадян до влади всіх рівнів шляхом створення та/або формування позитивного іміджу посадових осіб місцевого самоврядування є надзвичайно важливим завданням, не існує жодного нормативно-правового документа, який був би напряму направлений на регулювання цього процесу.

Більшість науковців вважають, що негативне ставлення до органів місцевого самоврядування проявляється саме через втрату поваги до статусу «посадової особи місцевого самоврядування».

Статус посадової особи місцевого самоврядування значною мірою визначається її нормативно-правовим змістом. Таким чином, трансформація статусу посадових осіб місцевого самоврядування шляхом формування їх позитивного іміджу можлива тільки за умови приведення у відповідність нормативно-правової бази, що регламентує цей процес. Тому напрямками подальших наукових напрацювань має стати розробка проекту документа, який би безпосередньо регламентував проблему формування іміджу осіб, уповноважених на виконання функцій органів місцевого самоврядування.

### **Список використаних джерел**

1. Академічний тлумачний словник. Словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу. <http://sum.in.ua/>
2. Закон України «Про службу в органах місцевого самоврядування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>

/show/2493-14

3. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
4. Закон України «Про запобігання корупції» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18>
5. Загальні правила етичної поведінки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1203-16>

Збірник Ю.В.

## **РОЗБУДОВА ІНСТИТУЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДРОЗДІЛІВ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У КОНТЕКСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Інструменти маркетингової комунікації покликані підтримувати процеси публічного управління у напрямку забезпечення потреб та інтересів як окремих громадян та і усього суспільства.

Публічне управління перебуває у стані перманентної трансформації, удосконалення у напрямку більшої відкритості до змін, до подальшої соціалізації, орієнтації на потреби громадян і суспільство. Соціально-орієнтоване управління стає першочерговим етапом розвитку публічного управління, та разом з тим, впровадження елементів маркетингових комунікацій, може стати викликом у процесі реформування публічного управління [2].

На сьогодні органами публічного управління вже використовуються елементи маркетингових комунікацій (публічна реклама, піар, брендинг тощо), однак говорити про системність і послідовність, інтегрованість і орієнтацію на результат таких заходів досить складно. Основною причиною такої ситуації є те, що, незважаючи на достатнє загальне нормативне забезпечення комунікаційної діяльності органів публічного управління, вітчизняними нормотворцями досі не ухвалений по суті найголовніший акт, покликаний регламентувати діяльність комунікаційних підрозділів органів влади [Там само].

Окрім цього, існує необхідність у розбудові інституційно спроможності комунікаційних підрозділів органів публічного управління.

Базисом формування інтегрованих маркетингових комунікацій, тобто таких, що реалізуються за різними напрямками, але за єдиним чітким встановленим сценарієм, є складання і дотримання плану маркетингових комунікацій органом публічного управління. З урахуванням зарубіжного досвіду, в першу чергу таких країн як Німеччина, Польща, Австралія та США, пропонується формувати такі плани для органів публічного управління як частину стратегічного планування їх діяльності [3].

Такі плани мають будуватися на принципах прозорості і відкритості, визначення і спрямованості на цільову аудиторію та взаємодії з громадянським суспільством. Основним елементом такого плану є обґрунтування комунікаційної політики органу публічного управління (його комунікаційного підрозділу),